# PRAKTIK PENJUALAN *MYSTERY BOX* DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN SEBAGAI PERBANDINGAN
**( Studi: Di Toko Asmara Jaya Bukittinggi)**

**SKRIPSI**

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Saraja Hukum (S.H)*
*Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah*

**Oleh:**

**PUTRI ERIA PUTRA**
**NIM. 2230202025**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH**
**FAKULTAS SYARIAH**
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS**
**BATUSANGKAR**
**2026 M/1447 H**

## BIODATA PENULIS



| | |
|---|---|
| Nama | : Putri Eria Putra |
| NIM | : 2230202025 |
| Tempat/Tanggal Lahir | : Dusun X Selipit Desa Nangga/ 29-09-2004 |
| Jenis Kelamin | : Perempuan |
| Agama | : Islam |
| Program Studi | : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) |
| Fakultas | : Syariah |
| Alamat | : Tanah Tingkah, Kecamatan Suliki, Kabupaten Lima Puluh Kota |
| No.HP/WA | : 081275116287 |
| Email | : pp7358873@gmail.com |
| Orang Tua | |
| Ayah | : Il Putra |
| Ibu | : Jumaria |
| Hobi | : Membaca dan Olahraga |
| Motto Hidup | : Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan. |
| Latar Belakang Pendidikan | |
| SD/MI | : SDN 03 Sungai Talang (2010-2016) |
| SMP/MTS | : MTsN 3 Lima Puluh Kota (2016-2019) |

| | |
|---|---|
| SMA/MA | : SMAN 1 Suliki (2019-2022) |
| Perguruan Tinggi | : UIN Mahmud Yunus Batusangkar (2022-2026) |
| Pengalaman Organisasi | : Anggota Kesekretariaatan HMPS HES (2023)<br>Sekretaris Umum HMPS HES (2024) |
| Pengalaman Magang | : Magang Pengadilan Agama Kota Solok (2025)<br>Magang Lembaga Keuangan Syariah BPRS Balerong Bunta (2025) |

## *HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN*

### Motto

"Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan"

**(Maudy Ayunda)**

*"Setetes keringat orang tuaku keluar, ada seribu langkahku untuk maju"*

### Persembahan

"Alhamdulillah puji syukur hanya kepada Allah, taburan cinta dan kasih sayang yang telah memberikan kekuatan, dan membekali dengan ilmu, atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar dan baik.

tiada lembar paling indah dalam skripsi ini kecuali lembar persembahan. Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orang tua tercinta serta yang lainnya yang selalu memberikan doa, support untuk menyelesaikan skripsi ini"

***Pintu surgaku, ibunda tercinta Jumaria***

Sosok luar biasa yang menjadi tempat pendidikan pertama saya. Terima kasih sebesar-besarnya atas cinta dan doa yang tidak bertepi dan pengorbanan yang tak terhingga. Terima kasih telah menjadi wanita kuat, hebat dan sabar yang mengalah seribu kali demi anaknya, forever grateful for the amazing mother. Meskipun beliau sendiri tidak merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan tapi gelar ini saya persembahkan untuk beliau.

***Cinta pertama saya, ayahanda Il Putra***

Sosok pertama yang menyambut kehadiran saya ke dunia dengan penuh kebahagiaan. Terima kasih telah berperan sangat baik dalam kehidupan saya sampai saya tidak pernah merasa kekurangan kasih sayang

sedikit pun. Terima kasih selalu berjuang dan mengupayakan kehidupan yang terbaik untuk putri satu-satunya ini,
yes, i've always been his little princess. Meskipun beliau sendiri tidak merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan tapi gelar ini saya persembahkan untuk beliau.

Kepada orang-orang yang support dan bangga atas setiap pencapaianku, mereka yang tidak sedarah namun bisa menjadi 911 segala situasi:

Adik sepupu yang selalu saya anggap adik kandung, **Insan Rohmadani,** terima kasih selalu bangga atas pencapaian kakakmu, terima kasih atas peran adik untuk anak tunggal ini dan julukan role model itu.

Keluarga besar, terima kasih atas support dan kritikan yang selalu menjadi kata kata pengingat dan motivasi.

Mereka yang tidak sedarah namun menjadi peneduh dikala derita tumbuh kepada : **M Farhan Syahputra, Nur Sakinah, Arintha Adha Putri, Nabilla Ovani Putri, Naila Salsabilla, Habibur Rafif dan Tasya Alhumaira.** Thank you for being such a great person, no matter how life changes, you will always be my safe place.

Kepada seseorang yang mengisi ruang kakak bagi anak tunggal ini, **Yani Filia Putri, S.H**. Terima kasih atas semua support dan hal baik yang diberikan dan diucapkan.

Kepada teman teman KKN sirja, yang datang sebagai orang asing dan pulang sebagai keluarga, terima kasih sudah menjadi teman perjalanan yang menyenangkan.

Dan terakhir untuk diri sendiri, **Putri Eria Putra**, dear my self, i will win. I promise. Terima kasih telah mau berpetualang dengan banyaknya cerita yang sebelumnya tidak pernah diinginkan sama sekali, mari terus bertumbuh dan lukis banyak warna indah lagi setelah ini.Terlahir dari keluarga sederhana tanpa privilage bukanlah sebuah

ketidakberuntungan, melainkan bagian dari perjalanan hidup. Jika bukan aku yang berani melangkah besar, siapa lagi?

# ABSTRAK

**Putri Eria Putra, NIM 2230202025,** Judul **"PRAKTIK PENJUALAN *MYSTERY BOX* DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN SEBAGAI PERBANDINGAN " ( Studi: Di Toko Asmara Jaya Bukittinggi)".** Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syari'ah, Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar, Tahun 2026

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangnya praktik penjualan *mystery box* yang menawarkan konsep kejutan dalam transaksi jual beli. Praktik ini menarik minat konsumen karena menghadirkan pengalaman berbelanja yang unik, tetapi sekaligus menimbulkan persoalan hukum terkait ketidakjelasan objek transaksi. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan *(field research)* dengan pendekatan kualitatifa Dalam konteks hukum Islam, ketidakjelasan *(gharar)* dapat menyebabkan akad jual beli menjadi tidak sah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pelaksanaan praktik penjualan *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah serta meninjau kesesuaiannya dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik penjualan *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi dilakukan dengan sistem pembelian langsung tanpa informasi rinci mengenai isi kotak. Konsumen membeli berdasarkan rasa penasaran terhadap isi produk, dan barang yang telah dibeli tidak dapat dikembalikan. Dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah, praktik ini mengandung unsur *gharar* dan jahalah karena objek transaksi tidak diketahui secara jelas oleh pembeli. Hal tersebut bertentangan dengan prinsip kejelasan *(transparency)* dan kerelaan (ridha) yang harus ada dalam akad jual beli menurut syariat Islam. Sementara itu, dalam perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, praktik ini tidak memenuhi hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa penjualan *mystery box* dianggap sebagai inovasi pemasaran yang menarik dari sisi ekonomi, namun tidak sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah maupun ketentuan hukum perlindungan konsumen. Perlu adanya transparansi yang lebih tinggi dari pelaku usaha mengenai kondisi produk untuk menghindari praktik yang merugikan konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha, konsumen, dan pembuat kebijakan dalam menciptakan sistem perdagangan yang adil, etis, dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.



**Kata Kunci**: ***Mystery Box*, Hukum Ekonomi Syariah, Perlindungan Konsumen, Gharar, Transparansi.**

## *ABSTRACT*

**Putri Eria Putra, Student ID 2230202025, Title *"The Practice Of Selling Mystery Boxes From The Perspective Of Islamic Economic Law And Law Number 8 Of 1999 On Consumer Protection As A Comparison (Study: At Asmara Jaya Store, Bukittinggi)".*** Sharia Economic Law Study Program, Faculty of Sharia, State Islamic University (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar, 2026.

This research is motivated by the growing practice of *mystery box* sales, which offer a surprise-based concept in buying and selling transactions. This practice attracts consumers by providing a unique and engaging shopping experience; however, it also raises legal issues due to the uncertainty of the transaction object. In the perspective of Sharia Economic Law, such uncertainty (*gharar*) may render a sales contract invalid. Therefore, this study aims to examine the implementation of *mystery box* sales at Asmara Jaya Store, Bukittinggi, from the perspective of Sharia Economic Law and to assess its conformity with the provisions of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection.

This study employs a field research method with a qualitative approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation, and then analyzed descriptively and analytically using the principles of Sharia Economic Law and relevant consumer protection regulations. The analysis focuses on the conformity between the practices found in the field and the applicable legal norms.

The results of the study indicate that the practice of *mystery box* sales at Asmara Jaya Store, Bukittinggi, is conducted through a direct purchase system without detailed information regarding the contents of the box and without a product return policy. Consumers make purchases based on curiosity about the product contents. From the perspective of Sharia Economic Law, this practice contains elements of *gharar* and *jahalah* because the object of the transaction is not clearly known by the buyer, which contradicts the principles of clarity (*al-bayān*) and mutual consent (*ridha*) required in a valid sales contract under Islamic law. Meanwhile, from the perspective of Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection, this practice does not fully fulfill consumers' rights to accurate, clear, and honest information as stipulated in Article 4.

In conclusion, the practice of *mystery box* sales can be considered an attractive marketing innovation from an economic perspective; however, it is not fully in accordance with the principles of Sharia Economic Law or the provisions of consumer protection law. Therefore, greater transparency from business actors, particularly regarding the estimated value and condition of the products, is necessary to ensure fair, ethical, and Sharia-compliant transactions.



**Keywords**: **Mystery Box, Sharia Economic Law, Consumer Protection, Gharar, Transparency.**

## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Segala puji dan syukur penulis ucapkan atas karunia Allah SWT yang tiada henti sehingga penulis bisa menyelesaikan tahapan penelitian dan penulisan skripsi ini yang berjudul **"PRAKTIK PENJUALAN *MYSTERY BOX* DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN SEBAGAI PERBANDINGAN " ( Studi: Di Toko Asmara Jaya Bukittinggi)"**

sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Shalawat beriringan salam senantiasa tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang telah mengajarkan manusia berbagai ilmu pengetahuan dan membawa kebenaran dengan pedoman yang ditinggalkannya yaitu Al-Quran dan Hadis sebagai petunjuk bagi umat dan pedoman dalam mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat kelak.

Skripsi ini ditulis untuk menyelesaikan kuliah penulis guna meraih gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakulas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar. Dengan hidayah dan pertolongan Allah SWT penulis telah dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dalam penulisannya, terdapat macam tantangan dan kesulitan yang penulis temui, akan tetapi semua itu dapat teratasi berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada **Ayahanda Il Putra, Ibunda tercinta Jumaria** yang tiada hentinya memberikan kasih sayang, motivasi, semangat dan doa sepenuh hati, sehingga menjadi motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan program pendidikan sarjana ini. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang mendalam kepada:

1. **Prof. Delmus Puneri Salim, S.Ag., MA., M.Res., Ph.D.** selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar yang telah

memberikan fasilitas dan izin sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini.

2. **Prof. Dr. Nofialdi, M.Ag** selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar yang telah memotivasi mahasiswa termasuk penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. **Saadatul Maghfira, M.H** selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar yang telah memberikan semangat kepada mahasiswa termasuk penulis sendiri untuk segera menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. **Prof. Dr. H. Syukri Iska, M. Ag** selaku Dosen Pembimbing dengan segala kesabaran, kebaikan, dan segala kerendahan hati serta kesediaan mengarahkan dan meluangkan waktu untuk membimbing penulis hingga skripsi ini selesai.
5. **Prof. Dr. Nofialdi, M.Ag** selaku Reviewer I dalam sidang Munaqasyah yang memberikan saran-saran dan motivasi agar skripsi ini lebih baik.
6. **Afrian Raus,S.H.I.,M.H** Penasehat Akademik (PA) yang selalu memberikan dukungan, arahan dan nasihat kepada penulis selama perkuliahan ini hingga membimbing penulis mulai dari awal perencanaan penelitian ini hingga skripsi ini selesai.
7. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis menuntut ilmu di Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.
8. Civitas akademika Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.
9. Semua sahabat yang telah banyak memberikan dorongan dan semangat dalam penyelesaian kuliah dan penulisan skripsi ini.
10. Semua pihak yang sudah turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
11. Putri Eria Putra, diri sendiri. Terima kasih untuk tetap kuat sebagai anak tunggal tanpa privilage, apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertangung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai.

Akhirnya, kepada Allah SWT penulis berserah diri. Semoga segala bantuan, bimbingan, motivasi, dan nasihat yang telah diberikan menjadi amal ibadah dan dibalas dengan pahala yang berlipat ganda. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya. Aamiin ya Rabbal 'Alamin.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penulisan skripsi ini semoga dibalas kebaikan oleh Allah SWT.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Batusangkar, Januari 2026
Penulis,

**Putri Eria Putra**
**2230202025**

## DAFTAR ISI

**HALAMAN JUDUL**
**ABSTRAK..... i**

*ABSTRACT* ..... **ii**
**KATA PENGANTAR** ..... **iii**
**DAFTAR ISI** ..... **v**
**BAB I PENDAHULUAN** ..... **1**
A. Latar Belakang Masalah ..... 1
B. Fokus Penelitian ..... 5
C. Rumusan Masalah ..... 5
D. Tujuan Penelitian ..... 5
E. Manfaat Dan Luaran Penelitian ..... 6
F. Defenisi Operasional ..... 6
**BAB II KAJIAN TEORI** ..... **9**
A. Landasan Teori ..... 9
1. Jual Beli ..... 9
2. Hukum Ekonomi Syariah ..... 23
3. Praktik Penjualan *Mystery Box* ..... 26
4. UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 ..... 28
5. Asas-Asas Dan Tujuan Perlindungan Konsumen ..... 31
B. Penelitian Relevan ..... 36
**BAB III METODE PENELITIAN** ..... **40**
A. Jenis Penelitian ..... 40
B. Latar dan Waktu Penelitian ..... 40
C. Instrument Penelitian ..... 41
D. Sumber Data ..... 41
E. Teknik Pengumpulan Data ..... 42
F. Teknik Analis Data ..... 43
G. Teknik Penjaminan Keabsahan Data ..... 44

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** ..... **45**
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian ..... 45
1. Sejarah Toko Asmara Jaya Bukittinggi ..... 45

2. Letak dan Kondisi Geografis ..... 46
3. Gambaran Umum Usaha Toko Asmara Jaya ..... 47
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan ..... 48
1. Hasil Penelitian ..... 48
2. Pembahasan ..... 65
3. Analisis Praktik Penjualan Mystery Box dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan UU No. 8 Tahun 1999 ..... 70
**BAB V PENUTUP ..... 74**
A. Kesimpulan ..... 74
B. Saran ..... 75
**DAFTAR PUSTAKA**
**LAMPIRAN**

# BAB I
# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Dalam ilmu Fiqh Muamalah, setiap tindakan yang dilakukan oleh manusia di dunia ini dianggap baik atau haram, kecuali ada bukti yang melarang. Orang-orang berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka setiap hari. Mereka berusaha untuk tidak hanya bertahan hidup, tetapi juga untuk dapat bersaing dengan usaha orang lain yang sejenis. Untuk menarik minat pembeli, berbagai upaya dilakukan, termasuk promo penjualan dan branding. Namun, para bisnis harus tetap kreatif untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan keuntungan mereka. (Nugroho & Astuti, 2022)

Pada proses muamalah, banyak hal yang terjadi pada pelaksanannya sehingga sering ditemukan transaksi yang tidak benar ( Zaenal Arifin & Anshori, Muh 2022). Dalam fiqh klasik diuraikan bahwa transaksi jual beli sangat erat kaitannya dengan sistem yang digunakan. Artinya bahwa aturan dalam transaksi jual beli tidak bisa dipisahkan dengan metode atau sistem yang terjadi, munculnya transaksi yang berkembang tentu bersamaan dengan sistem jual beli yang dilakukan penjual dan pembeli . (Thohari, n.d, 2019)

Aspek yang menjadi penentu dalam transaksi jual beli adalah terkait model transaksi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli. Transparansi dalam melakukan jual beli tentu menjadi hal yang diinginkan oleh semua orang. Terhindar dari hal yang tidak dikehendaki, seperti barang yang tidak jelas, harga yang tidak sesuai , serta penjual atau pembeli yang melakukan unsur *gharar* atau merugikan salah satu pihak. Lebih lanjut, terjadinya unsur *zhalim* dalam transaksi jual beli secara disengaja atau pun tidak disengaja, tetap membuat proses akad jual beli menjadi cacat ( Wahbah al-Zuhaili ,2011)

Seiring dengan pesatnya perkembangan dunia usaha, tingkat persaingan antar pelaku bisnis turut meningkat. Kondisi ini menuntut setiap pelaku usaha untuk lebih cermat dalam menjaga kualitas produk dan layanan agar tetap selaras dengan kebutuhan serta preferensi konsumen. Hal tersebut

menjadi krusial mengingat karakter konsumen masa kini yang semakin selektif dalam menentukan tempat berbelanja. Tidak hanya mutu produk yang diperhatikan, tetapi juga variasi pilihan, kenyamanan pelayanan, dan kemudahan sistem pembayaran turut menjadi pertimbangan utama bagi konsumen. (Fitriani, 2024)

Perkembangan dunia perdagangan ritel di Indonesia saat ini menunjukkan dinamika yang semakin beragam. Salah satu inovasi yang banyak diminati oleh masyarakat, khususnya kalangan muda, adalah penjualan produk dalam bentuk *mystery box* atau kotak misteri. *Mystery box* merupakan strategi pemasaran di mana konsumen membeli sebuah kotak berisi barang-barang dengan nilai tertentu, namun isi kotak tersebut tidak diketahui secara pasti oleh pembeli. Konsep ini mengandalkan unsur kejutan dan rasa penasaran konsumen, sehingga mampu menarik minat beli yang tinggi meskipun bersifat spekulatif. ( Jannah, 2020 )

Strategi penjualan *mystery box* ini hampir sama dengan metode penjualan produk lainnya, tetapi menjadi masalah karena menimbulkan keraguan dan sangat mungkin mengandung bahan yang haram atau tidak halal. Oleh karena itu tidak sesuai dengan keyakinan hukum islam dan perlindungan konsumen. Hukum Islam yang mengatur jual beli harus mengandung kebaikan yang tidak merugikan orang atau diri sendiri. Jual beli tidak boleh melakukan perbuatan ekonomi yang melibatkan *gharar,* perjudian, atau riba dan merampas hak orang lain dengan cara yang tidak adil.

Fenomena ini tidak hanya berkembang di platform *online marketplace*, tetapi juga mulai diterapkan oleh sejumlah toko *offline* sebagai daya tarik baru dalam meningkatkan penjualan. Salah satu toko yang sebagian menerapkan konsep tersebut adalah Toko Asmara Jaya, yang berlokasi di Jalan Sutan Syahrir No. 75A, Tarok Dipo, Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi. Toko ini dikenal sebagai salah satu tempat yang cukup lengkap dalam menyediakan berbagai kebutuhan hadiah atau kado, mulai dari mainan, aksesoris, hingga barang unik lainnya yang cocok untuk berbagai acara seperti ulang tahun, wisuda, atau hari perayaan lainnya.

Sebagai toko yang berkembang di tengah persaingan bisnis ritel yang ketat, Toko Asmara Jaya berupaya menghadirkan inovasi agar tetap diminati oleh konsumen. Salah satu bentuk inovasi tersebut ialah dengan menghadirkan produk *mystery box* yang berisi beragam macam barang dan jenisnya. Konsep ini dinilai mampu memberikan pengalaman berbelanja yang menarik sekaligus menambah nilai hiburan bagi pelanggan.

Namun demikian, dari sisi hukum ekonomi syariah, praktik penjualan *mystery box* masih menimbulkan perdebatan. Dalam prinsip muamalah Islam, kejelasan (*transparency*) dan kerelaan (*ridha*) antara kedua belah pihak merupakan aspek penting agar suatu transaksi dianggap sah dan terhindar dari unsur penipuan (*tadlis*) maupun ketidakpastian (*jahalah*).

Hukum perlindungan konsumen selalu berhubungan dan berinteraksi dengan berbagai bidang dan cabang hukum lain, karena pada tiap bidang dan cabang hukum itu senantiasa terdapat pihak yang berpredikat. Oleh karena itu, pada Undang-Undang No. 08 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen di maksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini sangat potensial merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.( Christine, 2015)

Undang-Undang No. 08 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, tidaak memuat definisi mengenai hukum perlindungan konsumen tetapi memuat perumusan mengenai perlindungan konsumen yaitu sebagai segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Sebagai dijanjikan. konsumen dalam suatu jual beli, konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa, serta hak mendapatkan

barang dan jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang menjanjikan.( Firman, 2016)

Dalam hukum Islam, ketidakjelasan terhadap objek atau barang dalam transaksi disebut gharar, yakni kondisi ketika suatu barang mengandung unsur samaran atau tidak dapat dipastikan. Nadratuzzaman menjelaskan bahwa *gharar* mencakup segala hal yang akibat atau konsekuensinya tidak dapat diketahui dengan jelas. Contoh bentuk transaksi yang berkemungkinan mengandung unsur ini adalah *mystery box*, karena praktik tersebut menyembunyikan isi produk sehingga menimbulkan kemungkinan kerugian, kekecewaan, bahkan unsur ketidakadilan bagi pembeli. Dengan demikian, gharar pada dasarnya merujuk pada situasi di mana pihak yang bertransaksi tidak memiliki pengetahuan yang memadai mengenai barang yang menjadi objek akad jual beli (Saiful Adlie, 2021).

