



Analisis Akad Jual Beli dalam Transaksi Mystery Box di Marketplace: Antara Hiburan dan Gharar (ketidakpastian)

M.Habib^{1*}, Anisa Permata Dewi², Priskila Treka Zefata³, Bian Sandria Gihantoro⁴,
Naufal Rizky Refandhika⁵, Nava Tiya Putri⁶

¹⁻⁶S1 Hukum, Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia

Email: muhamadhabib58@gmail.com¹, anisadewi054@gmail.com², zefatrekapriskila@gmail.com³,
biansg758@gmail.com⁴, naufalrizky779@gmail.com⁵, navaatiya@gmail.com⁶

*Penulis Korespondensi: muhamadhabib58@gmail.com

Abstract. This study examines in detail the phenomenon of online shopping using the Mystery Box scheme, currently popular on various e-commerce platforms. This phenomenon creates a conflict between innovative entertainment-based marketing strategies and compliance with Sharia principles in transactions. The approach used in this study is a descriptive qualitative method with a phenomenological and juridical-normative perspective. Although offering an entertaining experience, this practice raises serious issues related to the clarity of the transaction object (*ma'qud 'alaih*) because it contains *gharar fahish* or excessive uncertainty that negatively impacts consumers. This contradicts the principle of transparency stipulated in the JPH Law and Government Regulation No. 42 of 2024, which guarantees consumers' right to obtain accurate information. From a theological perspective, the speculative element similar to gambling (*maysir*) in the Mystery Box is prohibited according to Surah Al-Baqarah verse 188: *وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتَذَلُّوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ* "And do not devour your neighbor's wealth unjustly..." As a solution, transactions can be legitimate if the element of ignorance is reduced through transparency regarding the minimum value of goods equal to the price paid. The study concluded that the integrity of the digital market must be maintained through strict platform regulation and consumer education so that every transaction remains based on the principle of *'antaradin* (mutual consent) and the values of Sharia justice.

Keywords: Buying and Selling; Gharar; Marketplace; MysteryBox; Sharia Economic Law.

Abstrak. Penelitian ini membahas secara rinci fenomena belanja online menggunakan skema Kotak Misteri yang saat ini populer di berbagai platform *e-commerce*. Fenomena ini menciptakan pertentangan antara inovasi strategi pemasaran yang berbasis hiburan dengan kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam transaksi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan perspektif fenomenologi dan yuridis-normatif. Meskipun menawarkan pengalaman berbelanja yang menghibur, praktik ini menimbulkan permasalahan serius terkait kejelasan objek transaksi (*ma'qud 'alaih*) karena mengandung *gharar fahish*, yaitu ketidakpastian yang berlebihan dan berpotensi merugikan konsumen. Kondisi tersebut bertentangan dengan prinsip transparansi yang diatur dalam UU Jaminan Produk Halal (UU JPH) dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024, yang menjamin hak konsumen untuk memperoleh informasi yang akurat. Dari sudut pandang teologis, unsur spekulatif yang menyerupai perjudian (*maysir*) dalam praktik Kotak Misteri diharamkan sebagaimana firman Allah Swt. dalam QS. Al-Baqarah ayat 188: *وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتَذَلُّوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ*. "Dan janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil." Sebagai solusi, transaksi dapat dianggap sah jika unsur ketidakpastian diminimalkan melalui transparansi mengenai harga minimum barang yang sesuai dengan biaya yang dibayarkan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberlangsungan pasar digital perlu dipertahankan melalui pengaturan platform yang ketat serta pendidikan kepada konsumen agar setiap transaksi tetap berlandaskan pada prinsip *'an taradin* (kerelaan bersama) dan keadilan syariah.

Kata Kunci: Gharar; Hukum Ekonomi Syariah; Jual Beli; Misteri Bok; Toko Online.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital di bidang ekonomi telah membawa perubahan yang signifikan terhadap pola belanja masyarakat. Saat ini, aktivitas jual beli tidak lagi hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan sehari-hari, tetapi juga melibatkan aspek emosional dan hiburan yang mendorong lahirnya berbagai inovasi bisnis. Salah satu contohnya adalah fenomena blind box, yaitu metode pembelian produk secara misterius yang berkembang pesat

di berbagai negara, termasuk Indonesia(Pratama2022; Sari, 2023). Popularitas blind box di kalangan anak muda menunjukkan adanya pergeseran pola konsumsi dari yang berorientasi pada kepraktisan menuju konsumsi yang didorong oleh sensasi, di mana unsur kejutan, rasa penasaran, dan pengalaman membuka produk menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian. Namun, di balik daya tarik tersebut, praktik blind box menimbulkan berbagai persoalan ekonomi, moral, dan spiritual, terutama jika ditinjau dari perspektif ekonomi Islam yang menekankan prinsip keadilan, transparansi, serta larangan terhadap unsur ketidakpastian (gharar), perjudian (maysir), dan penipuan (tadlis) (Rahman, 2021; Hidayat, 2023).