Wawancara dari pegawai toko Asmara jaya pada tanggal 3 Desember 2025 menyatakan bahwa penjualan *mystery box* telah diterapkan sejak 8 bulan terakhir dengan penjualan yang terjadi di toko per hari nya ialah 6 sampai 8 box dengan beraneka ragam jenisnya. F mengatakan bahwa mystery box saat ini lebih banyak di gemari oleh anak anak.

Merujuk pada hal tersebut, semakin berkembangnya model jual beli tentu adalah hal yang membanggakan karena menunjukkan betapa kreatifnya para pelaku usaha untuk menyongsong era persaingan usaha yang tiap hari semakin ketat dengan hal postif yakni dengan mengeluarkan produk maupun metode berdagang yang lebih segar untuk menarik minat calon pembeli. Namun, adakalanya kita sebagai umat Islam tentu penting untuk mempertimbangkan ide kreatif kita apakah benar telah membawa pada kemajuan atau justru ide kreatif tersebut secara tidak sadar telah menarik kita kembali kebelakang terjebak pada perbuatan jahiliah yang telah dilakukan oleh para umat pendahulu yang hidup pada zaman di mana hukum Islam belum ada. (Misbahuddin, 2012)

Dengan demikian, penelitian mengenai praktik penjualan *mystery box* di Toko Asmara Jaya menjadi menarik untuk dikaji, khususnya dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan UU No 8 Tahun 1999. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diketahui bagaimana transaksi penjualan *mystery box* di toko tersebut, apa menjadi motif atau penyebab pembeli tertarik untuk membeli *mystery box* serta bagaimana pandangan Hukum Ekonomi Syariah dan kaitan dengan UU Perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999.

Dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"PRAKTIK PENJUALAN *MYSTERY BOX* DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN SEBAGAI PERBANDINGAN " ( Studi: Di Toko Asmara Jaya Bukittinggi)"**

## B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini difokuskan pada praktik penjualan *mystery box*.

## C. Rumusan Masalah

Dengan merujuk pada fokus penelitian sebelumnya, penelitian ini dirumuskan melalui pertanyaan-pertanyaan masalah sebagai berikut

1. Bagaimana praktik penjualan *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi?
2. Apa motif konsumen dalam pembelian *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi?
3. Bagaimana pandangan hukum ekonomi syariah dan ketentuan UU No 8 Tahun 1999 terkait *mystery box*?

## D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang telah ditetapkan sebagai dasar analisis dan pembahasan;

1. Untuk mengetahui pelaksanaan penjualan pada praktik *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi.
2. Untuk mengetahui motif konsumen dalam pembelian *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi.
3. Untuk mengetahui pandangan hukum ekonomi syariah dan ketentuan UU No 8 Tahun 1999 terkait *mystery box*.

## E. Manfaat Dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan serta memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan praktik penjualan *mystery box* dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

2. Manfaat Praktis

   Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan di bidang hukum, terutama pada ranah Hukum Ekonomi Syariah. Selain itu, temuan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi penjual maupun pembeli dalam melakukan kegiatan jual beli.

3. Luaran Penelitian

   Luaran yang direncanakan dalam proposal penelitian ini adalah publikasi hasil penelitian dalam bentuk artikel ilmiah yang akan diterbitkan pada jurnal di lingkungan Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.

## F. Defenisi Operasional

"Untuk memudahkan pembaca memahami judul proposal skripsi ini, penulis memberikan penjelasan mengenai makna dari setiap istilah yang digunakan dalam judul tersebut."

***Praktik Penjualan,*** merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan penjual dalam mempromosikan, menawarkan, hingga menyerahkan barang atau jasa kepada pembeli melalui proses transaksi yang sesuai dengan

ketentuan yang berlaku. Kegiatan ini mencakup cara penjual memasarkan produk, menjalin komunikasi dengan calon pembeli, menentukan harga, serta melaksanakan proses penyerahan barang sebagai bentuk penyelesaian dari transaksi jual beli. (Kotler& Armstrong, 2018: 12-17)

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, praktik penjualan dipahami sebagai pelaksanaan akad jual beli yang memenuhi rukun dan syarat syariah, seperti adanya penjual, pembeli, objek jual beli, serta ijab kabul yang sah ( Aziz, 2010: 23)

***Hukum Ekonomi Syariah,*** istilah *hukum* dalam bahasa Indonesia berasal dari kata Arab *hukm*, yang bermakna *putusan* atau *ketetapan*. Ensiklopedi Hukum Islam menjelaskan bahwa hukum berarti menetapkan atau meniadakan sesuatu atas sesuatu. Karena ekonomi Islam berlandaskan nilai-nilai syariat, yang mencakup ketentuan halal dan haram, maka hal ini menunjukkan adanya keterkaitan erat antara hukum, ekonomi, dan syariah. Penggunaan istilah *syariah* yang bermakna *fiqh* terlihat dalam berbagai bidang, seperti perbankan syariah, asuransi syariah, maupun ekonomi syariah.

Secara terminologis, kata *syariah* dalam ajaran Islam identik dengan *syariat* (ta marbuthah dibaca *ha*), yang kemudian berkembang merujuk pada pemahaman fiqh, bukan sekadar ayat atau hadis hukum. Karena itu, Ekonomi Syariah merujuk pada dalil-dalil dasar mengenai aktivitas ekonomi yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis. Hal ini menuntut masyarakat Muslim, termasuk di Indonesia, untuk merumuskan serta menerapkan sistem ekonomi yang selaras dengan kedua sumber hukum tersebut. Kedua istilah tersebut Hukum Ekonomi Syariah dan Sistem Ekonomi Syariah dapat dipahami sebagai satu kesatuan.

Dalam kehidupan masyarakat, Hukum Ekonomi Syariah berarti norma-norma ekonomi Islam yang digali dari praktik ekonomi berbasis syariah yang dijalankan masyarakat. Pelaksanaan sistem ekonomi tersebut membutuhkan aturan hukum guna menciptakan ketertiban serta menyelesaikan sengketa yang pasti muncul dalam interaksi ekonomi. Dengan demikian, sistem ekonomi

syariah membutuhkan dukungan Hukum Ekonomi Syariah sebagai mekanisme penyelesaian berbagai persoalan yang terjadi di masyarakat.

***Undang-Undang No. 8 Tahun 1999*** adalah Undang-Undang yang mengatur tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur hubungan antara konsumen dan pelaku usaha dalam kegiatan perdagangan barang maupun jasa guna menjamin adanya kepastian hukum,keadilan, dan perlindungan terhadap hak-hak konsumen di Indonesia.

# BAB II
# KAJIAN TEORI

## A. Landasan Teori

### 1. Jual Beli

#### a. Pengertian Jual Beli

Jual beli (*al-bay'*) dalam fikih merupakan akad yang berkaitan dengan aktivitas menjual, mengganti, atau menukarkan suatu barang dengan barang lain. Istilah *al-bay'* dalam bahasa Arab terkadang juga dipakai untuk makna kebalikannya, yaitu *asy-syirā'* (membeli). Karena itu, kata *al-bay'* dapat bermakna "menjual" sekaligus "membeli" tergantung konteks penggunaannya ( Al-Jaziri, 2003:123).

Jual beli merupakan salah satu bentuk akad muamalah yang paling banyak dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Secara bahasa, jual beli berasal dari kata *al-bay'* juga dapat dimaknai sebagai pemindahan kepemilikan harta dengan cara tertentu ( Wahbah az-Zuhaili,2011). Menurut istilah fikih, jual beli adalah akad pertukaran harta lainnya yang dilakukan berdasarkan kerelaan kedua belah pihak sesuai dengan ketentuan syariat islam. Ulama Hanafiyah mendefenisikan jual beli sebagai pertukaran harta dengan harta melalui cara tertentu yang dibenarkan oleh *syara'* (Al-Kasani,2003).

Sementara itu, ulama Syafi'iyah mendefenisikan jual beli sebagai akad yang mengandung pertukaran harta dengan harta dengan tujuan untuk memiliki barang tersebut secara permanen. Defenisi ini menegaskan bahwa jual beli bertujuan untuk memindahkan hal milik secara sah dan tetap (An-Nawawi,2007).

Secara etimologis, jual beli dipahami sebagai proses pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain. Dengan kata lain, dalam perspektif bahasa, jual beli merupakan pemindahan hak kepemilikan suatu benda melalui akad pertukaran yang disepakati oleh dua pihak. Di sisi lain, istilah "kontrak harta" mengacu pada perjanjian saling menganti untuk

kepemilikan suatu benda atau keuntungan untuk jangka waktu yang tidak terbatas. Ketika disebut "saling mengganti", itu tidak termasuk hibah, dan yang lain tidak, dan ketika disebut "harta", itu tidak termasuk dalam akad nikah karena meskipun ada saling ganti, itu bukan menganti harta dengan harta, tetapi hanya menyenangkan pasangan. Dengan demikian, ketika disebut "kepemilikan harta dan manfaatnya untuk selama lamanya", itu tidak termasuk dalam akad sewa karena hak milik dalam sewa bukan kepada benda. ( Azam, 2010:23-24)

Dalam konteks hukum positif Indonesia , jual beli diartikan sebagai suatu perjanjian di mana pihak yang satu mengikatnya dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain membayar harga yang telah disepakati (Pasal 1457 KUH Perdata). Defensi ini menekankan adanya unsur kesepakatan dan prestasi timbal balik anatara penjual dan pembeli. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan akad pertukaran barang atau harta dengan imbalan tertentu yang dilakukan secara sadar, sukarela, dan memenuhi ketentuan hukum, baik menurut hukum islam maupun hukum positif.

Sedangkan menurut istilah yang dimaksud jual beli adalah :

1) Jual beli adalah proses tukar-menukar barang dengan barang lain atau dengan uang, yang diikuti perpindahan hak kepemilikan dari satu pihak kepada pihak lain, serta dilandasi kerelaan kedua belah pihak.
2) Menurut Syekh Muhammad ibn Qasim al-Ghazzi:

   Dalam pandangan syara', jual beli mencakup dua unsur pokok. Pertama, adanya pergantian suatu harta dengan harta lain berdasarkan ketentuan syariat. Kedua, terjadinya perpindahan kepemilikan secara permanen yang dibolehkan syariat, di mana akad tersebut menuntut adanya kewajiban pembayaran dalam bentuk harta, seperti uang (al-Ghazzi,t.th:30).

3) Menurut Sayyid Sabiq dalam kitabnya *Fiqh Sunnah* :

Jual beli diartikan sebagai penukaran suatu barang dengan barang lainnya melalui mekanisme yang sah menurut syariat, yang menyebabkan perpindahan hak kepemilikan dan disertai imbalan yang setara. ( Sabiq,t.th:126).

4) Ada sebagian ulama memberikan pemaknaan tentang jual beli

Sebagian ulama memaknai jual beli sebagai pelepasan hak kepemilikan terhadap suatu barang baik dengan barang lain maupun dengan uang yang dilakukan atas dasar saling merelakan. Ulama Hanafiyah juga menjelaskan bahwa jual beli merupakan pertukaran harta dengan harta melalui cara yang dibenarkan syariat dan disepakati oleh kedua pihak ( Suhendi, 2007: 69-70).

5) Menurut hanafiah, Mazhab Hanafiyah memberikan dua pengertian jual beli. Dalam arti khusus, jual beli adalah pertukaran barang dengan uang atau barang tertentu lainnya. Dalam arti umum, jual beli mencakup penukaran harta dengan harta, baik berupa barang, uang, maupun benda lain yang memiliki nilai ( Muslich, 2010 : 173).

6) Menurut syafi'iyah

Ulama Syafi'iyah mendefinisikan jual beli sebagai akad yang memuat unsur saling menukar harta dengan harta yang lain, berdasarkan syarat-syarat tertentu, untuk memperoleh kepemilikan barang atau manfaat secara permanen.

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), Bab IV Pasal 57 KHES menegaskan bahwa dalam pelaksanaan perjanjian jual beli terdapat pihak-pihak yang terlibat, yaitu penjual, pembeli, serta pihak lain yang memiliki keterkaitan langsung dengan akad tersebut (Azani et al., 2021).

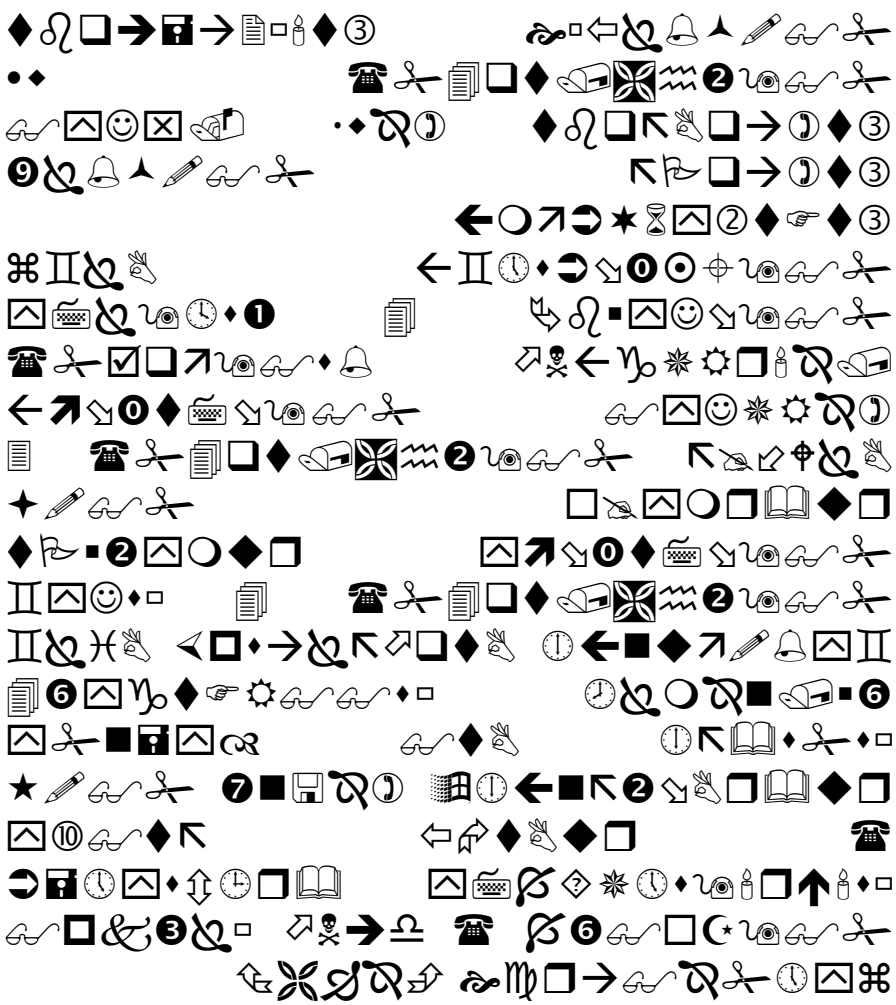
**b. Dasar Hukum Jual Beli**

Menurut Sayyid Sabiq, kegiatan jual beli merupakan salah satu bentuk tolong-menolong di antara manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup. Islam membolehkan praktik jual beli karena adanya landasan yang

jelas dari ayat-ayat Al-Qur'an, hadis Nabi, serta kesepakatan para ulama (ijma');

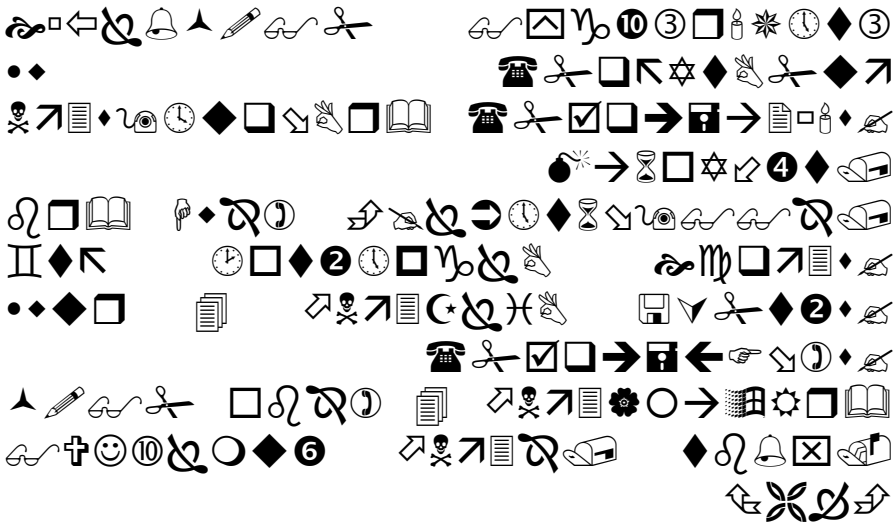
1) Al-Qur'an

Al Baqarah (2): 275



Artinya : *"Orang-orang yang terlibat dalam praktik riba kelak akan bangkit (pada hari kiamat) dalam keadaan tidak stabil, seperti seseorang yang berdiri terhuyung-huyung akibat kerasukan setan. Hal itu terjadi karena mereka menyamakan antara jual beli dan riba. Padahal Allah dengan tegas membolehkan jual beli dan melarang riba. Maka siapa saja yang menerima peringatan dari Tuhannya tentang larangan riba lalu menghentikan praktik tersebut, apa yang telah ia dapatkan sebelumnya tetap menjadi miliknya, dan urusannya diserahkan kepada Allah. Namun, siapa pun yang kembali melakukan riba setelah mendapat peringatan, merekalah penghuni neraka dan mereka akan kekal di dalamnya."*

An-Nisa (4):29



Artinya: *Wahai orang-orang beriman, janganlah kalian memperoleh atau menggunakan harta milik orang lain dengan cara-cara yang tidak dibenarkan. Perbolehan hanya berlaku pada transaksi usaha yang dilakukan secara adil dan didasari kerelaan kedua belah pihak. Selain itu, janganlah kalian mencelakakan diri sendiri, karena Allah senantiasa memberikan kasih sayang kepada kalian.*

1) Hadist

**عَنْ أَبِى سَعِيْدٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: التَّاجِرُ الصَّدُوْقُ الأَمِيْنُ مَعَ النَّبِيِّيْنَ وَلصِدِّيْقِيْنَ وَ الشُّهَدَاءِ – رواه الترمذى**

Artinya: *Menurut riwayat Abu Sa'id, Rasulullah SAW menyampaikan bahwa seorang pedagang yang bersikap jujur dan dapat dipercaya akan ditempatkan bersama para nabi, para siddiqin, dan para syuhada. (HR. Tirmidzi)*

2) Ijma'

Di luar sumber utama seperti Al-Qur'an dan Hadis, para ulama sepakat bahwa praktik jual beli dibolehkan. Hal ini didasari oleh kebutuhan manusia yang tidak dapat hidup mandiri tanpa pertolongan orang lain. Karena itu, barang atau bantuan yang diperoleh dari pihak

lain harus diberikan imbalan yang sepadan sebagai bentuk pertukaran yang adil (Mahfudhoh & Santoso, 2020)

**c. Rukun dan Syarat Jual beli**

Menurut istilah rukun diartikan dengan sesuatu yang terbentuk Srsuatu yang lain dari keberadaannya , mengingat sesuatu itu dengan rukun (unsurnya) itu sendiri, bukan karena tegaknya. Kalau tidak demikian, maka subjek (pelaku) berarti menjadi unsur bagi sifat. Adapun syarat , menurut terminologi para fuqaha seperti diformulasikan Muhammad Khudlari Bek, ialah sesuatu yang ketidakadaannya mengharuskan tidak adanya hukum itu sendiri. Hikmah dari ketiadaan syarat itu berakibat pula meniadakan hikmah hukum atau sebab hukum. Secara defenisi, rukun adalah suatu unsur yang merupakan bagian tak terpisahkan dari suatu perbuatan atau lembaga yang menentukan sah atau tidak adanya sesuatu itu (Siswadi, Wilda & Najihah, 2023)

Menurut imam Nawawi dalam syarah *al-Muhadzab* rukun jual beli meliputi tiga hal, yaitu: harus adanya *akid (*orang yang melakukan akad), *ma'qud alaihi* (barang yang diakadkan) dan *sighat* yang terdiri atas ijab (penawaran) *qabul* (penerimaan). ( Taqiyuddin & Akhyar, 1995)

1) *Akid* adalah pihak-pihak yang melakukan transaksi jual beli, yang terdiri dari penjual dan pembeli. Baik itu merupakan pemilik asli, maupun orang lain yang menjadi wali / wakil dari sang pemilik asli. Sehingga ia memiliki hak dan otoritas untuk mentransaksikanya. ( Djuwaini, 2008)
2) *Ma'qud 'Alaihi* ( objek akad ). Harus jelas bentuk, kadar dan sifat-sifatnya dan diketahui dengan jelas oleh penjual dan pembeli. Jadi, jual beli barang yang samar, yang tidak dilihat oleh penjual dan pembeli atau salah satu dari keduanya, maka dianggap tidak sah. Imam Syafi'i telah mengatakan, tidak sah jual beli tersebut karena ada unsur penipuan. (Rasjid, 2010)
3) *Sighat (* ijab dan qabul )

*Ijaab* adalah perkataan dari penjual, seperti " aku jual barang ini kepadamu dengan harga sekian". Dan *qabul* adalah ucapan dari pembeli, seperti " aku beli barang ini darimu dengan harga sekian". Dimana, keduanya terdapat persesuaian maksud meskipun berbeda lafaz seperti penjual berkata " aku milikkin barang ini", lalu pembeli berkata " aku beli dan sebaliknya. Selain itu tidak terpisah lama antara *ijab* dan *qabul*, sebab terpisah lama tersebut membuat boleh keluarnya ( batalnya) *qabul* tersebut. ( Taqiyuddin & Akhyar, 1995)

**d. Jual Beli yang dilarang**

Dalam hukum ekonomi syariah, pada dasarnya semua bentuk muamalah termasuk jual beli adalah boleh (*mubah*), kecuali terdapat dalil yang melarangnya. Larangan dalam jual beli ditetapkan untuk menjaga keadilan, menghindari kerugian, serta melindungi hak para pihak yang bertransaksi. Jual beli yang dilarang adalah transaksi yang mengandung unsur yang bertentangan dengan prinsip syariah, baik dari sisi akad, objek, maupun cara pelaksanaannya (Zuhaili, 2011).

Rasulullah SAW melarang beberapa bentuk transaksi jual beli karena di dalamnya terdapat unsur *gharar* (ketidakjelasan) yang dapat menyebabkan seseorang mengambil harta orang lain secara tidak sah. Praktik-praktik tersebut juga mengandung unsur penipuan yang pada akhirnya dapat menimbulkan kedengkian, perselisihan, dan permusuhan. Beberapa bentuk jual beli yang dilarang tersebut antara lain;

1) Jual beli barang yang belum diterima

Seorang muslim tidak dibenarkan menjual barang yang sudah dibelinya tetapi belum ia terima secara nyata. Hal ini sesuai dengan sabda Rasulullah SAW: *"Apabila engkau membeli sesuatu, maka jangan engkau menjualnya sebelum engkau menerimanya."* (HR. Ahmad dan At-Tabrani). Larangan ini ditetapkan untuk

menghindarkan penjual dari menjual sesuatu yang belum berada dalam tanggung jawabnya.

2) Jual beli najasy

Dalam Islam, dilarang melakukan praktik najasy, yaitu menawar suatu barang dengan harga tinggi padahal tidak berniat membelinya. Tujuan tindakan ini hanya untuk mempengaruhi calon pembeli lain agar tertarik dan membeli dengan harga lebih mahal. Tidak diperbolehkan pula menyampaikan informasi palsu seperti mengatakan, "Barang ini sudah ditawar sekian," padahal tidak benar. Tindakan seperti ini termasuk bentuk penipuan dan merusak keadilan dalam transaksi. ( Syaifullah, 2014)

3) Jual beli barang haram dan najis

Seorang muslim tidak boleh memperjualbelikan barang-barang yang diharamkan atau najis, serta barang yang dapat mengantarkan kepada perbuatan haram. Contohnya minuman keras, babi, bangkai, berhala, atau anggur yang diniatkan untuk dijadikan minuman keras. Rasulullah SAW bersabda: *"Sesungguhnya Allah mengharamkan jual beli bangkai, babi, dan berhala."* Dalam riwayat lain disebutkan bahwa siapa yang menanam anggur untuk dijual kepada orang yang akan memprosesnya menjadi minuman keras, maka ia telah terjerumus dalam dosa besar (Muttafaq 'Alaih).

4) Jual beli *gharar*

*Gharar* adalah ketidakjelasan atau ketidakpastian mengenai objek transaksi yang berpotensi menimbulkan sengketa. Menurut bahasa Arab, makna al-gharar adalah, *al-khathr* (pertaruhan). Sehingga Syaikhul Islam Ibnu Taimiyyah menyatakan, *al-gharar* adalah yang tidak jelas hasilnya (*majhul al-'aqibah*). Sedangkan menurut *Syaikh As-Sa'di, al-gharar* adalah *al-mukhatharah* (pertaruhan) dan *al-jahalah* (ketidak jelasan). Perihal ini masuk dalam kategori perjudian.

Sehingga , dari penjelasan ini, dapat diambil pengertian, yang dimaksud jual beli gharar adalah, semua jual beli yang mengandung ketidakjelasan, pertaruhan, atau perjudian. Rasulullah SAW melarang jual beli yang mengandung gharar sebagaimana dalam hadis:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

"Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam melarang jual beli al-hashah dan jual beli gharar"

Dalam sistem jual beli gharar ini terdapat unsur memakan harta orang lain dengan cara batil. Padahal Allah melarang memakan harta orang lain dengan cara batil sebagaimana tersebut dalam firmanNya.

Transaksi yang mengandung ketidakjelasan atau spekulasi berlebihan juga dilarang. Misalnya menjual ikan yang masih berada di dalam air, menjual bulu yang masih melekat pada hewan hidup, atau menjual janin hewan dalam kandungan. Rasulullah SAW melarang penjualan ikan di dalam air karena hal itu termasuk gharar yang dapat merugikan salah satu pihak. ( Ghofron, 2002 )

5) Menjual sesuatu yang tidak ada pada penjual

Islam juga melarang menjual sesuatu yang belum dimiliki atau tidak berada dalam kekuasaan penjual. Hal ini dapat merugikan pembeli karena ia berpotensi tidak menerima apa yang dibeli. Dalam beberapa riwayat dijelaskan bahwa Rasulullah SAW melarang transaksi atas sesuatu yang belum dimiliki oleh penjual (Arifin, 2020).

Di sisi lain, terdapat pandangan berbeda dari mazhab Hanafi. Menurut mereka, akad jual beli sudah dianggap sah apabila terjadi kesesuaian kehendak antara kedua belah pihak yang bertransaksi. Tanda adanya kesepakatan tersebut dapat dilihat dari dua indikator utama, yaitu terjadinya ijab-kabul serta tindakan nyata berupa serah terima barang dan pembayaran sesuai kesepakatan. Mayoritas ulama menyebutkan bahwa rukun jual beli terdiri dari tiga unsur pokok;

a) Para pihak yang melakukan akad

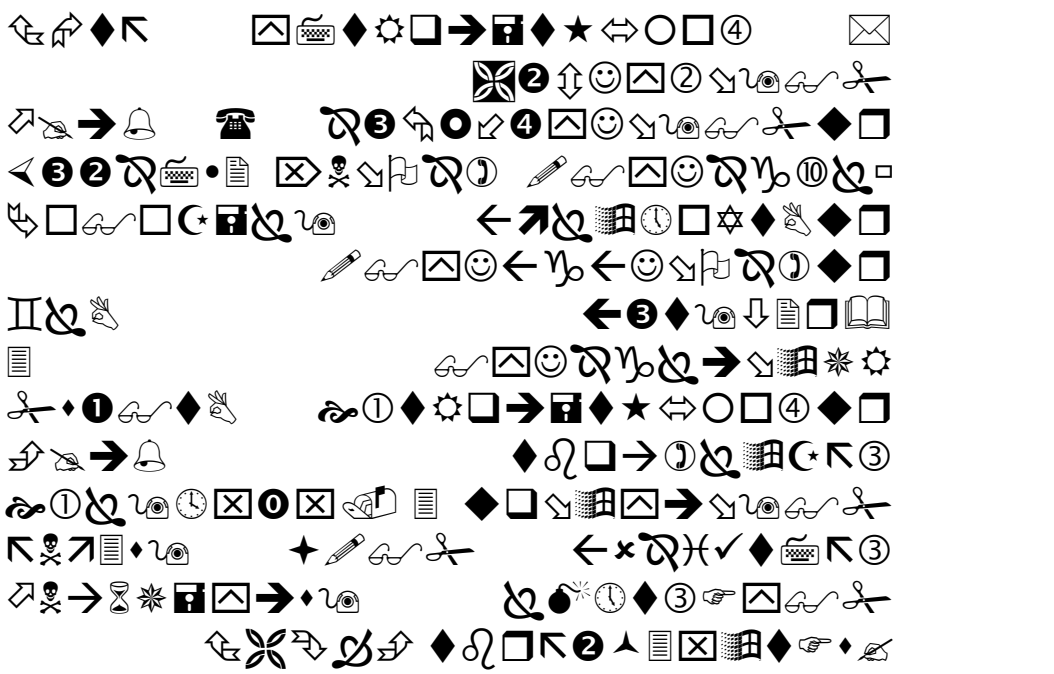
b) Sesuatu yang menjadi objek transaksi

c) Alat tukar atau nilai yang digunakan dalam transaksi

Pada praktik jual beli salam, rukun dan syarat ini terlihat pada adanya modal yang diserahkan di awal serta barang pesanan yang disepakati kedua belah pihak (Putri et al., 2023).

6) Adanya unsur perjudian

Larangan adanya unsur judi terdapat dalam Al-Qur'an surat Al- Baqarah ayat 219:



Artinya: " *Mereka bertanya kepadamu (Nabi Muhammad) tentang khamar64) dan judi. Katakanlah, "Pada keduanya terdapat dosa besar dan beberapa manfaat bagi manusia. (Akan tetapi,) dosa keduanya lebih besar daripada manfaatnya." Mereka (juga) bertanya kepadamu (tentang) apa yang mereka infakkan. Katakanlah, "(Yang diinfakkan adalah) kelebihan (dari apa yang diperlukan)." Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu agar kamu berpikir Khamar adalah segala sesuatu yang mengandung unsur yang memabukkan*". (Al-Baqarah/2:219)

**e. Etika Jual Beli**

Dalam bermuamalah ini kemudian secara mikro mengatur tentang perpindahan kepemilikan yang disebut dengan jual beli. Seorang pengusaha muslim tidak akan mencekik konsumen dengan mengambil laba sebanyak-banyaknya. ( Fauroni, 2002 ) Demikian pula semestinya seorang yang memiliki kemampuan untuk membeli suatu barang tentu tidak harus menawarnya sampai hilang batas rasionalitas akan keuntungan yang dapat diraup oleh pedagang. ( Fauroni, 2002)

Etika jual beli dalam islam merupakan pedoman normatif yang mengatur hubungan antara penjual dan pembeli agar transaksi berlangsung sesuai dengan niali keadilan, kejujuran, dan kemaslahatan. Etika ini berakar pada ajaran akhlak islam yang menempatkan kegiatan ekonomi sebagai bagian dari ibadah sosial (*ibadah ghairu mahdhah)* apabila dilakukan sesuai dengan ketentuan syariat. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, etika jual beli tidak hanya berfungsi sebagai aturan moral, tetapi juga sebagai mekanisme *preventif* untuk mencegah terjadinya praktik ekonomi yang merugikan salah satu pihak. Oleh karena itu, etika jual beli memiliki posisi strategis dalam menjaga keseimbangan hak dan kewajiban para pihak dalam transaksi (Ascarya,2015)

Etika jual beli merupakan seperangkat nilai moral dan perilaku yang mengatur hubungan antara penjual dan pembeli dalam proses transaksi ekonomi agar berlangsung secara adil,jujur dan bertanggung jawab. Secara etika berasal dari kata *ethos* yang berarti kebiasan atau watak, sedangkan dalam konteks ekonomi, etika berfungsi sebagai pedoman dalam menentukan baik dan buruknya suatu perilaku bisnis (Keraf,2010).

Dalam perspektif islam, etika jual beli adalah prinsip prinsip muamalah yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, dan Ijtihad ulama, yang bertujuan untuk menjaga keadilan, menghindari kezaliman, serta

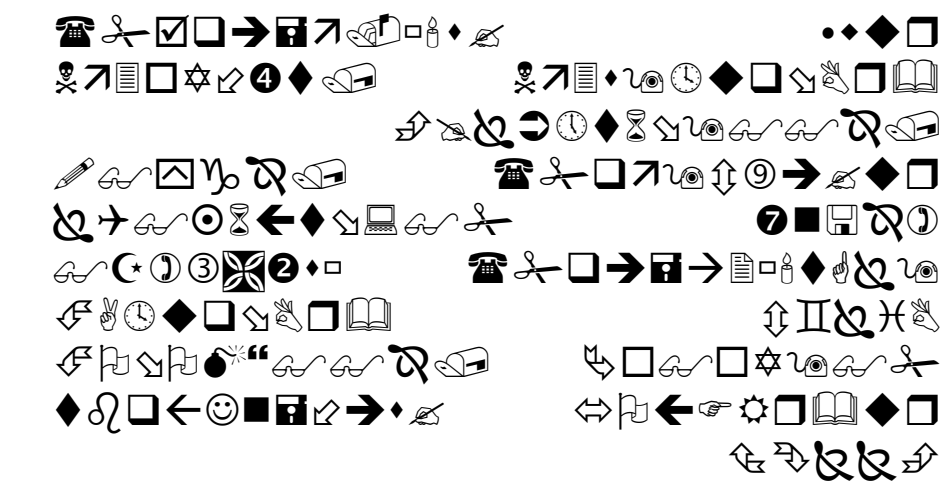
mewujudkan kemaslahatan bagi para pihak yang bertransaksi (Antonio,2015).

Etika bisnis yang dicontohkan Rasulullah saw. telah menjadi pedoman penting dalam bermuamalah. Sejak muda, Nabi Muhammad saw. dikenal sebagai sosok pedagang yang menjunjung tinggi kejujuran, amanah, ketulusan, dan keramahan. Nilai-nilai tersebut kemudian diwujudkan dalam prinsip bisnis Islami yang meliputi *siddiq, amanah, tabligh, dan fathanah*, serta dibingkai dengan moralitas dan prinsip keadilan. ( Hulwati, 2001)

Landasan Etika Jual beli:

1) Al-Qur'an

Allah SWT menegaskan pentingnya etika dalam transaksi ekonomi melalui firman-Nya:



Artinya : "*Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui."* (QS. Al-Baqarah [2]: 188)

Ayat ini menjadi dasar larangan terhadap segala bentuk transaksi yang dilakukan dengan cara curang, manipulatif, atau merugikan pihak lain.

2) Hadis Nabi SAW

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِالْبَيِّعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَتْبَرَكَةُ بَيْعِهِمَا

Artinya:*"Penjual dan pembeli mempunyai hak memilih selama mereka belum berpisah. Apabila keduanya jujur dan menjelaskan (keadaan barang), maka akan diberkahi jual beli mereka. Namun apabila keduanya menyembunyikan (cacat) dan berdusta, maka dihapus keberkahan jual belimereka."* (HR. Bukhari dan Muslim).

Dalam praktik jual beli, aspek etika tidak hanya berkaitan dengan modal atau sarana fisik, tetapi juga menyangkut akhlak, norma, serta kesiapan mental dan spiritual. Unsur-unsur ini tidak boleh diabaikan dalam setiap transaksi (akad). Beberapa prinsip etika jual beli yang perlu dipenuhi antara lain;

1) Taqwa

Ketakwaan menjadi ukuran sekaligus penjamin keberhasilan dalam melakukan transaksi. Sikap ini mengarahkan pedagang untuk selalu berada dalam koridor yang diridhai Allah swt.

2) Tawakal

Islam mengajarkan untuk menyusun strategi dan perencanaan yang matang baik rencana strategis maupun operasional kemudian melaksanakannya sebaik mungkin sambil menyerahkan hasilnya kepada Allah swt.

3) Menghindari sumpah, Seorang pedagang dianjurkan untuk tidak mudah bersumpah, meskipun ucapannya benar. Banyak bersumpah dianggap tidak pantas dan dapat merendahkan nama Allah. Apalagi jika sumpah tersebut bohong dan disengaja, maka hukumnya haram, sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Māidah: 89 dan QS. Āli ‘Imrān: 77.

4) Membuat pembukuan, Pedagang dianjurkan mencatat waktu, tempat, jumlah uang, dan barang dalam setiap transaksi. Pencatatan ini

bertujuan menghindari perselisihan dan lupa, sebagaimana dianjurkan dalam QS. al-Baqarah: 282.

5) Mengeluarkan zakat, infaq, & sedekah, Pedagang yang bersyukur akan menyalurkan sebagian hartanya melalui zakat, infak, dan sedekah. Hal ini menjadi sumber keberkahan, sebagaimana firman Allah dalam QS. Āli ‘Imrān: 92 yang menegaskan bahwa seseorang tidak akan mencapai kebaikan sempurna sebelum menginfakkan harta yang dicintainya.
6) Mempunyai niat baik, Niat yang benar menjadi jalan untuk mendapatkan rezeki yang halal sekaligus meraih ridha Allah swt.
7) Jujur dan amanah, Dua sifat ini merupakan fondasi utama dalam menjaga kepercayaan konsumen dan menjaga keberlangsungan usaha.
8) Qana’ah, Sikap merasa cukup dengan rezeki yang diperoleh akan melahirkan ketenangan dan menghindarkan pedagang dari sifat tamak.
9) Menjaga silaturrahim**,** Hubungan persaudaraan yang kuat melalui silaturrahim dapat menumbuhkan suasana kekeluargaan, memperkuat jaringan sosial, serta membuka peluang untuk saling membantu dalam kebaikan (Jamalauddin, 2017).

Dalam kajian fikih muamalah, etika jual beli mencakup beberapa prinsip pokok sebagai berikut:

1) Prinsip kejujuran (*Shidq)*

Kejujuran menuntut penjual untuk menyampaikan informasi yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan mengenai barang yang diperjualbelikan. Penjual dilarang menyembunyikan cacat barang atau memberikan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya (Sabiq, 2013).

2) Prinsip Keadilan (*Adl)*

Keadilan dalam jual beli berarti tidak merugikan salah satu pihak, baik penjual maupun pembeli. Harga, kualitas barang, dan manfaat yang

diterima harus seimbang dengan nilai tukar yang diberikan (Zuhaili, 2011).

3) Prinsip Keterbukaan (*Transparansi)*

Keterbukaan mengharuskan adanya kejelasan mengenai objek jual beli, termasuk jenis, kualitas, kuantitas, dan harga barang. Ketidakjelasan (*gharar*) yang berlebihan dilarang karena dapat menimbulkan perselisihan dan ketidakadilan (Hasan ,2022).

4) Prinsip Tanggung Jawab

Penjual bertanggung jawab atas barang yang diperdagangkan dan wajib memberikan ganti rugi apabila barang tersebut menimbulkan kerugian bagi pembeli. Prinsip ini sejalan dengan kaidah *al-ghunmu bi al-ghurmi* (keuntungan sebanding dengan risiko) (Ascarya, 2015).

**2. Hukum Ekonomi Syariah**

**a. Pengertian Hukum Ekonomi Syariah**

Hukum ekonomi syariah merupakan seperangkat norma dan ketentuan hukum yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis*, ijma', qiyas*, dan *ijtihad* ulama yang mengatur aktivitas ekonomi manusia agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Aktivitas ekonomi tersebut meliputi produksi, distribusi, konsumsi, serta transaksi muamalah lainnya dengan tujuan mewujudkan keadilan, kemaslahatan, dan keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat.

Hukum Ekonomi Syariah dalah hukum yang mengatur perilaku ekonomi manusia berdasarkan nilai-nilai Islam yang bertujuan untuk menciptakan keadilan sosial dan kesejahteraan umat (Manan,2012). Hukum Ekonomi Syariah berfungsi sebagai pedoman dalam menjalankan kegiatan ekonomi agar terhindar dari praktik yang dilarang syariah seperti riba, *gharar,* dan *maysir* (Ascarya, 2015). Dengan demikian, hukum ekonomi syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi, tetapi juga menekankan aspek moral, etika, dan tanggung jawab sosial dalam setiap aktivitas ekonomi.

Kata *hukum* dalam bahasa Indonesia berasal dari kata Arab *ḥukm* yang berarti "putusan" (*judgement*) atau "ketetapan" (*provision*). Dalam *Ensiklopedi Hukum Islam*, hukum diartikan sebagai penetapan terhadap suatu perkara atau peniadaan atasnya. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, kajian ekonomi Islam selalu terikat pada nilai-nilai keislaman, khususnya ketentuan halal dan haram. Karena pembahasan halal–haram sendiri merupakan bagian dari ranah hukum, maka secara langsung terlihat adanya hubungan yang sangat erat antara hukum, ekonomi, dan syariah. Penggunaan istilah *syariah* sebagai padanan *fiqh* dapat dilihat secara nyata, misalnya pada penetapan syariah Islam sebagai sumber legislasi di beberapa negara Muslim, serta pada konsep perbankan syariah, asuransi syariah, dan ekonomi syariah (Habibullah, 2017).

Dalam kehidupan bermasyarakat, istilah "Hukum Ekonomi Syariah" dipahami sebagai hukum ekonomi Islam yang bersumber dari sistem ekonomi Islam yang dipraktikkan dalam masyarakat, yakni penerapan fiqih pada bidang ekonomi. Setiap pelaksanaan sistem ekonomi dalam masyarakat memerlukan aturan hukum untuk menciptakan ketertiban serta menyelesaikan sengketa yang hampir pasti muncul dalam interaksi ekonomi. Dengan demikian, Sistem Ekonomi Syariah membutuhkan keberadaan Hukum Ekonomi Syariah sebagai instrumen penyelesaian berbagai problem dan sengketa yang timbul di tengah masyarakat.

**b. Ruang Lingkup Hukum Ekonomi Syariah**

Hukum ekonomi syariah merupakan bagian dari hukum Islam yang mengatur seluruh aktivitas ekonomi manusia yang berkaitan dengan harta (*muamalah maliyah*) agar berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Aktivitas ekonomi tersebut mencakup proses perolehan, pengelolaan, pendistribusian, dan pemanfaatan harta guna mewujudkan keadilan, kesejahteraan, dan kemaslahatan umat. Hukum Ekonomi Syariah mengatur seluruh bentuk perbuatan hukum yang dilakukan

manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup di bidang ekonomi dengan berlandaskan nilai-nilai Islam (Manan, 2012).

**c. Prinsip Prinisip Hukum Ekonomi Syariah**

Hukum Ekonomi Syariah dibangun atas beberapa prinsip dasar, antara lain:

1) Prinsip Tauhid

Seluruh aktivitas ekonomi merupakan bagian dari ibadah kepada Allah SWT, sehingga harus dijalankan sesuai ketentuan syariah (Chapra, 2001).

*2)* Prinsip Keadilan (‘*Adalah)*

Keadilan menuntut agar setiap transaksi tidak merugikan salah satu pihak dan memberikan hak secara proporsional (Manan, 2012).