Ketidakkjelasan mengenai barang yang diterima konsumen dalam transaksi blind box berisiko mengandung unsur gharar sementara adanya kemungkinan untung-rugi yang bergantung pada peluang memperoleh barang bernilai menunjukkan indikasi maysir yang tidak sejalan dengan prinsip muamalah dalam syariat Islam(Kurnia & Jaenudin, 2022). Dalam konteks ekonomi digital dan e-commerce, fenomena ini menghadirkan tantangan baru bagi konsumen Muslim terkait verifikasi kehalalan produk, pola konsumsi, serta kesesuaian praktik perdagangan digital dengan tujuan-tujuan syariah (maqashid al-shariah)(Lestari, 2022; Kaunang, 2025). Di sisi lain, praktik blind box bukan sekadar persoalan ekonomi, tetapi juga mencerminkan perubahan perilaku konsumsi modern yang dipengaruhi oleh faktor psikologis dan strategi pemasaran digital yang kerap mendorong pembelian impulsif.

Banyak penelitian sebelumnya membahas blind box dari perspektif perilaku konsumen, ekonomi konvensional, maupun tren pasar, namun hanya sedikit yang mengkajinya secara mendalam dari sudut pandang ekonomi Islam, khususnya melalui pendekatan integratif antara konsep gharar, maysir, dan etika perdagangan digital. Padahal, fenomena ini melahirkan bentuk baru ketidakpastian dan spekulasi dalam ekonomi modern yang membutuhkan pendekatan hukum ekonomi Islam yang lebih komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kekosongan dalam kajian yang ada dengan menganalisis praktik blind box tidak hanya sebagai fenomena ekonomi digital, tetapi juga sebagai persoalan etika dan hukum muamalah yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, moralitas bisnis, serta relevansinya terhadap nilai-nilai syariah.

Penelitian ini juga menawarkan kebaruan dengan menggabungkan kajian fikih muamalah klasik dengan perkembangan ekonomi digital masa kini serta memberikan analisis mendalam mengenai penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam model bisnis baru yang mengandung unsur hiburan, psikologi, dan spekulasi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, baik secara teoretis maupun praktis, bagi

pengembangan literatur ekonomi Islam serta menjadi sarana edukasi bagi masyarakat Muslim dalam menghadapi kompleksitas konsumsi digital yang semakin meningkat.

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini dimulai dengan pembahasan mengenai etika bisnis dalam perspektif Islam, yang terdiri dari sekumpulan nilai dan prinsip yang mengatur kegiatan bisnis mengikuti ajaran Islam. Etika bisnis Islam tidak semata-mata berlandaskan pada norma-norma yang umum dipahami tentang benar dan salah, melainkan juga berakar dari Al-Qur'an serta Hadis yang menjadi panduan utama dalam melaksanakan kegiatan ekonomi (Saifudin & Febrianti, 2025). Nilai-nilai inti etika bisnis Islam mencakup kejujuran, keadilan, kebebasan bertanggung jawab, dan kebenaran (Nugroho & Astuti, 2022). Prinsip-prinsip ini menjadi dasar moral bagi para pelaku usaha, yang mengarahkan aktivitas bisnis tidak hanya menuju keuntungan, tapi juga pada kemaslahatan dan keberkahan. Dalam hal ini, ajaran Islam menekankan betapa pentingnya bersikap adil, berbuat baik, dan menjauhi tindakan yang merugikan orang lain, sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an. Selanjutnya, etika bisnis dalam Islam dapat dinilai melalui beberapa prinsip utama, yaitu tauhid, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Prinsip tauhid menegaskan bahwa semua kegiatan bisnis harus berlandaskan kesadaran akan keesaan Allah, sehingga setiap tindakan yang diambil memiliki dimensi spiritual dan bersifat untuk mendapatkan ridha-Nya. Prinsip keadilan mewajibkan setiap pelaku bisnis untuk memperlakukan semua pihak dengan adil tanpa adanya diskriminasi, serta menjunjung tinggi kejujuran dalam setiap proses transaksi. Di sisi lain, prinsip kehendak bebas memberikan kesempatan bagi individu untuk menjalankan aktivitas ekonomi, tetapi tetap dalam koridor syariat Islam. Prinsip tanggung jawab menunjukkan bahwa setiap tindakan bisnis harus dapat dipertanggungjawabkan, baik kepada Allah maupun kepada sesama manusia. Sedangkan prinsip kebenaran berhubungan dengan kejujuran dan transparansi dalam seluruh proses bisnis, termasuk penentuan harga, kualitas produk, serta informasi yang diberikan kepada konsumen. Dalam konteks muamalah, transaksi jual beli sangat dianjurkan dalam Islam karena mengandung nilai tolong-menolong antar sesama. Jual beli dipahami sebagai suatu kesepakatan untuk menukar barang atau jasa antara penjual dan pembeli yang berlangsung atas dasar kesepakatan bersama tanpa paksaan. Dalam praktiknya, ada rukun dan syarat yang perlu dipenuhi agar transaksi tersebut dianggap sah menurut syariat Islam. Rukun dalam jual beli meliputi keberadaan pelaku transaksi (penjual dan pembeli), adanya akad, dan objek yang diperjualbelikan (Lubis, 2023). Sedangkan syarat sah jual beli antara lain adalah kecakapan para pelaku, adanya kesepakatan tanpa paksaan, kejelasan objek transaksi, serta