3) Prinsip Kerelaan (*An-Taradhin*)

Setiap transaksi harus dilakukan atas dasar suka sama suka tanpa paksaan atau penipuan.

4) Prinsip Kemaslahatan

Aktivitas ekonomi harus membawa manfaat dan menghindarkan mudarat bagi masyarakat (Al-Ghazali, 2000)

5) Prinsip Kejujuran dan Transparansi

Pelaku ekonomi wajib memberikan informasi yang jelas dan benar terkait objek transaksi (Karim, 2016)

**d. Larangan dalam Hukum Ekonomi Syariah**

Hukum ekonomi syariah melarang praktik ekonomi yang bertentangan dengan prinsip keadilan, antara lain:

1) Riba
2) *Gharar* (Ketidakjelasan)
3) *Maysir* (Spekulasi/untung-untungan)
4) *Tadlis* (Penipuan)
5) *Ikhtikar* (Penimbunan barang)

Larangan ini bertujuan melindungi pihak yang lemah dan menciptakan keseimbangan ekonomi (Qardhawi, 2010)

**e. Tujuan Hukum Ekonomi Syariah**

Tujuan hukum ekonomi syariah sejalan dengan *maqashid al-syariah*, yaitu:

1) Menjaga harta (*hifz al-mal)*
2) Menegakkan keadilan
3) Mewujudkan kesejahteraan masyarakat
4) Mencegah eksploitasi ekonomi
5) Menciptakan stabilitas ekonomi

**3. Praktik Penjualan *Mystery Box***

**a. *Mystery Box***

*Mystery box* merupakan salah satu bentuk praktik jual beli kontemporer yang menawarkan barang dalam kemasan tertutup, di mana isi barang tersebut tidak diketahui secara pasti oleh pembeli pada saat akad berlangsung. Konsumen hanya diberikan informasi terbatas berupa tema, kategori, atau kisaran nilai barang, sementara jenis, merek, dan kualitas barang baru diketahui setelah kemasan dibuka.

*Mystery box* adalah sebuah produk yang berisi barang-barang acak sehingga pembeli tidak mengetahui isi yang akan diterimanya. Konsumen umumnya membeli *mystery box* karena rasa penasaran dan ingin merasakan kejutan dari produk yang didapat. Dalam sistem ini, pembeli hanya dapat memilih kategori atau jenis *mystery box*, tetapi tidak dapat menentukan isi di dalamnya. Karena itulah konsep ini dikenal sebagai model penjualan *mystery box*.

Jual beli *mystery box* ialah strategi penjualan dengan cara pelapak memasarkan produk tanpa menyebutkan kriteria barang secara detail. Pelapak hanya menyebutkan tema dan harga barang. Seperti contoh, ketika toko X ingin menjual produk dengan tema aksesoris hp, pada tampilannya hanya dipaparkan gambar kardus atau kotak tanda tanya besar dengan bertuliskan *mystery box*.

Isi dari *mystery box* sangat beragam, mulai dari fashion muslim, perlengkapan rumah, pakaian bayi dan anak, perhiasan emas, produk

kecantikan, figur atau mainan koleksi, kosmetik, pakaian, komik, hingga handphone atau perangkat elektronik. Ada pula yang berisi alat tulis, jam tangan, dan berbagai produk lainnya.

Di toko offline, penjualan *mystery box* sering digunakan sebagai strategi pemasaran. Biasanya metode ini dimanfaatkan untuk menarik minat pembeli atau sebagai cara untuk menghabiskan stok lama yang sulit terjual, atau dikenal sebagai cuci gudang.

**b. Awal Mula Tren *Mystery Box* di Indonesia**

Ide penjualan *mystery box* atau kotak misteri ini juga sempat digunakan oleh Gramedia. Pada saat itu, Gramedia menjual beberapa kotak misteri yang isi di dalamnya terdapat beragam jenis buku dengan genre yang cukup beragam dan dijual dengan harga tertentu. Bukan Gramedia saja, Toko Respiro yang di kenal dengan beragam produk fashion anak motor pun pernah melakukan hal yang serupa. Namun dalam penjualan kotak misteri yang dilakukannya. Respiro memberikan keterangan bahwa kotak tersebut berisi dari 20-30 jenis jaket bermerek. Namun memang tampilan model serta pilihan warnanya diberikan secara random. Karena itulah penjual menyatakan bahwa produk *mystery box* tersebut sangat cocok untuk dibeli oleh reseller. Pasalnya mereka bisa mendapatkan keuntungan yang jauh lebih banyak dari menjual isi yang ada di dalam kotak misteri itu tadi.

Saat ini, penjualan *mystery box* sudah tidak asing lagi terdengar di kalangan masyarakat Indonesia, dari usia muda sampai usia dewasa mengikuti tren kotak misteri ini, dan tidak sedikit yang sudah menjadi korban. Tren *mystery box* juga marak di kalangan youtuber yang ada di Indonesia, dan biasanya mereka mengeluarkan dana yang tidak sedikit untuk membeli *mystery box,* dari mulai ratusan hingga jutaan yang mereka keluarkan untuk membeli produk ini. Tetapi hal itu tidak sama sekali memberatkan bagi mereka, dengan alasan untuk membuat penonton atau fans setianya senang dengan apa yang mereka berikan. Dan biasanya, hasil dari video yang mereka buat akan mendapatkan

bayararan dari *adsense* yang mereka peroleh dari kerjasama perusahaan raksasa Google dengan perusahaan Youtube. Hal ini yang menjadi salah satu sebab semakin banyaknya lapak yang menjual produk dengan sistem kotak misteri (*mystery box*), dan tidak sedikit pula masyarakat yang mengikuti tren ini karena hanya sebatas iseng dan ada juga yang beranggapan serius dan menaruh harapan lebih pada barang yang akan didapat nantinya.( Arradian, 2021 )

**c. Karakteristik Praktik Penjualan *Mystery Box***

Secara umum, praktik penjualan mystery box memiliki beberapa karakteristik utama, antara lain:

1) Barang dikemas dalam kotak tertutup
2) Isi barang tidak diketahui secara pasti oleh pembeli saat akad
3) Informasi yang diberikan bersifat umum (tema atau kisaran harga)
4) Harga ditetapkan di awal dan tidak dapat ditawar
5) Tidak tersedia pengembalian barang setelah dibuka

Karakteristik tersebut menjadikan mystery box sebagai bentuk jual beli yang mengandung unsur ketidakpastian dan spekulasi, sehingga perlu dikaji dari perspektif hukum ekonomi syariah dan hukum perlindungan konsumen (Rahmawati, 2021)

**4. UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999**

Perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dalam kegiatan transaksi barang dan/atau jasa. Perlindungan konsumen bertujuan untuk menciptakan hubungan yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha, serta mencegah terjadinya praktik usaha yang merugikan konsumen.

Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari konsumen yang lebih luas. Secara definitif, Nasution mengemukakan bahwa hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat melindungi bagi kepentingan konsumen.

Hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas atau kaidah yang mengatur hubungan dan masalah antara jasa konsumen di dalam pergaulan hidup. Perlindungan konsumen menurut Business English Dictionary adalah protection consumer against unfair or ilegal traders. Perlindungan kosumen juga bisa di artikan sebagai istilah yang digunakan untuk diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan pada diri konsumen sendiri (Irianto et al., 2023).

Undang-Undang perlindungan konsumen menyatakan bahwa perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen mempunyai cakupan luas yang meliputi perlindungan konsumen terhadap barang atau jasa hingga sampai pada akibat dari pemakaian barang atau jasa tersebut. Perlindungan konsumen merupakan kepentingan untuk masalah yang dihadapi manusia, jadi harapan untuk seluruh bangsa yang ada di dunia agar dapat mewujudkannya, dan untuk mewujudkan perlindungan konsumen ini dalam berbagai dimensi satu sama lain adanya keterkaitan untuk saling ketergantungan antara konsumen, pengusaha, dan pemerintah.

Hukum perlindungan konsumen menurut Mochtar Kusumaatmadja adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah hukum untuk melindungi konsumen serta mengatur konsumen dalam masalah serta hubungannya dengan para penyedia barang atau jasa konsumen. Menurut pendapat lain dari N.H.T Siahan, hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen beranggapan tidak perlu ada pembeda arti keduanya yaitu menurut serangkaian norma-norma yang tujuannya ialah melindungi kepentingan seorang konsumen atas pemenuhan barang atau jasa yang berdasarkan atas kemanfaatan, keadilan, keamanan, keseimbangan , serta keselamatan untuk konsumen dam kepastian hukum konsumen (Awaludin, 2021).

Dalam praktik perdagangan modern, konsumen sering berada pada posisi yang lemah karena keterbatasan informasi, pengetahuan, dan daya

tawar, sementara pelaku usaha memiliki penguasaan terhadap informasi, modal, serta mekanisme produksi dan distribusi barang dan/atau jasa. Oleh karena itu, negara berkewajiban hadir untuk memberikan perlindungan hukum guna menjamin hak-hak konsumen serta menciptakan iklim usaha yang sehat dan berkeadilan (Nasution,2006)

Secara normatif, pengertian perlindungan konsumen telah dirumuskan secara tegas dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah *segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen*. Rumusan ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya bersifat moral atau etis, melainkan merupakan kewajiban hukum yang harus ditegakkan melalui peraturan perundang-undangan.

Adapun Menurut Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 yakni "Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen". Di dalam hukum perlindungan konsumen pula, diatur berbagai hak dan kewajiban konsumen maupun pelaku usaha. Dalam hal ini, yang dimaksud dengan konsumen dijelaskan pada pasal 1 angka (2) Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yakni "Konsumen adalah setiap orang Pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan".

Sedangkan, yang dimaksud dengan pelaku usaha dijelaskan pada Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa "Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha berbagai bidang ekonomi. ( Indonesia,1999,UU NO 8 Tahun 1999)

**5. Asas-Asas Dan Tujuan Perlindungan Konsumen**

**a. Asas Perlindungan Konsumen**

Undang-Undang perlindungan konsumen telah mengatur masalah asas-asas dan kaidah mengenai keseimbangan kepentingan antara konsumen dan pelaku usaha. Masalah tersebut terdapat dalam pasal 2 UUPK menyatakan perlindungan konsumen berdasarkan 5 asas:

Sutarman Yodo dan Ahmad Miru menjelaskan kelima asas tersebut diselenggarakan sebagai tujuan usaha bersama yang relevan dalam pembangunan nasional di antara asas-asas tersebut ialah.

1) Asas Manfaat.

Mengamankan segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen oleh sebab itu harus dapat memberikan kemanfaatan sebesar mungkin untuk kepentingan pelaku usaha serta konsumen secara menyeluruh.

2) Asas Keadilan.

Seluruh rakyat agar dapat berpartisipasi dalam mewujudkan secara maksimal serta dapat memberikan kesempatan kepada konsumen serta pelaku agar dapat melaksanakan kewajiban secara adil dan memperoleh haknya.

3) Asas Keseimbangan.

Memberikan kepada konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah keseimbangan dalam arti materil dan spritual. Pemerintah dalam asas keseimbangan ini tidak dilihat dalam hubungan transaksi yang dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen. Namun lebih kepada pembatasan dalam bentuk kebijakan dalam berbagai peraturan perundanh-undangan.

4) Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen.

Memberikan jaminan rasa aman dan keselamatan dalam hal pemakaian, pemanfaatan, dan penggunaan barang atau jasa yang digunakan atau dikonsumsi kepada konsumen.

5) Asas Kepastian Hukum

Pelaku usaha dan konsumen dalam hal kepastian hukum dimaksudkan agar menaati hukum, mendapatkan keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Pasal 2 UUPK menegaskan bahwa dari kelima asas perlindungan konsumen yang telah dijelaskan diatas yaitu perlindungan konsumen dapat diibaratkan sebagai sekeping uang logam yang berbeda antar kedua sisi. Satu sisi merupakan sisi pelaku

usaha dan sisi lainnya yaitu konsumen, tidak mungkin jika hanya menggunakan satu sisi tanpa menggunakan kedua sisi sekaligus.

6) Tujuan Perlindungan Konsumen.

Tujuan perlindungan konsumen terdapat di dalam pasal 3 Undang-Undang perlindungan konsumen, yaitu:

a) Meningkatkan kemandirian, kemampuan serta kesadaran konsumen agar dapat melindungi diri.
b) Mengangkat harkat serta martabat kepada seorang konsumen dengan cara menghindari dari akses negatif pemakaian barang atau jasa.
c) Meningkatkan pemberdayaan kepada konsumen dalam menuntut, memilih, dan menentukan haknya
d) Menciptakan sistem perlindungan hukum yang mengandung unsur keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi dan unsur kepentingan hukum.
e) Menumbuhkan rasa kesadaran kepada pelaku usaha tentang pentingnya perlindungan perlindungan agar tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusah.
f) Meningkatkan dan menjamin kualitas barang atau jasa serta kelangsungan usaha produksi dalam hal kesehatan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen.( Shofie, 2006 )

**b. Hak dan Kewajiban Konsumen**

Perlindungan konsumen dalam hal melindungi bukan hanya sekedar fisik namun juga bersifat abstrak dalam perlindungan hukum tentang hak-hak konsumen itu sendiri. Dalam pasal 4 UUPK telah dijelaskan hak-hak konsumen yaitu antara lain:

1) Hak untuk keselamatan serta kenyamanan mengkonsumsi barang atau jasa.
2) Hak dalam memilih barang atau jasa dan mendapatkannya sesuai kondisi, nilai tukar, dan jaminan yang telah dijanjikan.

3) Hak mendapatkan informasi yang jujur, benar, dan jelas tentang kondisi serta jaminan barnag atau jasa. digunakan.
4) Hak untuk didengar keluhannya serta pendapatnya atas barang atau jasa yang
5) Hak dalam mendapatkan upaya penyelesaian sengketa perlindungan secara patut serta mendapat perlindungan hukum.
6) Hak mendapat pendidikan dan pembinaan konsumen.
7) Hak untuk dilayani dan diperlakukan dengan jujur, benar, serta tidak diskriminatif.
8) Hak dalam mendapat ganti rugi berupa kompensasi serta penggantian jika barang atau jasa yang diterima tidak sesuai sebagaimana mestinya pada saat perjanjian.
9) Hak yang telah diatur dalam peraturan perundang-udangan lainnya. ( Kristiyani, 2017 )

Sedangkan kewajiban konsumen terdapat dalam pasal 5 UUPK antara lain, yaitu:

1) Membaca dan mengikuti petunjuk informasi serta prosedur pemakaian dan juga cara pemanfaatan barnag atau jasa, untuk keselamatan dan keamanan.
2) Mempunyai itikad baik untuk bertransaksi dalam pembelian barang atau jasa.
3) Membayar nilai tukar yang sesuai dengan apa yang telah disepakati.
4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengeketa perlindungan konsumen secara patut. ( Kristiyanti, 2017)

**c. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha**

Selain konsumen, pelaku usaha juga mempunyai hak-hak yang telah diatur dalam pasal 6 UUPK diantara hak-hak tersebut, ialah:

1) Hak dalam mendapatkan pembayaran sesuai dengan apa yang telah diperdagangkan. mempunyai itikad tidak baik. disepakati tentang nilai tukar baran atau jasa serta kondisi yang

2) Hak dalam mendapatkan perlindungan hukum atas tindakan konsumen yang
3) Hak dalam mendapatkan pembelaan diri sepatutnya dalam menyelesaikan hukum sengketa konsumen.
4) Hak dalam rehabilitasi nama baik jika terbukti secara hukum bahwa kerugian yang di alami oleh konsumen bukan akibat dari barang atau jasa yang diperdagangkan.

Kewajiban pelaku usaha juga telah diatur dalam pasal 7 UUPK, terdapat tujuh kewajiban pelaku usaha antara lain:

1) Melakukan itikad baik dalam setiap usaha yang dilakukan.
2) Memberi informasi jujur, benar serta jelas tentang jaminan dan kondisi barang atau jasa dan juga memberikan penjelasan mengenai penggunaan, pemeliharaan, serta perbaikan barang atau jasa.
3) Melayani secara jujur, benar, dan tidak diskriminatif kepada konsumen.
4) Menjamin produksi serta dagangan barang atau jasa sesuai ketentuan standar mutu barang atau jasa yang telah berlaku.
5) Memberikan kepada konsumen kesempatan untuk mencoba atau menguji barang atau jasa dan juga memberikan garansi atau jaminan terhadap barang yang dibuat atau diperdagangkan.
6) Memberikan kepada konsumen ganti rugi atau penggantian berupa kompensensi atas barang atau jasa yang menyebabkan kerugian pada saat pemanfaatan, penggunaan, dan pemakaian yang telah diperdagangkan.
7) Memberikan kepada konsumen ganti rugi atau penggantian berupa kompensensi jika barang atau jasa pada saat perjanjian tidak sesuai. ( Tadjuddin, 2018)

**d. Larangan bagi pelaku usaha**

Pasal 8 UUPK melarang pelaku usaha memproduksi atau memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan standar, tidak sesuai dengan kondisi yang dijanjikan, atau memberikan informasi yang

menyesatkan. Dalam praktik *mystery box*, apabila pelaku usaha tidak memberikan informasi yang memadai mengenai isi atau nilai barang, maka praktik tersebut berpotensi bertentangan dengan ketentuan Pasal 8 UUPK (Shidarti,2006).

## B. Penelitian Relevan

Dalam penelitian yang relevan digunakan sebagai pendukung terhadap penelitian yang akan di lakukan. Di satu sisi juga merupakan bahan pembanding terhadap penelitian yang ada,baik mengenai kelebihan dan kekurangan yang ada sebelumnya.Serta dapat menguatkan argumen , sehingga dalam hal ini penulis mengambil penelitian yang berkaitan dengan judul yang di angkat.

1. **Skripsi berjudul *"Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Bisnis Subscription Box"* yang ditulis oleh Riska Astika pada tahun 2018 di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung** menyimpulkan bahwa praktik bisnis Subscription Box kategori Non-surprised Subscription Box dan Hybrid Subscription Box sesuai dengan rukun dan syarat jual beli salam sebagaimana dijelaskan dalam teori fikih muamalah, fatwa DSN-MUI No. 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Salam, dan KHES Buku II tentang Akad Bab V mengenai akibat bai', khususnya bagian jual beli salam. Oleh karena itu, kedua jenis Subscription Box tersebut dinilai sah menurut hukum syariah. Namun, untuk kategori Surprised Subscription Box, praktiknya tidak memenuhi ketentuan objek akad salam karena barang pesanan tidak dijelaskan secara spesifik, baik jenis, macam, sifat, ukuran, maupun jumlahnya. Ketidakjelasan tersebut memenuhi unsur *gharar al-katsir*, sehingga transaksi dinyatakan tidak sah. Perbedaan penelitian ini mengkaji mengenai bagian jual beli salam yang merupakan jual beli online sedangkan penelitian ini mengkaji terkait pandangan hukum ekonomi syariah dan uu perlindungan konsumen serta secara offline.
2. **Penelitian berjudul *"Transaksi Jual Beli Mystery Box pada Situs Shopee Ditinjau dalam Perspektif Ba'i Salam (Studi Kasus di Banda Aceh)"* yang**

**ditulis oleh Miftahul Jannah pada tahun 2020** menjelaskan bahwa praktik pembelian Mystery Box di Shopee dilakukan dengan memesan dan membayar terlebih dahulu, sementara pembeli tidak mengetahui barang yang akan diterima. Penjual dianggap tidak bertanggung jawab atas isi produk karena informasi mengenai barang telah dicantumkan sebelumnya pada bagian deskripsi. Berdasarkan ketentuan akad ba'i salam, transaksi Mystery Box tersebut tidak sah karena tidak terpenuhinya syarat spesifikasi barang yang harus jelas. Selain itu, praktik ini masuk dalam kategori jual beli yang mengandung unsur gharar. Perbedaan penelitian ini mengkaji mengenai pada platfrom online yaitu Shoope sedangkan penelitian ini mengkaji terkait pandangan hukum ekonomi syariah dan uu perlindungan konsumen serta secara offline.

3. **Penelitian berjudul *"Tinjauan Hukum Islam dan Perdata terhadap Jual Beli Sistem Mystery Box di Situs www.Bukalapak.com"* yang ditulis oleh Muhamad Rokib Qomarudin pada tahun 2019 di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya** menjelaskan bahwa menurut perspektif hukum Islam, jual beli barang yang tidak diketahui secara rinci namun disebutkan jenisnya masih dapat dibolehkan karena penyebutan jenis dianggap sebagai penjelasan sifat barang. Akan tetapi, menurut hukum perdata Pasal 1320, praktik jual beli Mystery Box di lapak Bimantoro dan TOKO_MYSTERIOUS_BOX dinyatakan batal demi hukum karena tidak memenuhi syarat objektif mengenai causa yang halal. Hal ini disebabkan praktik tersebut melanggar aturan internal Bukalapak, khususnya aturan pelapak nomor 23. Perbedaan penelitian ini mengkaji mengenai pada platfrom online yaitu Shoope sedangkan penelitian ini mengkaji terkait pandangan hukum ekonomi syariah dan uu perlindungan konsumen serta secara offline.

4. **Peneitian yang dilakukan oleh Theresia Nadya Saronika "tinjauan fiqih muamalah terhadap praktek jual beli Mystery Box di Lazada (studi kasus pada akun izzat store)" (2020)** Hasil penelitian menunjukkan

bahwa, jual beli mystery box adalah jual beli online di mana pembeli hanya mengetahui informasi mengenai jenis barang dan selebihnya barang hanya akan ditentukan oleh penjual. Selain itu, para penjual mystery box tidak memberikan hak kepada pembeli untuk mengembalikan mystery box yang telah dibeli. Menurut fiqih muamalah, bahwa jual beli mystery box diperbolehkan apabila barang yang dijual dijelaskan jenisnya, akan tetapi menurut 7 Imam Syafi'i jual beli seperti *mysterybox* tidak diperbolehkan dan termasuk ke dalam jual beli Gharar. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah objeknya sama-sama meneiliti jual beli mystery box. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penulis saat ini adalah perspektif yang di gunakan dan objek penelitian.

5. **Penelitian yang dilakukan oleh Adi Kurnia Sandy "tinjauan hukum islam tentang jual beli Mystery Box (studi kassus di toko online lazada)" (2020)** Dari penelitian jual beli mystery box pada toko online lazada ini terdapat 3 orang penjual (mitra lazada) dan 3 orang pembeli dengan penjual yang memasang harga Mystery Box nya bervariasi sesuai dengan iming-iming barang yang terdapat di dalam box tersebut dan pembeli membeli mystery box dengan harga yang sesuai dengan kemampuan nya. Jual beli mystery box di toko online Lazada menurut hukum Islam hukumnya batal karena pada praktiknya terdapat beberapa faktor yang tidak memenuhi ketentuan syarat jual beli. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah objeknya sama-sama meneiliti jual beli mystery box. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penulis saat ini adalah perspektif yang di gunakan dan objek penelitia

6. **Penelitian yang dilakukan oleh Risca Selfeny "implementasi jual beli online *Mystery Box* di marketplace shoppe tinjauan hukum islam" (2022)** Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaplikasian jual beli online Mystery Box yang dilakukan oleh reseller resmi brand Beautetox di marketplace Shoppe sah pada saat melakukan transaksi di marketplace Shoppe (pihak ketiga). Namun, dalam memenuhi syarat jual beli dalam

Islam dan hukum perdata yang berlaku tidak terpenuhi dikarenakan barang yang menjadi objek jual beli tidak diberitahukan kepada konsumen yang merupakan hak konsumen untuk mengetahui isi dari produk yang dibeli. Terdapat aturan baku yang dapat merugikan salah satu pihak.Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah objeknya sama-sama meneiliti jual beli mystery box. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penulis saat ini adalah perspektif yang di gunakan dan objek penelitian serta mengkaji terkait pandangan hukum ekonomi syariah dan uu perlindungan konsumen serta secara offline.

7. **Penelitian yang dilakukan oleh Ach. Riefqy Kurniawan "jual beli Mystery Box di marketplace bli bli di tinjau dalam perspektif fiqih muamalah" (2023)** Berdasarkan tinjauan perspektif fiqh muamalah, jual beli Mystery Box di marketplace Blibli bertentangan dengan rukun dan syarat jual beli, karena dalam praktik jual beli ini terdapat unsur ketidak jelasan terhadap barang yang diperjualbelikan, sehingga menyebabkan unsur gharar dalam jual beli. 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. Jual beli, mystery box, fiqh muamalah.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah objeknya sama-sama meneiliti jual beli mystery box. Sedangkan Perbedaan penelitian terdahulu dengan penulis saat ini adalah perspektif yang di gunakan dan objek penelitian mengkaji terkait pandangan hukum ekonomi syariah dan uu perlindungan konsumen serta secara offline.

# BAB III
# METODE PENELITIAN

## A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah penelitian lapangan *(field research)* dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami secara mendalam tentang praktik penjualan *mystery box* dalam perspektif hukum ekonomi syariah dan UU No 8 tahun 1999 ssebagai perbandingan di Toko Asmara Jaya Bukittinggi. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan pemahaman yang komprehensif dan mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

## B. Latar dan Waktu Penelitian

### 1. Latar Penelitian

Penelitian ini akan berfokus di Toko Asmara Jaya. yang berlokasi di Jalan Sutan Syahrir No. 75A, Tarok Dipo, Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi. Alasan pemilihan Toko Asmara Jaya sebagai lokasi penelitian adalah didasarkan karena Toko Asmara Jaya merupakan Toko yang memiliki barang barang yang lengkap untuk dijual khususnya *mystery box*.

### 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian merupakan rentang yang dibutuhkan untuk menyelesaikan seluruh proses penelitian. Pada studi ini, pelaksanaan penelitian dilakukan secara bertahap mulai dari bulan Juni hingga Desember 2025. Alur kegiatan penelitian disusun secara sistematis agar setiap tahap berjalan sesuai tujuan. Secara umum, rangkaian aktivitas yang dilakukan sepanjang proses penelitian dapat digambarkan sebagai berikut.

**Tabel 3. 1**
**Waktu Penelitian**

| Keterangan | 2025 | | | 2026 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Jun | Nov | Des | Jan | Feb |
| Survey Awal | | | | | |
| Bimbingan Proposal | | | | | |
| Seminar Proposal | | | | | |
| Penelitian | | | | | |
| Pengolahan Data | | | | | |
| Pelaporan Penelitian (Skripsi) | | | | | |
| Bimbingan Skripsi | | | | | |
| Munaqasah | | | | | |

*Sumber: Data Peneliti Penulis*

## C. Instrument Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti memakai 2 instrumen penelitian yaitu:

1. Instrumen utama , yaitu peneliti sendiri
2. Instrumen pendukung, yaitu panduan wawancara,alat perekam suara,buku catatan dan alat tulis,perangkat ponsel pintar (Smartphone) sebagai sarana dokumentasi dan komunikasi yang relevan selama kegiatan lapangan berlangsung.

## D. Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data dipahami sebagai segala bentuk informasi yang berasal dari berbagai pihak atau individu yang mampu memberikan penjelasan serta memperkaya pemahaman terhadap masalah yang diteliti. Data yang digunakan terbagi ke dalam dua jenis, yaitu **data primer** sebagai informasi utama yang diperoleh langsung dari narasumber, dan **data sekunder** sebagai informasi pendukung yang berasal dari dokumen atau literatur lain

**1. Sumber data primer**

Sumber data primer yang peneliti ambil yaitu dari pemilik dan karyawan serta pembeli di Toko Asmara Jaya Bukittinggi.

**2. Sumber data sekunder**

Dalam penelitian ini sumber data sekunder adalah konsumen atau pembeli. Dalam memperoleh sumber data sekunder penelitian ini menggunakan snowball sampling, yaitu teknik penentuan informan secara berantai. *Snowball sampling* membantu penulis didalam menemukan informan yang relevan. Penulis memilih informan awal yaitu konsumen terlebih dahulu untuk diwawancara kemudian meminta informan tersebut merekomendasikan informan berikutnya.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik untuk memperoleh data yang dibutuhkan, yaitu sebagai berikut;

**1. Wawancara**

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui proses tanya jawab, baik secara langsung maupun melalui sambungan telepon. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan informasi primer dari pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan *mystery box*. Penulis mewawancarai narasumber yang memiliki pengalaman langsung terkait praktik tersebut.

Pelaksanaan wawancara dilakukan secara semi terstuktur. Hal ini bertujuan agar proses penggalian informasi mendapatkan pemahaman mendalam serta instrumen disiapkan bisa dikembangkan lebih jauh. Adapun informan dalam wawancara ini adalah pihak-pihak yang telah disebutkan sebagai sumber data primer.

Selain itu, dokumentasi turut digunakan untuk memperoleh data langsung dari lokasi penelitian. Bentuk dokumentasi tersebut meliputi buku-buku relevan serta bukti wawancara berupa foto yang terkait dengan penelitian.

**2. Observasi**

Observasi lapangan dilakukan dengan cara mengamati secara langsung berbagai bentuk praktik transaksi serta kondisi nyata yang berlangsung di lapangan. Hasil pengamatan tersebut kemudian dicatat secara sistematis agar peneliti dapat menarik kesimpulan berdasarkan fakta empiris.

## F. Teknik Analis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif yaitu menggunakan model Miles And Huberman sebagai berikut :

**1. Reduksi Data (*Data reduction*)**

Reduksi data merupakan proses penyederhanaan, pemilihan, dan pemfokusan data mentah yang diperoleh di lapangan, dengan tujuan untuk menyoroti hal-hal pokok yang relevan dengan fokus penelitian. Dalam penelitian ini, reduksi data dilakukan terhadap hasil wawancara, observasi, yang berkaitan dengan relevansi masalah terhadap *mystery box* dalam presepektif Hukum Ekonomi Syariah data yang tidak relevan dengan tujuan penelitian disisihkan, sedangkan data yang berkaitan langsung diklasifikasikan dan *mystery box* analisis secara lebih lanjut. Reduksi ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam memahami permasalahan mengenai *mystery box* dalam pandangan hukum ekonomi syariah serta bagaimana transaksi dan perlindungan konsumennya.

**2. Penyajian Data (*Display Data*)**

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data dalam bentuk uraian naratif, tabel, atau skema agar dapat memberikan gambaran yang utuh dan sistematis mengenai fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, penyajian data dilakukan dengan mengelompokkan informasi ke dalam tiga kategori utama: bagaimana transaksi *mystery box*, dan dampaknya ke ekonomi. .Penyajian ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menarik hubungan antar data serta menyiapkan dasar yang kuat bagi proses penarikan kesimpulan.

**3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion drawing and verification)**

Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan berdasarkan hasil reduksi dan penyajian data. Kesimpulan awal yang diperoleh bersifat tentatif dan akan terus diverifikasi sepanjang proses penelitian berlangsung. Verifikasi dilakukan dengan mencermati kembali data dari berbagai sumber, melakukan triangulasi data, serta mengkonfirmasi temuan melalui pengecekan ulang dengan narasumber. Kesimpulan yang diperoleh diharapkan mampu merepresentasikan secara objektif realitas mengenai sanksi pembatalan peminangan, sekaligus menjadi dasar untuk mengetahui kemaslahatan atas sanksi yang di berikan.

## G. Teknik Penjaminan Keabsahan Data

Teknik penjaminan keabsahan data yang peneliti gunakan adalah dengan uji triangulasi. Metode ini bertujuan untuk mencari data dari berbagai sumber yang telah disajikan. Dalam uji triangulasi terdapat tiga macam triangulasi yaitu teknik, triangulasi waktu, triangulasi sumber. Dalam hal ini penulis menggunakan metode triangulasi sumber dengan cara menguji keabsahan data dengan membandingkan dan mengecek data yang diperoleh dari berbagai sumber, meskipun menggunakan teknik yang sama.

# BAB IV
# HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

## A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

### 1. Sejarah Toko Asmara Jaya Bukittinggi

Toko Asmara Jaya merupakan salah satu usaha perdagangan ritel yang berkembang di Kota Bukittinggi dan bergerak di bidang penjualan berbagai macam barang kebutuhan hadiah dan perlengkapan kado. Berdirinya Toko Asmara Jaya berawal dari inisiatif pemilik usaha untuk membuka usaha mandiri yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat akan barang-barang hadiah yang praktis, variatif, dan terjangkau. Pada tahap awal pendiriannya, Toko Asmara Jaya dijalankan sebagai usaha keluarga dengan skala kecil, baik dari segi tempat usaha maupun jenis barang dagangan yang ditawarkan.

Pada masa awal operasional, Toko Asmara Jaya hanya menyediakan beberapa jenis barang sederhana seperti aksesori, pernak-pernik kecil, dan perlengkapan kado yang umum dibutuhkan oleh masyarakat sekitar. Seiring berjalannya waktu, usaha ini mulai mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Peningkatan jumlah konsumen mendorong pemilik toko untuk menambah variasi barang dagangan, baik dari segi jenis, bentuk, maupun harga. Hal tersebut dilakukan agar toko mampu menjangkau berbagai kalangan konsumen, mulai dari pelajar, mahasiswa, keluarga, hingga wisatawan yang berkunjung ke Kota Bukittinggi.

Perkembangan Toko Asmara Jaya juga tidak terlepas dari letak geografis Kota Bukittinggi sebagai salah satu daerah tujuan wisata di Sumatera Barat. Kondisi tersebut menjadikan kebutuhan akan barang-barang hadiah dan cendera mata cukup tinggi. Melihat peluang tersebut, Toko Asmara Jaya kemudian memperluas jenis produk yang dijual, seperti boneka, barang dekoratif, alat tulis unik, serta berbagai barang kreatif

lainnya yang cocok dijadikan hadiah untuk berbagai keperluan, seperti ulang tahun, wisuda, dan perayaan tertentu.

**2. Letak dan Kondisi Geografis**

Toko Asmara Jaya terletak di wilayah Kota Bukittinggi, Provinsi Sumatera Barat. Secara administratif, Kota Bukittinggi merupakan salah satu kota yang berada di dataran tinggi Minangkabau dan dikenal sebagai pusat perdagangan, pendidikan, serta pariwisata di wilayah Sumatera Barat. Letak geografis tersebut menjadikan Bukittinggi sebagai daerah yang cukup strategis bagi perkembangan usaha perdagangan dan jasa.

Secara topografis, Kota Bukittinggi berada pada kawasan dataran tinggi dengan ketinggian yang relatif lebih tinggi dibandingkan daerah sekitarnya. Kondisi ini menyebabkan Bukittinggi memiliki suhu udara yang sejuk dan iklim yang mendukung aktivitas perdagangan serta kunjungan wisatawan. Lingkungan geografis yang nyaman tersebut turut memengaruhi intensitas kunjungan masyarakat lokal maupun pendatang ke pusat-pusat perbelanjaan di kota ini.

Toko Asmara Jaya berada di kawasan yang mudah dijangkau oleh masyarakat, baik menggunakan kendaraan pribadi maupun transportasi umum. Lokasinya berada tidak jauh dari pusat aktivitas ekonomi dan perdagangan, sehingga memungkinkan arus pengunjung yang cukup ramai. Keberadaan toko di lingkungan yang dekat dengan pasar, pertokoan lain, serta kawasan wisata menjadikan Toko Asmara Jaya memiliki posisi yang strategis dalam menjangkau konsumen.

Dari segi kondisi lingkungan sekitar, Toko Asmara Jaya berada di area perkotaan yang relatif padat aktivitas ekonomi. Di sekitar lokasi toko terdapat berbagai usaha perdagangan lain, seperti toko pakaian, toko oleh-oleh, serta usaha jasa lainnya. Kondisi ini menciptakan suasana persaingan usaha yang cukup dinamis, sekaligus memberikan peluang pasar yang luas bagi Toko Asmara Jaya.

Kondisi geografis Kota Bukittinggi sebagai daerah tujuan wisata juga memberikan dampak langsung terhadap karakteristik konsumen Toko Asmara Jaya. Selain melayani masyarakat setempat, toko ini juga melayani wisatawan yang membutuhkan barang-barang hadiah atau cendera mata. Dengan demikian, letak geografis Toko Asmara Jaya berperan penting dalam menunjang keberlangsungan usaha dan memengaruhi strategi penjualan yang diterapkan, termasuk penerapan sistem penjualan mystery box sebagai salah satu bentuk inovasi pemasaran.

**3. Gambaran Umum Usaha Toko Asmara Jaya**

Toko Asmara Jaya merupakan usaha ritel yang bergerak di bidang perdagangan barang secara eceran dengan fokus utama pada penyediaan berbagai jenis barang hadiah dan perlengkapan kado. Usaha ini dijalankan dengan sistem penjualan langsung (*offline*) yang memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara penjual dan pembeli dalam proses transaksi. Model usaha tersebut memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melihat, menanyakan, dan memperoleh barang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Dalam operasionalnya, Toko Asmara Jaya menawarkan beragam produk dengan variasi harga yang relatif terjangkau. Ragam produk yang dijual meliputi aksesori, pernak-pernik, boneka, alat tulis, serta berbagai barang kreatif lainnya yang umumnya digunakan sebagai hadiah. Keberagaman jenis barang tersebut menjadi ciri khas usaha ini karena konsumen dapat memperoleh berbagai pilihan hadiah dalam satu tempat tanpa harus berpindah ke toko lain.

Kegiatan usaha di Toko Asmara Jaya dikelola secara sederhana dengan melibatkan pemilik dan beberapa pegawai. Pemilik toko berperan langsung dalam pengambilan keputusan usaha, mulai dari pengadaan barang, penetapan harga, hingga strategi penjualan. Sementara itu, pegawai bertugas dalam melayani konsumen, menata barang dagangan, serta membantu proses transaksi. Pola pengelolaan seperti ini mencerminkan

karakter usaha kecil dan menengah yang mengutamakan kedekatan dengan konsumen.

Dalam menghadapi dinamika persaingan usaha, Toko Asmara Jaya tidak hanya mengandalkan penjualan barang secara konvensional, tetapi juga menerapkan strategi pemasaran yang bersifat inovatif. Salah satu strategi tersebut adalah penjualan produk dengan sistem *mystery box*. Sistem ini menjadi variasi dalam mekanisme penjualan yang bertujuan untuk menarik minat konsumen melalui konsep kejutan dan pengalaman berbelanja yang berbeda dari biasanya. Penerapan *mystery box* menunjukkan adanya upaya usaha untuk beradaptasi dengan tren pasar dan preferensi konsumen.

Secara umum, kegiatan usaha Toko Asmara Jaya dijalankan dengan orientasi pada keberlangsungan usaha dan pemenuhan kebutuhan konsumen. Interaksi langsung dengan konsumen memungkinkan toko untuk memahami respons pasar terhadap produk yang dijual, termasuk terhadap sistem *mystery box*. Kondisi ini menjadikan Toko Asmara Jaya sebagai objek penelitian yang relevan untuk mengkaji praktik jual beli dari sudut pandang hukum ekonomi syariah dan perlindungan konsumen, terutama terkait kejelasan objek transaksi, mekanisme penjualan, serta tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen.

## B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### 1. Hasil Penelitian

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan hasil penelitian yang bertujuan untuk mengetahui mengenai " Praktik Penjualan *Mystery Box* Dalam Prespektif Hukum Ekonomi Syariah Dan UU NO 8 Tahun 1999 Sebagai Perbandingan ( Studi: Di Toko Asmara Jaya Bukittinggi )

#### a. Praktik Penjualan *Mystery Box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi

*Mystery Box* adalah strategi penjualan di mana pembeli membayar sejumlah harga tertentu untuk sebuah kotak atau paket barang tanpa mengetahui secara pasti apa yang ada di dalamnya sampai kotak

dibuka. Pembeli hanya tau kisaran harga dan tema barang tetapi tidak bisa memilih item spesifik ayang diterima. Praktik Penjualan *mystery box* toko memasang *display* atau papan pengumuman khusus di etalase untuk *mystery box* dengan harga tertentu, kotak kotak di kemas rapi dengan label harga dan terkadang tema barang tersebut.

Mekanisme penjualan *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi dilakukan melalui sistem penjualan langsung (*offline)* dengan menggunakan unsur kejutan (*surprise)* sebagai daya tarik utama bagi konsumen. Harga *mystery box* ditentukan terlebih dahulu oleh pihak toko dan di berikan label di setiap kotaknya. Harga tersebut bersifat tetap dan tergantung kepada besar kotaknya. Tetapi isi barang bersifat acak (*random)* pihak toko tidak memberikan informasi secara detail mengenai jenis barang, isi barang tersebut. Setelah *mystery box* dibuka, pihak toko menetapkan bahwa barang yang telah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan.ketentuan ini didasarkan pada sistem penjualan *mystery box* dengan konsep kejutan dan acak.

Kehadiran praktik penjualan *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi menjadi menarik untuk diteliti lebih jauh melihat fakta yang terjadi di lapangan. Kehadiran penjualan *mystery box* tentunya memiliki ketimpangan terhadap prinsip dasar jual beli dalam hukum ekonomi syariah khususnya pada aspek kejelasan akad dan objek transaksi serta pola perlindungan konsuen.

Untuk memperoleh gambaran nyata mengenai sejauh mana praktik penjualan *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi, penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik Toko Asmara Jaya Bukittinggi serta beberapa karyawan Toko Asmara Jaya Bukittinggi.

Berikut ini adalah uraian hasil wawancara penulis dengan beberapa informan yang menggambarkan praktik penjualan *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi. Uraian ini menggambarkan mengenai mekanisme penjualan *mystery box*, serta pandangan pemilik toko dan karyawan terkait *mystery box*.