tidak bertentangan dengan hukum Islam. Selain itu, dalam akad jual beli terdapat pengertian ijab dan kabul yang menunjukkan adanya kesepakatan antara kedua belah pihak. Dari sudut pandang hukum positif di Indonesia, perjanjian jual beli juga diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang mendefinisikan jual beli sebagai suatu perjanjian di mana penjual berjanji untuk menyerahkan barang, sementara pembeli berkewajiban untuk membayar harga yang telah disepakati (Meilanyet al., 2024). Perjanjian ini bersifat timbal balik karena kedua pihak memiliki hak dan kewajiban masing-masing. Keabsahan perjanjian ditentukan oleh sejumlah syarat, yaitu adanya kesepakatan antara para pihak, kecakapan hukum, objek yang jelas, serta alasan yang halal. Dengan demikian, baik dalam hukum Islam maupun dalam hukum positif, transaksi jual beli menekankan pentingnya kejelasan, keadilan, dan kesepakatan bersama.

Seiring dengan kemajuan teknologi, transaksi jual beli saat ini banyak dilakukan melalui situs e-commerce yang memberikan kenyamanan dan efisiensi untuk para pembeli. Situs-situs seperti marketplace dan platform media sosial memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian tanpa perlu bertemu langsung dengan penjual. Namun, situasi ini juga membawa risiko, terutama berkaitan dengan ketidakpastian mengenai barang yang dibeli (Wibowo, 2021). Pembeli tidak dapat melihat atau memeriksa produk secara langsung, sehingga ada kemungkinan terjadi ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan. Hal ini menjadi lebih rumit dalam penjualan produk seperti mystery box, yaitu paket yang berisi barang yang tidak diketahui secara spesifik oleh pembeli sebelum melakukan pembelian. Dalam pandangan Islam, praktik jual beli yang mengandung ketidakpastian atau unsur gharar dan maisir tidak diperbolehkan karena dapat merugikan salah satu pihak (Kurnia & Jaenudin, 2022; Rahman 2021). Ketidakjelasan informasi tentang isi produk dalam transaksi mystery box dapat melanggar prinsip transparansi dan kejujuran dalam etika bisnis Islam. Maka dari itu, sangat penting untuk memastikan bahwa setiap transaksi memenuhi kriteria kejelasan informasi, keadilan, dan persetujuan kedua belah pihak agar tidak menyebabkan kerugian.

Di sisi lain, perlindungan konsumen menjadi elemen penting dalam menjaga keseimbangan antara pelaku bisnis dan konsumen. Perlindungan konsumen merupakan upaya untuk memastikan kepastian hukum serta melindungi hak-hak konsumen dari praktik bisnis yang merugikan (Lestari, 2022; Kaunang, 2025). Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dijelaskan bahwa pelaku bisnis berkewajiban untuk bertindak baik, memberikan informasi yang akurat, jelas, dan jujur, serta menjamin kualitas produk yang dijual. Selain itu, mereka juga harus bertanggung jawab untuk mengganti rugi jika terjadi kerugian akibat produk