Berdasarkan wawancara penulis dengan Bapak Fauzan selaku pemilik Toko Asmara Jaya Bukittinggi, terkait pandangan tentang penjualan *mystery box*, beliau menyatakan bahwa:

> " *Penjualan mystery box ini karna memang di tahun lalu sedang trendnya dan juga sampai sekarang bagi kami mystery box ini memiliki sensasi yang menarik karna kotak tertutup dan ada kejutan, bayangin lagi ulang tahun terus dikasih kado, rasa penasaran pas mau buka isinya itu yang bikin perasaan deg-degan"*

Adapun pertanyaan lainnya yang ditanyakan kepada Bapak Fauzan selaku pemilik toko adalah terkait harga penjualan *mystery box*, beliau menyatakan bahwa:

> *" Terkait harga mystery box kami menentukan dan di beri label sebelum dipasarkan dengan ketentuan tidak ada penawaran, harga nya berkisar dari 75 ribu hingga 10 ribu"*

Pertanyaan terkait mekanisme penjualan *mystery box* juga ditayakan kepada Bapak Fauzan, beliau menyatakan:

> *" ya seperti biasa barang" mystery box ini di pajang di etalase berbeda dengan kotak ada yang besar hingga kecil, yang namanya mystery box isi nya tidak diketahui tetapi kadang tema di gambarkan di kotak, setiap mystery box dengan tampilan yang hampir sama agar pembeli tidak dapat membedakan isi kotak satu dengan yang lainnya, itu sensasi penasaran dan kejutannya, untuk pengembalian barang toko kami tidak memperkenankan barang di tukar atau di kembalikan lagi dan tidak adanya pengantian barang, tetapi terkadang barang yang dijual tidak semuanya bernilai sepadan dengan harga kotak, karena tema atau variasinya disesuaikan dengan stok barang di toko "* ( Wawancara Fauzan, 13 Januari 2026)

Begitupun juga yang dikemukakan oleh Naila yang merupakan salah satu pembeli, dia menyatakan bahwa:

> *" Yang saya lihat memang tema atau variasi kotaknya sudah tertera di kotak gambaran nya seperti ini, terdapat beberapa gambar tema tetapi di kolom yang satunya hanya tanda tanya nah tada tanya itulah yang mystery box nya karena kita tidak mengetahui dapat yang mana atau terkadang tidak sesuai dengan yang di kotak"* (Wawancara Naila, 15 Januari 2026)

Selain itu, penulis juga melakukan wawancara dengan beberapa karyawan Toko Asmara Jaya Bukittinggi untuk memperoleh keterangan terkait praktik penjualan dan mekanisme *mystery box* pada Toko Asmara Jaya Bukittinggi, penulis menanyakan mekanisme penjualan sehari-hari, ketentuan dan pengalaman penjualan *mystery box*,

Berdasarkan wawancara penulis dengan Ello sebagai karyawan Toko Asmara Jaya Bukittinggi, dia menyatakan bahwa:

> *"penjualan mystery box di toko ini sudah berlangsung kisaran sejak tahun lalu saat boneka labubu lagi trendnya hingga saat ini masih diperjual belikan, kebanyakan tema barang yang dijual di toko dengan tema mainan, tapi ya gitu isinya pembeli gabisa milih atau untung untungan, untuk harga sudah di labelkan di kotaknya tapi kebanyakan emang pembeli bertanya terkait isi tapi kami sebagai karyawan hanya menjelaskan tema nya saja"*( Wawancara Ello, 14 Januari 2026)

> Begitupun juga yang dikemukakan oleh Aldo yang merupakan salah satu pembeli, dia menyatakan bahwa:
>
> *" Awalnya memang teman saya yang membeli dan saya juga tertarik saya sempat bertanya ke kasir mengenai isinya dan memang tidak bisa diberi tahu , menurut saya kurang saja dengan konsepnya yang tidak transparan walaupun konsepnya seperti itu"* (Wawancara Aldo, 14 Januari 2026)

Hal yang serupa juga disampaikan oleh Mutia sebagai karyawan di Toko Asmara Jaya Bukittinggi,dia menyakan bahwa:

> *" Ya namanya mystery box pasti isi nya ga diketahui, kadang beruntung tapi kadang ada zonk nya juga, tetapi di toko untuk pengembalian barang tidak diperbolehkan jadi pembeli harus kami sebagai karyawan menjelaskan secara ringkas tema nya saja, beberapa ada juga yang komplain tapi ya respon kami sebagai karyawan menjelaskan mystery box memang seperti itu, terkait komplain memang ada namun tidak sering, komplain biasanya muncul karena pembeli merasa tidak terima dengan isi barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan"* ( Wawancara Mutia, 13 Januari 2026)

Begitupun juga yang dikemukakan oleh Tasya yang merupakan salah satu pembeli, dia menyatakan bahwa:

> *“ Iya memang seperti itu kadang bagus, kadang biasa aja karena konsepnya tidak boleh ditukar ya nerima aja walaupun kalau dapat yang biasa aja”* (Wawancara Tasya, 15 Januari 2026)

Hal yang serupa juga disampaikan oleh Farah sebagai karyawan di Toko Asmara Jaya Bukittinggi,dia menyakan bahwa:

> *“sistemnya memang seperti itu pembeli tidak mengetahui isi barang tapi hanya mengetahui tema terkait barang terkait harga barang didasarkan pada isi barang dan ukuran barang, oleh karena itu, nilai barang yang diterima pembeli bisa saja lebih tinggi atau lebih rendah dari harga barang”* ( Wawancara Farah, 14 Januari 2026)

Begitupun juga yang dikemukakan oleh Habibur Rafif yang merupakan salah satu pembeli, dia menyatakan bahwa:

> *“ Iya yang membuat tetraik membeli nya karena rasa penasaran tentang isi barangnya untuk nilai barang memang terkadang tidak sesuai dengan isi tetapi terkadang worth it juga”* (Wawancara Habibur Rafif, 16 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik serta beberapa karyawan Toko Asmara Jaya Bukittinggi, dapat disimpulkan bahwa praktik penjualan *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi diperoleh informasi mengenai pelaksanaan praktik penjualan *mystery box* yang telah berlangsung sejak tahun lalu. Penerapan sistem penjualan ini awalnya dilatarbelakangi oleh meningkatnya tren penjualan produk berbasis kejutan di pasaran, khususnya pada saat produk boneka Labubu sedang diminati pembeli. Hingga waktu penelitian dilakukan, *mystery box* masih tetap dipasarkan karena dinilai memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Informan menjelaskan bahwa faktor utama yang mendorong minat konsumen terhadap *mystery box* adalah adanya unsur kejutan dan rasa penasaran. Konsep penjualan dengan kotak tertutup yang tidak memperlihatkan isi barang secara langsung menciptakan pengalaman emosional tertentu bagi konsumen, sehingga menimbulkan ketertarikan untuk melakukan pembelian. Unsur ketidakpastian terhadap isi barang

tersebut menjadi karakteristik utama dalam praktik penjualan *mystery box* di toko ini. Selanjutnya, dalam hal kebijakan purna jual, informan menegaskan bahwa pihak toko tidak menyediakan mekanisme pengembalian maupun penukaran barang untuk produk *mystery box*. Setelah transaksi dilakukan, konsumen tidak diperkenankan untuk menukar atau mengembalikan barang yang telah dibeli, serta tidak diberikan bentuk penggantian apa pun. Kebijakan tersebut telah diberlakukan sejak awal penerapan penjualan *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi.

Berdasarkan temuan lapangan mengenai praktik penjualan *mystery box* yang disampaikan pemilik dan karyawan di Toko Asmara Jaya Bukittinggi, dapat dianalisis bahwa konsumen tidak mengetahui secara pasti isi barang yang akan diterima. Konsumen hanya diberikan informasi berupa tema umum tanpa penjelasan rinci mengenai jenis, kualitas, maupun nilai barang. Kondisi ini menunjukkan adanya unsur ketidakjelasan (*jahālah*) dalam objek transaksi. Dalam hukum ekonomi syariah, jual beli *(al-bay')* didefenisikan sebagai petukaran harta dengan harta melalui cara tertentu yang dibenarkan oleh syariat untuk memindahkan kepemilikan, jual beli merupakan akad *mu'āwaḍah* yang bertujuan memberikan manfaat bagi kedua belah pihak secara adil ( Amzah, 2010)

Dalam jual beli syariah kejelasan objek akad merupakan syarat fundamental yang tidak dapat diabaikan. Objek jual beli harus diketahui secara jelas oleh para pihak, baik dari segi jenis, sifat, kualitas, maupun manfaatnya. Ketidakjelasan terhadap objek akad berpotensi menimbulkan ketidakadilan dan perselisihan sehingga bertentangan dengan tujuan syariah (*maqāṣid al-syarī'ah*). ( Musclih,2022). Praktik *mystery box* sebagaimana hasil wawancara juga memperlihatkan adanya unsur untung-untungan, di mana pembeli memperoleh barang berdasarkan keberuntungan semata.

Wahbah az-Zuhaili menyatakan bahwa transaksi yang mengandung spekulasi berlebihan dan ketidakpastian hasil termasuk dalam bentuk *gharar fahish* (gharar berat) yang dapat membatalkan akad jual beli *(Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu,* 2022*).* dalam konteks ini, pembeli tidak dapat memperkirakan keseimbangan antara harga yang dibayarkan dengan nilai barang yang diterima.

Dengan dasar sabda Rasulullah Shallallahu ‟alaihi wa sallam dalam hadits Abu Hurairah yang berbunyi:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

Artinya: *"Rasulullah Shallallahu ‟alaihi wa sallam melarang jual beli al- hashah dan jual beli gharar"*

Selain itu, kebijakan toko yang tidak memperkenankan pengembalian atau penukaran barang memperkuat indikasi lemahnya perlindungan terhadap hak konsumen dalam transaksi tersebut. Padahal dalam prinsip muamalah Islam, transaksi harus dilandasi asas keadilan (*al-'adl*), kerelaan (*tarāḍin*), dan tidak merugikan salah satu pihak. Jual beli yang mengandung unsur ketidakjelasan dan berpotensi merugikan salah satu pihak bertentangan dengan prinsip keadilan dalam ekonomi syariah. ( Amzah,2017).

**b. Motif konsumen dalam pembelian *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi**

Praktik penjualan *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi menunjukan adanya dinamika perilaku konsumen yang menarik untuk dikaji. *Mystery box* sebagai produk dengan konsep ketidakpastian isi tidak hanya menawarkan barang secara fisik, tetapi juga menghadirkan pengalaman berbelanja yang berbeda dari praktik jual beli pada umumnya. Kondisi ini mendorong konsumen untuk melakukan pembelian bukan semata-mata karena kebutuhan terhadap barang, melainkan karena adanya dorongan psikologis dan sosial tertentu.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Aldo sebagai pembeli *mystery box,* dia menyatakan bahwa:

> *" Saya membeli mystery box karna rasa penasaran dengan konsep nya dan sudah sering melihat di ecommerce karna ada yang menjualnya secara offline saya jadi tertarik untuk membelinya, sudah mencoba 2 kali membeli mystery box awalnya membeli dengan harga yang murah tetapi isi didalamnya tidak sesuai ekspetasi dengan kata lain maunya ini ternyata dapatnya lain, jadi saya mencoba membeli sekali lagi dengan harga yang lebih mahal dari sebelumnya setelah dibuka timbul rasa kepuasaan tersendiri"* ( Wawancara Aldo, 14 Januari 2026)

Begitupun juga dikemukakan oleh Ello yang merupakan karyawan Toko Asmara Jaya, dia menyatakan bahwa:

> *"Yang saya lihat kebanyakan pembeli memang membeli mystery box karena rasa penasaran terlebih lagi di media sosial juga saya lihat banyak membuat konten unboxing mystery box dan menarik perhatian pembeli secara langsung untuk membeli ke toko"* (Wawancara Ello, 15 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Tasya sebagai pembeli *mystery box,* dia menyatakan bahwa:

> *" ya saya mengetahui mystery box ini dari teman teman karna penasaran saya coba untuk beli, terkait harga memang terkadang dicantumkan di kotak atau kadang saya bertanya ke karyawan terkait harga, tetapi terkait isi barang penjual atau karyawan tidak memberikan informasi sekurang kurangnya tema dari barang itu, untuk pengembalian barang tidak diperkenankan karena kebijakan dari toko tersebut, saya hanya mencoba satu kali pembelian saat itu memang atas dasar coba coba dan isinya tidak sesuai yang diinginkan*". (Wawancara Tasya, 15 Januari 2026)

Begitupun juga yang dikemukakan oleh Ello selaku Karyawan Toko, dia menyatakan bahwa:

> *" Dari Toko memang tidak menginformasikan terkait isi barang tetapi tema sudah dipaparkan di kotak atau jika pembeli bertanya kami memberi tahu terkait harga dan tema barangnya saja karena menurut saya jika diberi tahu isi barang kana konsepnya bukan mystery box lagi"* (Wawamcara Ello ,15 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Naila sebagai pembeli *mystery box,* dia menyatakan bahwa:

> *"Dari mystery box ini trend saya memang tertarik untuk membelinya bisa dikatakan fomo atau ikutan orang, yang awalnya saya mencoba membeli melalui aplikasi shoope dengan harga terjangkau dengan tujuan coba coba setelah itu saya coba untuk membeli offline di toko karna saya rasa untuk fisik kotaknya dapat dilihat langsung, dari awal saya mengetahui bagaimana konsep mystery box ini tapi tidak menutup kemungkinan ada rasa kecewa kalau barang yang di beli tidak sesuai yang diinginkan dengan kata lain tidak terlalu berguna hanya untuk kepuasan"* ( Wawancara Naila, 15 Januari 2026)

Begitupun juga yang dikemukakan oleh Farah selaku Karyawan Toko, dia menyatakan bahwa:

> *"Untuk barang yang tidak sesuai ekspetasi kami dari pihak toko sudah menjelaskan bagaimana konsep mystery box kepada pembeli yang bertanya jika barang yang di kotak tidak sesuai dengan yang diinginkan itulah sensasi dalam pembelian mystery box"* (Wawancara Farah, 15 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Habibur Rafif sebagai pembeli *mystery box,* dia menyatakan:

> *" Saya tertarik untuk membeli mystery box karena ada rasa penasaran untuk membuka kotak yang kita tidak tahu isinya apa seperti sitem untung-untungan untuk satu kali pembelian mungkin tidak terlalu merasa rugi ya tetapi setelah dicoba berulang kali ya kadang dapat untung kadang engga"* ( Wawancara Habibur Rafif, 16 Januari 2026)

Begitupun juga yang dikemukakan oleh Mutia selaku karyawan Toko, dia menyatakan bahwa:

> *" konsep dari mystery box yang saya pahami memang menimbulkan rasa penasaran dan terkadang untung atau malah sebaliknya"* (Wawancara Farah, 16 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Sakinah sebagai pembeli *mystery box*, dia menyatakan:

> *“ mulai tertarik atau mengetahui mystery box itu memang saat boneka labubu sedang trend saya mencoba membelinya, untuk harga sudah ditetapkan dan tidak bisa ditawar biasanya di toko gabisa barang dikembalikan lagi kalau sudah dibuka kotaknya atau di unboxing, untuk harga kadang sesuai dengan barang yang diterima kadang dapat juga yang harga lebih tinggi dari nilai barang, dari situ kadang merasa kecewa dalam pembelian”*( Wawancara Sakinah, 16 Januari 2026)

Begitupun juga yang dikemukakan oleh Ello selaku karyawan Toko, dia menyatakan bahwa:

> “ *Menurut saya kebijakan toko engenai barang yang sudah di unboxing dan tidak bisa dikembalikan sudah sewajarnya dan biasanya pada toko lain memang menerapkan kebijakan seperti itu juga”* (Wawancara Ello, 16 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Arintha sebagai pembeli *mystery box*, dia menyatakan:

> *“ Ya, saya mengetahui tentang penjualan mystery box dan pernah membelinya juga secara offline sebanyak 2 kali, konsepnya yang menciptakan rasa penasaran membuat saya tertarik untuk membelinya untuk sekedar hiburan saja , dari harga yang murah sampai harga yang terjangkau sudah saya coba, untuk proses pembelian pada toko tersebut seperti pada umumnya tetapi saya memang tidak menanyakan terkait jenis atau isi barang, karena mengetahui konsepnya jadi saya tidak terlalu berekspetasi lebih dengan isi barang”.* ( Wawancara Arintha , 17 Januari 2026)

Begitupun juga yang dikemukakan oleh Mutia selaku karyawan Toko, dia menyatakan bahwa:

> *“ untuk pembeli yang belum paham konsep mystery box dan komplain untuk hal itu memang jarang”* (Wawancara Mutia, 17 Januari 2026)

Berdasarkan temuan lapangan dengan konsumen atau pembeli *mystery box* di Toko Asmara Jaya dapat dianalisis bahwa ketertarikan konsumen terhadap *mystery box* tidak terlepas dari unsur ketidakpastian isi barang yang justru menjadi daya tarik utama. Sebagian besar informan menyatakan bahwa rasa penasaran merupakan faktor dominan yang mendorong mereka untuk membeli *mystery box*. Ketidakjelasan isi kotal

menimbulkan dorongan emosional berupa keinginan untuk mengetahui apa yang terdapat didalamnya bahkan sering kali ketagihan untuk mencoba membelinya lagi.

Selain faktor rasa penasaran, konsumen tidak hanya membeli barang tetapi juga membeli pengalaman dan sensasi emosional, banyak konsumen yang menganggap pembelian *mystery box* sebagai bentuk coba-coba atau *eksperimen* atau walau terkadang harga yang dibayarkan tidak sebanding dengan nilai barang yang didapatkan. Faktor lain yang turut memengaruhi ketertarikan kosumen adalah tren pengaruh lingkungan sosial, konsumen mengaku terdorong untuk membeli karena ingin mengikuti tren dan tidak ingin ketinggalan pengalaman yang sedang ramai dibicarakan oleh orang lain.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa praktik pembelian mystery box di Toko Asmara Jaya Bukittinggi dipersepsikan oleh konsumen sebagai transaksi yang lebih menekankan aspek pengalaman dan hiburan dibandingkan pemenuhan kebutuhan barang. Ketertarikan konsumen didorong oleh rasa penasaran, sensasi kejutan, harga yang terjangkau, pengaruh tren, serta tujuan hiburan dan hadiah. Sementara itu, terkait kerugian, konsumen pada umumnya tidak terlalu merasa dirugikan walaupun terdapat potensi kekecewaan akibat ketidaksesuaian antara harapan dan realitas sehingga terkadang mengaggap mengalami kerugian.

Hasil wawancara ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung menerima praktik mystery box sebagai transaksi berbasis risiko yang disadari, meskipun dari sudut pandang hukum ekonomi syariah masih memerlukan kajian lebih lanjut terkait kejelasan objek transaksi dan perlindungan hak konsumen.

**c. Pandangan Hukum Ekonomi Syariah dan ketentuan UU No 8 Tahun 1999 terkait *mystery box***

Praktik penjualan *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi menurut pandangan Hukum Ekonomi Syariah jika dilihat dari rukun dan syarat nya yaitu:

1) Syarat *Al-Mutaaqidain*

Para pihak yang berakat ialah penjual dan pembeli *mystery box*, adapun syarat yang harus di perhatikan antara keduanya ialah baligh dan berakal, antara pembeli dan penjual bukanlah orang yang sama. Dengan demikian dapat dipastikan bahwa yang bertransaksi dalam pembelian *mystery box* ialah orang yang sudah baligh dan berakal. Berdasarkan praktek jual beli *mystery box* secara offline di Toko Asmara Jaya Bukittinggi merupakan suatu praktek jual beli yang bertransaksi langsung bertemu. Dalam syarat ini praktek jual beli *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi telah memenuhi ketentuan yang diberikan dalam hukum ekonomi Syariah, maka dapat kita pahami bahwa syarat ini tidak ada masalah. Walaupun ketika *mystery box* datang dan dibuka tidak sesuai dengan harapan.Dalam syarat ini praktek jual beli mystery box di shopee telah memenuhi ketentuan yang diberikan dalam hukum ekonomi Syariah, maka dapat kita pahami bahwa syarat ini tidak ada masalah.

2) *Sighat* (lafadz setuju dan qabul)

Perlu kita ketahui bahwa menurut jumhur ulama', syarat sighat (ijab dab qabul) adalah maksud atau tujuan dari ijab qabul tersebut harus jelas, selain itu lafad ijab dan qabulnya harus saling sesuai, serta keduanya saling rela. ( Rohman, 2020).

Dalam praktek jual beli *mystery box* secara offline di Toko Asmara Jaya Bukittinggi lafal ijab dan qabul sudah dinyatakan secara langsung. Maka ijab qabulnya dalam praktik penjualan *mystery box* tersebut dapat dikatakan sah.

3) Syarat alat untuk melakukan taransaksi

Menurut jumhur ulama' syarat alat yang digunakan untuk transaksi ialah ada tiga. Pertama, pembayaran harus jelas jika jual beli dilakukan melalui penangguhan. Kedua, nilai tukar dapat dilakukan ketika berlangsung akad jual beli. Ketiga, jika nilai tukar yang digunakan adalah bentuk barang maka barang tersebut tidak boleh bertentangan dengan syara' ( Sarwat, 2018)

Dalam praktek jual beli *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi mengenai harga telah tercantum dalam produk mystery boxsesuai dengan ukuran dan hadiah utama yang diberikan.

4) Syarat *ma'qud alayh* yaitu barang

Syarat yang terakhir dalam praktek jual beli ialah mengenai syarat barang yang diperjual belikan, bahwa dalam praktek jual beli *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi harus memenuhi syarat sebagai berikut:

a) Barang yang menjadi objek jual beli harus suci Dalam hukum ekonomi syariah telah dijelaskan bahwa larangan menjual barang-barang yang mengandung unsur najis ataupun barang yang dilarang oleh agama seperti bingkai, darah,daging bagi, dan lain sebagainya yang sudah dilarang dalam AlQur'an Al-Maidah ayat 31.
b) Barang Harus Kepemilikan sendiri barang yang berada di *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi ialah kepemilikan sendiri.
c) Barang mengandung manfaat dalam prinsip muamalah menyatakan bahwa tujuan dilaksanaknnya jual beli ialah atas dasar pertimbangan manfaat dan menghindari kemudaratan. Sehingga dalam jual beli memang mengutamakan prinsip manfaat, sehingga para pihaknya juga memperhatikan prinsip tersebut tidak mengharapkan rugi. Dari keterangan tersebut dapat kita pahami dalam praktek jual beli antara kedua belah pihak tidak mengharapkan kerugian dari barang yang di jual dan dibeli. Sedangkan dalam praktek jual beli *mystery box* dalam temuan

lapangan kebanyakan para pembeli *mystery box* mengeluhkan rasa kecewa dan kerugian. Walaupun dalam pembelian mystery boxdi shopee hanya berangkat dari rasa penasaran.

d) Barang yang di perjual belikan harus saling mengetahui praktek jual beli *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi merupakan suatu bentuk kejutan yang di iming-iming dengan hadiah utama Sehingga dalam transaksi *mystery box* para pembeli tidak bisa melihat yang terdapat didalam box, tatapi hanya melihat kategori di dalam box. Dari penjelasan di atas dapat dipahami bahwa dalam praktek jual beli *mystery box* terdapat unsur ketidak jelasan. Unsur ketidak jelasan tersebut terletak pada barang yang menjadi objek jual beli. Meskipun pada awalnya transksi jual beli dilakukan ada unsur saling rela. Namun karena ada ketidak jelasan dari barang yang ada di *mystery box* pembeli banyak merasakan rasa kecewa dan merasa dirugikan ketika barang sudah dibuka.Ketidak jelasan objek barang dalam praktek jual beli, dalam hukum ekonomi syaraiah di kenal dengan istilah *gharar,* secara istilah *gharar* artinya ketidak pastina dari spekulasi atau perdagangan yang akan menimbulkan salah satu dari tiga kemungkinan rugi sehingga dalam jual beli seperti di atas tidak diperbolehkan dalam Islam karena hal tersebut sudah melanggar syarat-syarat jual beli yaitu ketidak jelasan terhadap barang yang barada di dalam box. (Rohman,2020)

Menurut para iman *Syafi'I* haram hukumnya melakukan transaksi jual beli barangnya tidak diketehui oleh salah satu pihak atau hanya diketahui oleh satu pihak saja walaupun barang yang di perjual belikan ada, karena hal tersebut dapat mengandung usur *gharar* atau ambiguitas.

Demikian pula menurut Iman Hanafi bahwa dalam praktek jual beli jika barang tidak diketahui asalnya dan kejelasannya yang besar dan menyebabkan suatu perselisihan maka perjualan tersebut dianggap susak sehingga hal tersebut tidak diperbolehkan. Namun apabila kejelasan terhadap barang yang menjadi objek jual beli tersebut tidak begitu penting, yaitu tidak menimbulkan suatu perselisihan, penjualan tidak akan cepat, maka itu boleh dilakukan. Namun, jika dia melihat barang yang bersangkutan maka dia bertanya-tanya apakah dia akan terus berdagang. Jika apabila pembeli memiliki hak *khiyar ru'yah*, akan akan melihat barang tidak dijelaskan oleh penjual.

Menurut mazhab imam Hanafi apabila ketidak jelasan yang dapat menimbulkan sengketa seperti ambiguitas terhadap barang meliputi ketidak jelasan jenis, kualitas dan kuantitasnya maka itu tidak boleh.

Sedangkan menurut Imam Maliki bahwa dalam hal jual beli barang pada saat terjadinya transaksi tanpa tempat atau penglihatan sehingga pembeli tidak mengetahui maka diperbolehkan jual beli asalkan dijelaskan sifat dan kriterianya, apabila ketidak hadiran barang dapat mengubah sifat sebelum diterima.

Imam Hambali berpendapat jual beli barang yang tidak dijelaskan sifat dan kriterianya dan jika tidak terlihat sebelumnya, maka tidak sah, meskipun dianggap sah menurut Imam lain, keduanya memiliki hak *khiyar* saat melihat barang.( Mardiana, 2023)

Dari hukum KHES Pasal 26 di jelaskan bahwa Akad tidak sah Apabila bertentangan dengan :

a) Syariat Islam
b) peraturan perundang-undangan
c) ketertiban umum
d) kesusilaan.

Sedangkan dalam jual beli *mystery box* di tersebut telah cukup bertentangan dengan syariah Islam karena dalam jual beli tersebut tidak terpenuhi syarat-syaratnya.Maka hal tersebut bertentangan dengan pasal 28 KHES bahwa akad ialah:

a) Akad yang sah adalah akad yang terpenuhi rukun dan syarat syaratnya
b) Akad yang fasad adalah akad yang terpenuhi rukun dan syarat-syaratnya, tetapi terdapat segi atau hal lain yang merusak akad tersebut karena pertimbangan maslahat.
c) Akad yang batal adalah akad yang kurang rukun dan atau syarat-syaratnya.

Sedangkan menurut UU No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen terdapat dua aspek cakupan perlidungan konsumen, yaitu:

a) Perlindungan bagi konsumen terhadap kemungkinan barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan yang telah disepakati pada saat terjadi transaksi.
b) Perlindungan bagi konsumen atas adanya syarat-syarat yang kurang atau bahkan tidak adil bagi konsumen. (Nugrahaningsih, 2017)

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

a) Asas manfaat dimaksudkan untuk mangamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
b) Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajiban secara adil.

c) Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.
d) Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
e) Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun kepastian hukum. konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin. (Sutarman,2004)

Adapun hak konsumen menurut Undang-Undang perlindungan konsumen adalah:

a) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang da/atau jasa.
b) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan .
c) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhanya atas barang da/atau jasa yang digunakan .
e) Hak mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang patut .
f) Hak mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
g) Hak untuk diberlakukan dan dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang da/atau jasa yang dierima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
h) Hak hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang undangan lainya.

Dalam transaksi mystery box, hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen pada dasarnya masih dapat terpenuhi, sepanjang barang yang diterima tidak membahayakan kesehatan, keselamatan, atau keamanan konsumen. Namun, apabila isi mystery box berupa barang cacat, tidak layak pakai, atau berpotensi membahayakan, maka hak konsumen sebagaimana Pasal 4 huruf a tidak terpenuhi. Kenyamanan konsumen juga dapat terganggu apabila isi mystery box jauh dari ekspektasi akibat minimnya informasi yang diberikan oleh pelaku usaha.

Dalam praktik *mystery box*, hak konsumen untuk memilih barang menjadi terbatas, karena konsumen tidak dapat menentukan jenis dan kualitas barang yang akan diterima. Konsumen hanya memilih berdasarkan harga dan konsep *mystery box* itu sendiri.Apabila nilai barang yang diterima tidak sebanding dengan harga yang dibayarkan, maka hak konsumen sebagaimana Pasal 4 huruf b berpotensi terlanggar, terutama jika tidak ada jaminan minimal nilai barang yang dijanjikan oleh pelaku usaha.

Hak atas informasi merupakan hak yang paling krusial dalam praktik *mystery box*. Ketidakjelasan isi barang menyebabkan informasi yang diterima konsumen bersifat umum dan tidak spesifik. Apabila pelaku usaha tidak memberikan penjelasan mengenai jenis barang, kisaran nilai, kondisi, atau risiko transaksi, maka hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana Pasal 4 huruf c tidak terpenuhi secara optimal**.** **(** Pasal 4 UU No 8 Tahun 1999)

**2. Pembahasan**

**a. Praktik Penjualan *Mystery Box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pihak pengelola dan pegawai Toko Asmara Jaya, diketahui bahwa sistem penjualan *mystery box* dijalankan dengan metode pembelian langsung di tempat (offline). Pembeli dapat memilih kotak dengan variasi harga yang

telah ditentukan, seperti Rp20.000, Rp50.000, Rp75.000, hingga Rp100.000. Setiap kotak memiliki ukuran dan berat yang berbeda, tetapi pembeli tidak diperkenankan mengetahui isi di dalamnya sebelum transaksi dilakukan.

Setelah pembayaran dilakukan, pembeli baru dapat membuka kotak dan melihat isi barang. Berdasarkan hasil wawancara, pihak toko menegaskan bahwa barang yang telah dibeli tidak dapat dikembalikan atau ditukar, dengan alasan seluruh produk dianggap baru dan dijual secara acak. Dalam satu hari, rata-rata penjualan *mystery box* berkisar antara enam hingga delapan kotak, dan sebagian besar pembelinya berasal dari kalangan pelajar dan remaja.

Isi dari *mystery box* bervariasi, seperti aksesoris, mainan kecil, alat tulis, atau boneka mini. Namun, tidak ada informasi rinci mengenai jenis, nilai, ataupun kondisi barang sebelum transaksi dilakukan. Penjual hanya menjelaskan bahwa "isi kotak bervariasi dan bernilai lebih besar dari harga yang dibayar".

Dari hasil pengamatan, tampak bahwa mekanisme *mystery box* di Toko Asmara Jaya tidak memberikan ruang bagi konsumen untuk mengetahui dengan jelas objek akad (ma'qud 'alaih) yang menjadi dasar transaksi. Pembeli membeli semata-mata karena rasa penasaran atau keinginan untuk memperoleh "keberuntungan". Hal ini menandakan bahwa transaksi tersebut lebih menonjolkan unsur spekulatif (untung-untungan) dibanding prinsip kejelasan dan kerelaan yang menjadi syarat sah jual beli dalam Islam.

Menurut teori akad dalam fiqh muamalah, kejelasan objek akad merupakan bagian dari prinsip dasar transaksi yang sah. Ketika unsur ketidakjelasan (*gharar*) muncul dalam akad, maka hukum jual beli tersebut menjadi fasid (rusak) atau bahkan batil, tergantung tingkat ketidakjelasannya. Dengan demikian, praktik *mystery box* di Toko Asmara Jaya dari hasil penelitian lapangan telah menunjukkan adanya potensi *gharar* karena ketidakpastian mengenai barang yang dibeli.

Menurut analisis penulis, praktik penjualan *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi merupakan bentuk inovasi pemasaran yang bertujuan meningkatkan daya tarik konsumen melalui konsep kejutan (*surprise effect*). Berdasarkan hasil penelitian lapangan, penjualan *mystery box* dilakukan dengan cara konsumen membeli kotak tertutup yang telah diberi label harga dan tema tertentu, tanpa adanya penjelasan rinci mengenai isi barang di dalamnya. Konsumen hanya mengetahui gambaran umum produk, sedangkan jenis, merek, kualitas, dan kondisi barang baru diketahui setelah kotak dibuka.

Dalam praktiknya, transaksi dilakukan secara langsung di toko (*offline*) dengan sistem pembayaran tunai, dan pihak toko menetapkan kebijakan bahwa barang yang telah dibeli tidak dapat dikembalikan atau ditukar, meskipun isi barang tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen. Pihak karyawan hanya memberikan penjelasan singkat mengenai tema *mystery box* tanpa memberikan kepastian nilai atau kondisi barang.

Menurut penulis, praktik tersebut menunjukkan bahwa unsur kejelasan objek akad (*ma'qud 'alaih*) belum terpenuhi secara optimal. Dalam perspektif *fiqh muamalah*, kejelasan terhadap objek transaksi merupakan syarat penting sahnya akad jual beli. Ketidakjelasan terhadap isi barang mengakibatkan pembeli tidak memiliki pengetahuan yang cukup mengenai apa yang menjadi haknya, sehingga berpotensi menimbulkan ketidakadilan dalam transaksi.

Meskipun terdapat kerelaan (*ridha)* secara lahiriah dari konsumen ketika melakukan pembelian, namun ridha tersebut tidak sepenuhnya didasarkan pada informasi yang lengkap. Oleh karena itu, menurut analisis penulis, praktik penjualan mystery box di Toko Asmara Jaya masih mengandung unsur *jahalah* (ketidaktahuan) dan *gharar* (ketidakpastian), sehingga berpotensi menimbulkan cacat akad menurut hukum ekonomi syariah.

**b. Motif Konsumen dalam Pembelian *Mystery Box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi**

Berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa konsumen Toko Asmara Jaya yang telah membeli *mystery box*, diperoleh data bahwa keputusan untuk membeli produk tersebut didorong oleh berbagai motif yang bersifat psikologis, sosial, maupun emosional. Secara umum, motif tersebut dapat dikategorikan menjadi empat aspek berikut:

1) Motif Rasa Penasaran dan Hiburan

Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka membeli *mystery box* karena ingin mengetahui isi di dalam kotak tersebut. Rasa penasaran dan unsur kejutan menjadi faktor utama yang mendorong pembelian. Pembeli memandang aktivitas membeli *mystery box* bukan sebagai kegiatan ekonomi semata, tetapi sebagai bentuk hiburan dan pengalaman baru. Hal ini sejalan dengan teori *hedonic consumption* dalam perilaku konsumen, di mana pembelian dilakukan bukan karena kebutuhan rasional, melainkan karena pencarian kesenangan emosional.

2) Motif Ekspektasi Nilai Lebih

Sebagian konsumen memiliki harapan bahwa isi *mystery box* memiliki nilai yang lebih tinggi dari harga yang dibayarkan. Mereka menganggap kemungkinan mendapatkan "barang berharga" sebagai kesempatan yang menarik. Motif ini bersifat spekulatif dan menyerupai prinsip perjudian (*maisir*), karena terdapat unsur ketidakpastian dan keinginan untuk memperoleh keuntungan di luar proporsinya.

**c. Motif Sosial dan Tren Media**

Faktor sosial juga memengaruhi keputusan pembelian. Beberapa konsumen mengaku tertarik setelah melihat tren "unboxing mystery box" yang viral di media sosial seperti TikTok dan YouTube. Aktivitas tersebut memberikan kesan bahwa membeli *mystery box* adalah bagian dari gaya hidup modern yang mengikuti tren populer. Dalam konteks ini, motif

pembelian lebih bersifat konformitas sosial dibanding kebutuhan rasional.

**d. Motif Ekonomi dan Harga Terjangkau**

Sebagian kecil pembeli menilai harga *mystery box* relatif murah dibanding potensi isi yang didapatkan. Mereka berpendapat bahwa meskipun tidak mengetahui isi barang, harga yang terjangkau menjadikan pembelian tidak terlalu berisiko. Namun, argumen ini tetap menunjukkan bahwa pertimbangan konsumen masih berbasis pada spekulasi.

Dari keseluruhan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa motif pembelian *mystery box* di Toko Asmara Jaya lebih didorong oleh aspek psikologis dan emosional daripada rasionalitas ekonomi**.**

Menurut analisis penulis, motif konsumen dalam membeli *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi didominasi oleh faktor psikologis dan emosional, bukan semata-mata pertimbangan rasional ekonomi. Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen, ditemukan bahwa alasan utama ketertarikan terhadap *mystery box* adalah rasa penasaran, sensasi kejutan, serta pengalaman unik yang berbeda dari pembelian barang biasa.

Sebagian konsumen memandang *mystery box* sebagai bentuk hiburan, bahkan mengasosiasikannya dengan pengalaman menerima hadiah atau kado. Hal ini menunjukkan bahwa unsur emosional memiliki peran signifikan dalam mendorong keputusan pembelian. Selain itu, adanya harapan mendapatkan barang bernilai tinggi dengan harga yang relatif lebih murah juga menjadi faktor pendorong, meskipun disertai risiko mendapatkan barang yang tidak sesuai harapan.

Menurut penulis, motif tersebut mencerminkan adanya kecenderungan spekulatif dalam perilaku konsumsi. Konsumen secara sadar menerima risiko ketidakpastian demi kemungkinan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Dalam konteks hukum ekonomi syariah, perilaku konsumsi semacam ini perlu dikaji secara kritis karena

berpotensi mendekati unsur *maysir* (untung-untungan), terutama ketika keputusan pembelian lebih didasarkan pada harapan dan spekulasi dibandingkan pertimbangan manfaat dan kebutuhan nyata.

Namun demikian, penulis juga menilai bahwa tidak semua konsumen merasa dirugikan. Sebagian konsumen menyatakan kepuasan karena sejak awal telah memahami konsep *mystery box* sebagai produk kejutan. Akan tetapi, kepuasan tersebut bersifat subjektif dan tidak dapat dijadikan dasar pembenaran praktik yang secara normatif masih menyisakan persoalan hukum, baik dari sudut pandang syariah maupun perlindungan konsumen.

**3. Analisis Praktik Penjualan Mystery Box dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan UU No. 8 Tahun 1999**

**a. Perspektif Hukum Ekonomi Syariah**

Dalam Hukum Ekonomi Syariah, jual beli (*al-bay'*) dikategorikan sah apabila memenuhi rukun dan syarat yang telah ditetapkan, yaitu: adanya penjual dan pembeli (*'aqid*), objek akad (*ma'qud 'alaih*) yang jelas, serta ijab dan qabul yang menunjukkan kesepakatan. Jual beli juga harus terbebas dari unsur *riba*, *gharar* (ketidakjelasan), dan *maisir* (spekulatif/untung-untungan).

Praktik penjualan *mystery box* di Toko Asmara Jaya tidak memenuhi unsur kejelasan objek akad. Barang yang dijual tidak diketahui bentuk, jenis, maupun nilainya sebelum akad dilakukan. Dalam pandangan Imam Nawawi dalam *Al-Majmu' Syarh Al-Muhadzdzab*, jual beli seperti ini termasuk kategori jual beli yang tidak sah karena mengandung *gharar* yang nyata. Hal ini juga diperkuat oleh hadis Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Muslim:

Artinya : "Rasulullah SAW melarang jual beli yang mengandung gharar." (HR. Muslim No. 1513)

Ketidakjelasan isi *mystery box* juga mengandung unsur *jahalah* yang dapat menimbulkan ketidakseimbangan antara hak dan kewajiban pihak yang berakad. Dalam prinsip muamalah, keadilan (*al-'adl*) dan

kejelasan (*al-bayyinah*) merupakan asas utama untuk menghindari kerugian salah satu pihak.

Selain itu, praktik *mystery box* juga dapat dikaitkan dengan prinsip *maisir* karena terdapat unsur spekulasi dan kemungkinan memperoleh keuntungan dari ketidakpastian. Konsumen membeli tanpa mengetahui hasil akhir, yang menimbulkan kemiripan dengan bentuk perjudian ringan

Menurut analisis penulis, praktik penjualan *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Hal ini disebabkan karena transaksi tersebut terdpat unsur *gharar*, yaitu ketidakjelasan terhadap objek akad. Dalam fiqh muamalah, gharar yang dominan (*gharar fahisy*) dapat menyebabkan akad menjadi tidak sah karena berpotensi merugikan salah satu pihak.

Ketidakjelasan isi barang dalam *mystery box* menyebabkan pembeli tidak mengetahui secara pasti apa yang akan diterima, baik dari segi jenis, kualitas, maupun nilai barang. Padahal, syariat Islam menekankan pentingnya kejelasan dan keterbukaan dalam setiap transaksi untuk menjaga keadilan dan menghindari penipuan *(tadlis*). Selain itu, kebijakan tidak menerima pengembalian barang semakin memperkuat potensi ketidakadilan dalam transaksi.

Dengan demikian, menurut penulis, praktik *mystery box* tersebut masih bertentangan dengan prinsip keadilan *('adl),* kejujuran (*shidq),* dan transparansi yang menjadi dasar hukum ekonomi syariah. Agar praktik ini dapat dibenarkan secara syariah, diperlukan upaya untuk mengurangi unsur gharar, misalnya dengan memberikan informasi kisaran nilai barang yang lebih jelas atau opsi pengembalian barang.

**b. Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen**

Berdasarkan Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999, konsumen memiliki hak untuk memperoleh:

1) Kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa.
2) Informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang atau jasa.
3) Hak untuk memilih dan mendapatkan barang sesuai nilai tukar serta jaminan yang dijanjikan.
4) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian jika barang tidak sesuai perjanjian.

Dalam praktik *mystery box*, hak-hak tersebut belum sepenuhnya terpenuhi. Konsumen tidak mendapatkan informasi yang benar dan jelas tentang isi barang sebelum membeli (pelanggaran Pasal 4 huruf c). Selain itu, tidak ada jaminan keamanan terhadap kualitas barang yang diperoleh (pelanggaran Pasal 4 huruf a). Pihak toko juga tidak memberikan hak pengembalian apabila barang rusak atau tidak sesuai (melanggar Pasal 7 huruf g).

Dari sisi asas hukum, praktik ini juga tidak memenuhi asas keadilan, keseimbangan, dan kepastian hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 2 UUPK. Artinya, pelaku usaha belum melaksanakan kewajiban untuk memberikan informasi yang jujur serta tanggung jawab terhadap produk yang diperdagangkan. Oleh karena itu, secara hukum positif, praktik *mystery box* berpotensi menimbulkan pelanggaran terhadap hak-hak konsumen.

Dari perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen, menurut analisis penulis, praktik penjualan *mystery box* di Toko Asmara Jaya belum sepenuhnya memenuhi hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UUPK, khususnya hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang.

Informasi yang diberikan kepada konsumen masih bersifat umum dan tidak mencerminkan kondisi barang yang sesungguhnya. Hal ini berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan posisi antara pelaku usaha dan konsumen. Selain itu, kebijakan tidak menerima pengembalian

barang dapat membatasi hak konsumen untuk memperoleh ganti rugi apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan harapan atau mengalami cacat.

Menurut penulis, meskipun konsumen telah mengetahui konsep *mystery box* dan secara sukarela melakukan pembelian, pelaku usaha tetap memiliki kewajiban hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Prinsip kesepakatan tidak dapat dijadikan dasar untuk menghilangkan hak-hak konsumen yang telah dijamin oleh undang-undang.

Menurut penulis, praktik ini secara yuridis belum memberikan perlindungan hukum yang optimal bagi konsumen, meskipun konsumen secara sukarela melakukan pembelian. Oleh karena itu, diperlukan penyesuaian kebijakan oleh pelaku usaha agar sejalan dengan asas perlindungan konsumen, terutama asas keadilan, keseimbangan, dan kepastian hukum.

# BAB V
# PENUTUP

## A. Kesimpulan

Uraian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Praktik penjualan *mystery box* di Toko Asmara Jaya Bukittinggi dilakukan dengan sistem penjualan langsung (*offline sales*) menggunakan konsep kejutan (unsur *surprise*). Setiap kotak dijual dengan harga yang telah ditentukan dan berisi barang yang bersifat acak (random). Konsumen tidak mengetahui isi barang sebelum pembelian dilakukan, dan barang yang telah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan. Konsep ini menimbulkan daya tarik tersendiri bagi konsumen karena faktor rasa penasaran, hiburan, dan tren sosial.

Motif konsumen dalam membeli *mystery box* didorong oleh keinginan untuk memperoleh pengalaman dan sensasi emosional, bukan semata-mata nilai ekonomis barang. Unsur ketidakpastian isi kotak menjadi daya tarik utama yang menimbulkan rasa penasaran. Sebagian besar konsumen menerima risiko tersebut secara sadar, meskipun terdapat kemungkinan ketidaksesuaian antara harapan dan nilai barang yang diperoleh.

Dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah, praktik jual beli *mystery box* memiliki permasalahan pada aspek kejelasan objek transaksi (*gharar*). Ketidakpastian mengenai isi kotak bertentangan dengan prinsip *transparency* dan *ridha* (kerelaan) yang harus ada dalam akad jual beli. Walaupun syarat subjek akad (*al-muta'aqidain*) dan ijab-qabul terpenuhi, namun objek transaksi yang tidak jelas dapat menimbulkan unsur *jahalah* dan *tadlis*, sehingga praktik ini cenderung tidak sejalan dengan prinsip jual beli yang sah menurut hukum ekonomi syariah.

Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, praktik *mystery box* juga belum sepenuhnya memenuhi hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4, khususnya hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur. Ketidakjelasan isi barang menyebabkan potensi pelanggaran terhadap hak konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memberikan informasi minimal mengenai kisaran nilai dan kondisi barang dalam kotak agar transaksi berjalan secara adil dan transparan.

Secara keseluruhan, praktik penjualan *mystery box* dapat dikategorikan sebagai bentuk inovasi pemasaran yang menarik dan kreatif dari sisi ekonomi, tetapi masih memerlukan penyesuaian agar tidak bertentangan dengan prinsip syariah maupun ketentuan hukum perlindungan konsumen. Upaya sinergi antara kepentingan bisnis dan aspek etika hukum Islam menjadi kunci agar praktik ini dapat terus berjalan secara berkelanjutan dan berkeadilan.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

Bagi Pelaku Usaha, disarankan untuk memberikan informasi yang lebih transparan terkait isi dan kisaran nilai barang di dalam *mystery box*. Hal ini penting guna menjamin perlindungan hak konsumen serta menghindari unsur *gharar* yang dilarang dalam hukum ekonomi syariah. Selain itu, pelaku usaha juga dapat menyertakan kebijakan yang adil terkait pengembalian barang apabila terjadi ketidaksesuaian nilai ekstrem antara harga dan isi.

Bagi Konsumen, diharapkan agar lebih cermat dan kritis dalam melakukan transaksi pembelian *mystery box*. Konsumen sebaiknya memahami risiko dan konsekuensi dari ketidakpastian isi barang serta memastikan bahwa transaksi dilakukan secara sadar dan tanpa paksaan (*ridha*).

Bagi Pemerintah dan Lembaga Perlindungan Konsumen, perlu dilakukan pengawasan dan edukasi yang lebih intensif terhadap praktik-praktik jual beli berbasis *random value item* seperti mystery box. Regulasi turunan dari

UU No. 8 Tahun 1999 dapat diperjelas agar mencakup bentuk transaksi modern yang berkembang di masyarakat, baik secara *online* maupun *offline*.

## DAFTAR PUSTAKA

**BUKU**


Abdul Aziz Muhammad Azam. Fiqh Muamalat, penerjemah Nadirsyah Hawari (Jakarta: Amzah, 2010) cet 1, hlm23-24

Abu Bakar, Taqiyyudin, bin Muhammad, Kifayatul Akhyar Fii HalliGhayatil Ikhtisar, alih bahasa Syarifudin Anwar dan Misbah Mustofa, Surabaya: CV Bina Iman, 1995.

Ahmad, Idris, 1986. Fiqh al-Syafi‟iyah, Jakarta: Karya Indah.Abi Bakr Ibn Muhammad al-Husaini, Imam Taqiyuddin, t.th,

Ahmad Wardi Muslich, Fikih Muamalah. Amzah, Jakarta, 2010, Cet Ke-1, hlm., 173

Al-Jaziri, Abd.al-Rahman, 2003, Kitab Fiqh Ala al-Mazahib al- Arba‟ah, Tur ki: Ikhla Wakif.

Arifin, M. J. (2020). Keabsahan Akad Transaksi Jual Beli dengan Sistem Dropshipping dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Lisyabab : Jurnal Studi Islam dan Sosial*, *1*(2), 279–290.

Aris, Z., & Zulianto, A. (2021).Hukum Ekonomi Djuwaini, Dimyaudin, Pengantar Fiqih Muamalah, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.Syariah dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Mystery Box di e-commerce. *Repository.Uinsaizu.Ac.Id*.

Ascarya. (2015). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.

Aziz, Abdul. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah, 2010.

Djuwaini, Dimyaudin, Pengantar Fiqih Muamalah, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.

Mas'adi, A., Ghofron, 2002, Fiqh Mu'amalah Kontekstual, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Rahmawati, L. (2021). Gharar dalam Transaksi Jual Beli Kontemporer. *Jurnal Muamalah*, 5(2), 101–118.

Syaifullah M.S. (2014). Etika Jual Beli Dalam Islam, Jurnal Studia Islamika.11(2). Hal 371

Sabiq, Sayyid. (2013). *Fiqh Sunnah*. Jakarta: Pena Pundi Aksara.

Wahbah al-Zuhaili. 2011. Fiqh Islam Wa Adillatuhu. Jilid 2. Jakarta: Gema Insani.

Zuhaili, Wahbah. (2011). *Fiqh al-Islami wa Adillatuhu* (Jilid IV–V). Damaskus: Dar al-Fikr.

**JURNAL**

Ahmad Sarwat. Fiqih Jual-Beli. Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing, 2018

Fitrah Ramadhan dan Mardiana 'Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Jual Beli Mystery Box di Aplikasi Online Shop Shopee di Kota Pekanbaru', Journal of Sharia and Law, Vol. 2, No. 3,2023

Habibullah, E. S. (2017). Hukum Ekonomi Syariah dalam Tatanan Hukum Nasional. *Al-Mashlahah Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial*, *5*(9), 691–710.

Hidayat, R., & Fauzi, A. (2019). Etika Bisnis Islam dalam Praktik Jual Beli. *Jurnal Hukum Islam*, 17(2), 145–162.

Hulwati, *Transaksi Saham di Pasar Modal Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi Islam*, Yogyakarta: UII Press, 2001

Holilur Rohman. Hukum Jual Beli Online (Pendekatan Fiqh Muamalah, Kaidah Fiqh, Usul Fiqh, Maqasid al-Syariah, Hasil Bahsul Masa'il NU, Dan Fatwa DSN-MUI). Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020

Jamalauddin. (2017). Konsep Dasar Muamalah Oleh: Jamaluddin. *IAI Tribakti Kediri*, *2*(2), 289–315.

Kansil dan Kansil Christine, Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia, Jakarta: Sinar Grafika. 2015

Keraf, A. Sonny. (2010). *Etika Bisnis: Tuntutan dan Relevansinya*. Jakarta: Kanisius.

LanguyuNovianto,Jurnal"KedududukanHukumPenjualDanPembeliDalamBisnisJualBeliOnline"LexEtSocietatis, Vo. III/No.9/Oktobber/2015.Hal.97

Mahfudhoh, Z., & Santoso, L. (2020). Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli Melalui Media. *Serambi*, *2*(1), 29–40.

Manan, Abdul. (2012). *Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Muhammad dan Lukman Furoni, *Visi Alquran tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta:Salemba Diniyah, 2002

Misbahuddin, E-commerce dan hukum Islam, Makasar: Alauddin University Press. 2012

Nugroho, M., & Astuti, F. Y. (2022). Jual beli online Pada E-commerce dalam perspektif hukum ekonomi islam. *Jurnal Economic Insight*, *1*(1), 137–147.

Nugroho, S. A. (2020). Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Al-Ahkam*, 30(1), 65–82.

Putri, J. D., M. Randhika Priyatna, M. Naufal Empy, Fathoni Yusuf, & Fadhli Suko Wiryanto4. (2023). Akad E-Commerce Jual Beli Online Ditinjau dari Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. *Al - Muamalat: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, *8*(1), 43–59.

Rasjid, Sulaiman, Fiqih Islam, cet. XLIX, Bandung: Sinar Baru Alglesindo, 2010.

Rahmawati, L. (2021). Gharar dalam Transaksi Jual Beli Kontemporer. *Jurnal Muamalah*, 5(2), 101–118.

Sari, D. P., & Hasan, M. (2022). Etika Jual Beli dalam Perspektif Fiqh Muamalah. *Jurnal Al-Mu'amalat*, 9(1), 33–48.

Thohari, Wakhidah & Chamim. n.d. "Jual Beli Online (E-Commerce) Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam" 13 (1): 1–12.

Tumantara, Firman, Hukum Perlindungan Konsumen, Malang: Setara Press. 2016

Yusuf, M., & Amalia, S. (2023). Transparansi Informasi sebagai Prinsip Perlindungan Konsumen Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 13(2), 89–104.

Zaenal Arifin, Mohamad, and Suliyono Anshori, Muh. 2022. "Pemasaran Syariah Dalam Perspektif Hadits Dan Aplikasinya Pada Perbankan Syariah." Madani Syariah5 (2): 83–97.

**ARTIKEL/WEBSITE**

Fitriani, N. (2024). *Strategi Pemasaran Umkm Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen ( Studi Kasus Toko Busana Mbak Asih Desa Tanjungtirta , Punggelan , Banjarnegara )*.

Saiful Adlie. (2021). Hukum Jual Beli Mystery Box. *12 Januari*, 16–31. https://muftiwp.gov.my/ms/artikel/al-kafi-li-al-fatawi/4649-al-kafi-1757-hukum-jual-beli-mystery-box

**SKRIPSI/KARYA ILMIAH**

Miftahul Jannah, Transaksi Jual Beli Mystery Box Pada Situs Shopee Ditinjau Dalam Perspektif Ba'isalam, Skripsi Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Prodi Hukum Ekonomi SyariahUniversitas Isalm Negeri AR-RaniryBanda Aceh. (Banda Aceh : Universitas Islam Negere AR-Raniry

banda aceh, 2020)

Siswadi, Analisis Produk Lembaga Keuangan Syariah (Kajian Karakteristik Produk Mudlarabah dan Murabahah Pada Lembaga Keuangan Syari'ah)

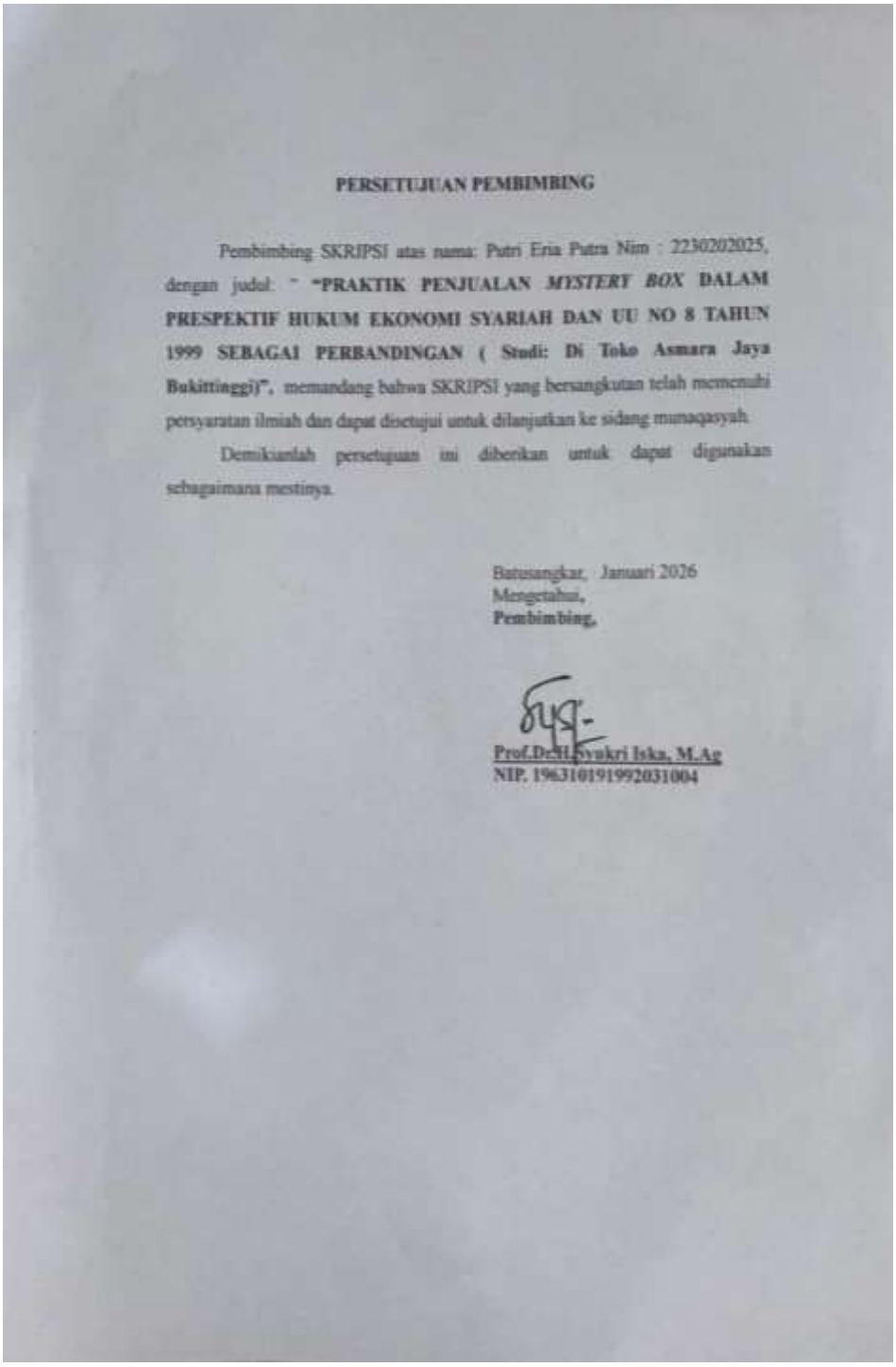
**PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN**

Kitab Undang – Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999.

# LAMPIRAN

**Lampiran 1 Berkas Terkait :**

**Gambar 1.1 Persetujuan Pembimbing Munaqasyah**



**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Pembimbing SKRIPSI atas nama: Putri Eria Putra Nim : 2230202025, dengan judul: " **"PRAKTIK PENJUALAN *MYSTERY BOX* DALAM PRESPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN UU NO 8 TAHUN 1999 SEBAGAI PERBANDINGAN ( Studi: Di Toko Asmara Jaya Bukittinggi)"**, memandang bahwa SKRIPSI yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang munaqasyah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, Januari 2026
Mengetahui,
**Pembimbing,**

**Prof.Dr.H.Syukri Iska, M.Ag**
**NIP. 196310191992031004**

**Gambar 1.2**
**ST. Pra Seminar**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS BATUSANGKAR**
**FAKULTAS SYARIAH**
Jl. Sudirman No. 137 Lima Kaum Batusangkar Telp. (0752) 71150
Website : www.uinmybatusangkar.ac.id e-mail : info@uinmybatusangkar.ac.id

**SURAT TUGAS**
Nomor : B-3922/Un.25/FS.I/PP.00.9/11/2025

Dekan Fakultas Syariah, dengan ini menugaskan:

| No | Nama / NIP | Pangkat / Gol | Jabatan | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Prof. Dr. H. Syukri Iska, M.Ag. / 19631019 199203 1 004 | Pembina Utama Muda / IV/c | Guru Besar | |

sebagai **Pembimbing Proposal / Skripsi** mahasiswa Fakultas Syariah pada semester Ganjil Tahun Akademik 2025-2026 , atas nama :

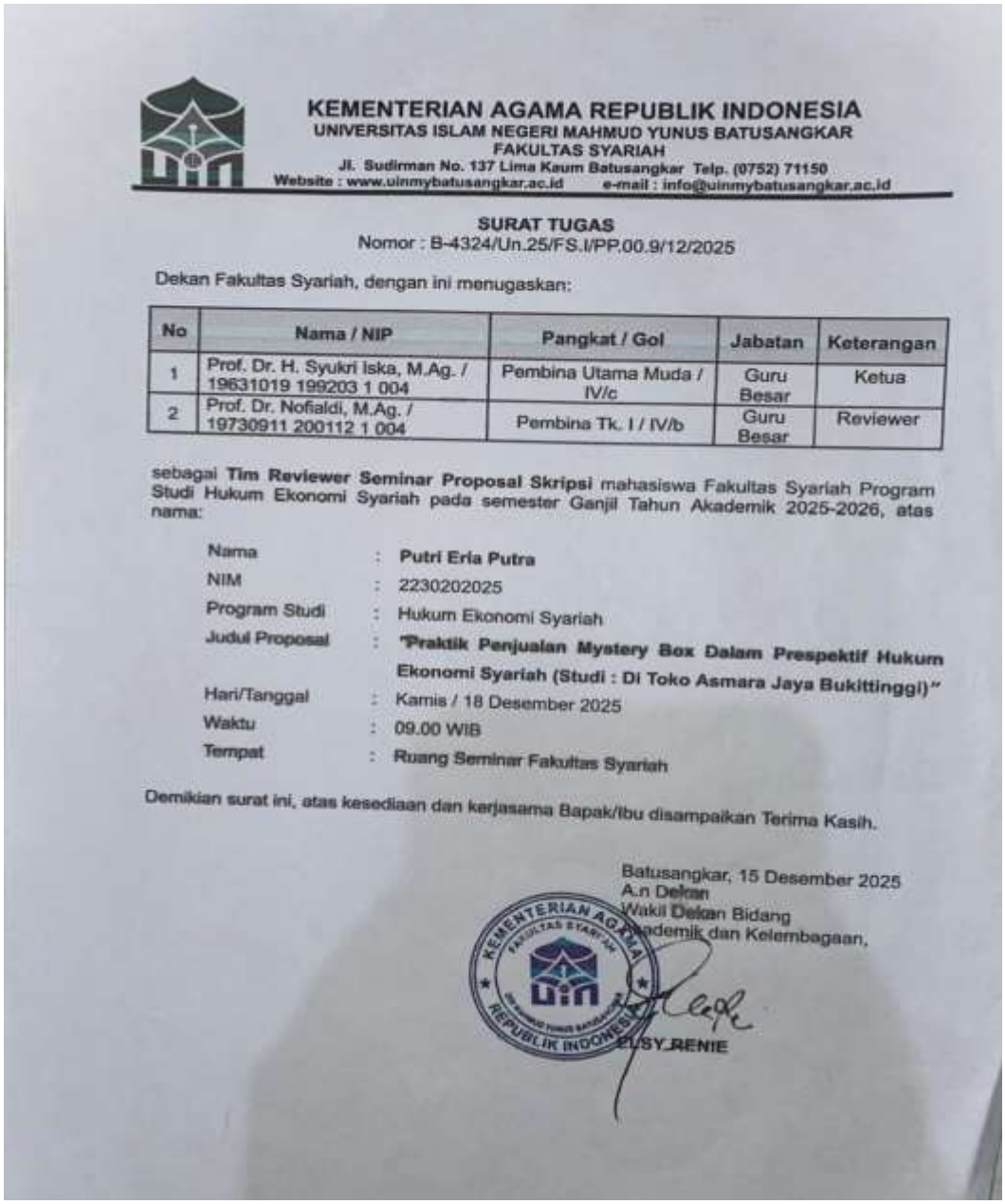
| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | **Putri Eria Putra** |
| NIM | : | 2230202025 |
| Program Studi | : | Hukum Ekonomi Syariah |
| Judul Proposal | : | ***Praktik Penjualan Mystery Box Dalam Prespektif Hukum Ekonomi Syariah ( Studi: Di Toko Asmara Jaya Bukittinggi)*** |

Demikian surat ini, atas kesediaan dan kerjasama Bapak/Ibu disampaikan Terima Kasih.

Batusangkar, 7 November 2025
A.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang
Akademik dan Kelembagaan

**ELSY RENIE**

**Gambar 1.3**
**ST. Seminar Proposal Skripsi**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS BATUSANGKAR
FAKULTAS SYARIAH
Jl. Sudirman No. 137 Lima Kaum Batusangkar Telp. (0752) 71150
Website : www.uinmybatusangkar.ac.id e-mail : info@uinmybatusangkar.ac.id

**SURAT TUGAS**
Nomor : B-4324/Un.25/FS.I/PP.00.9/12/2025

Dekan Fakultas Syariah, dengan ini menugaskan:

| No | Nama / NIP | Pangkat / Gol | Jabatan | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Prof. Dr. H. Syukri Iska, M.Ag. / 19631019 199203 1 004 | Pembina Utama Muda / IV/c | Guru Besar | Ketua |
| 2 | Prof. Dr. Nofialdi, M.Ag. / 19730911 200112 1 004 | Pembina Tk. I / IV/b | Guru Besar | Reviewer |

sebagai **Tim Reviewer Seminar Proposal Skripsi** mahasiswa Fakultas Syariah Program Studi Hukum Ekonomi Syariah pada semester Ganjil Tahun Akademik 2025-2026, atas nama:

Nama : **Putri Eria Putra**
NIM : 2230202025
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Proposal : **"Praktik Penjualan Mystery Box Dalam Prespektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi : Di Toko Asmara Jaya Bukittinggi)"**
Hari/Tanggal : Kamis / 18 Desember 2025
Waktu : 09.00 WIB
Tempat : Ruang Seminar Fakultas Syariah

Demikian surat ini, atas kesediaan dan kerjasama Bapak/Ibu disampaikan Terima Kasih.

Batusangkar, 15 Desember 2025
A.n Dekan
Wakil Dekan Bidang
Akademik dan Kelembagaan,

ELSY RENIE