yang tidak sesuai dengan kesepakatan. Konsumen adalah individu yang menggunakan barang atau jasa untuk keperluan pribadi dan tidak untuk dijual kembali. Dalam konteks ini, konsumen tidak hanya memiliki hak tetapi juga tanggung jawab, seperti membaca petunjuk penggunaan, berhati-hati saat bertransaksi, dan melakukan pembayaran sesuai kesepakatan. Di sisi lain, pelaku usaha terdiri dari individu atau badan yang menjalankan aktivitas ekonomi, baik sebagai individu maupun dalam bentuk badan hukum. Mereka mempunyai hak untuk mengelola usaha, tetapi juga wajib mengikuti peraturan yang berlaku, melindungi kepentingan konsumen, serta bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa aktivitas jual beli, terutama dalam konteks e-commerce dan produk mystery box, harus memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, peraturan hukum yang berlaku, serta aspek perlindungan konsumen. Penggabungan antara nilai-nilai syariat dan regulasi hukum sangat penting untuk menciptakan sistem perdagangan yang adil, transparan, dan memberikan perlindungan bagi semua pihak yang terlibat.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dimulai dengan pembahasan mengenai etika bisnis dalam perspektif Islam, yang terdiri dari sekumpulan nilai dan prinsip yang mengatur kegiatan bisnis mengikuti ajaran Islam. Etika bisnis Islam tidak semata-mata berlandaskan pada norma-norma yang umum dipahami tentang benar dan salah, melainkan juga berakar dari Al-Qur'an serta Hadis yang menjadi panduan utama dalam melaksanakan kegiatan ekonomi. Nilai-nilai inti etika bisnis Islam mencakup kejujuran, keadilan, kebebasan bertanggung jawab, dan kebenaran. Prinsip-prinsip ini menjadi dasar moral bagi para pelaku usaha, yang mengarahkan aktivitas bisnis tidak hanya menuju keuntungan, tapi juga pada kemaslahatan dan keberkahan. Dalam hal ini, ajaran Islam menekankan betapa pentingnya bersikap adil, berbuat baik, dan menjauhi tindakan yang merugikan orang lain, sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an.

Selanjutnya, etika bisnis dalam Islam dapat dinilai melalui beberapa prinsip utama, yaitu tauhid, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Prinsip tauhid menegaskan bahwa semua kegiatan bisnis harus berlandaskan kesadaran akan keesaan Allah, sehingga setiap tindakan yang diambil memiliki dimensi spiritual dan bersifat untuk mendapatkan ridha-Nya. Prinsip keadilan mewajibkan setiap pelaku bisnis untuk memperlakukan semua pihak dengan adil tanpa adanya diskriminasi, serta menjunjung tinggi kejujuran dalam setiap proses transaksi. Di sisi lain, prinsip kehendak bebas memberikan kesempatan bagi individu untuk menjalankan aktivitas ekonomi, tetapi tetap dalam koridor syariat Islam. Prinsip tanggung jawab menunjukkan bahwa setiap tindakan bisnis harus dapat

dipertanggungjawabkan, baik kepada Allah maupun kepada sesama manusia. Sedangkan prinsip kebenaran berhubungan dengan kejujuran dan transparansi dalam seluruh proses bisnis, termasuk penentuan harga, kualitas produk, serta informasi yang diberikan kepada konsumen.

Dalam konteks muamalah, transaksi jual beli sangat dianjurkan dalam Islam karena mengandung nilai tolong-menolong antar sesama. Jual beli dipahami sebagai suatu kesepakatan untuk menukar barang atau jasa antara penjual dan pembeli yang berlangsung atas dasar kesepakatan bersama tanpa paksaan. Dalam praktiknya, ada rukun dan syarat yang perlu dipenuhi agar transaksi tersebut dianggap sah menurut syariat Islam. Rukun dalam jual beli meliputi keberadaan pelaku transaksi (penjual dan pembeli), adanya akad, dan objek yang diperjualbelikan. Sedangkan syarat sah jual beli antara lain adalah kecakapan para pelaku, adanya kesepakatan tanpa paksaan, kejelasan objek transaksi, serta tidak bertentangan dengan hukum Islam. Selain itu, dalam akad jual beli terdapat pengertian ijab dan kabul yang menunjukkan adanya kesepakatan antara kedua belah pihak. Dari sudut pandang hukum positif di Indonesia, perjanjian jual beli juga diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang mendefinisikan jual beli sebagai suatu perjanjian di mana penjual berjanji untuk menyerahkan barang, sementara pembeli berkewajiban untuk membayar harga yang telah disepakati. Perjanjian ini bersifat timbal balik karena kedua pihak memiliki hak dan kewajiban masing-masing. Keabsahan perjanjian ditentukan oleh sejumlah syarat, yaitu adanya kesepakatan antara para pihak, kecakapan hukum, objek yang jelas, serta alasan yang halal. Dengan demikian, baik dalam hukum Islam maupun dalam hukum positif, transaksi jual beli menekankan pentingnya kejelasan, keadilan, dan kesepakatan bersama.

Seiring dengan kemajuan teknologi, transaksi jual beli saat ini banyak dilakukan melalui situs e-commerce yang memberikan kenyamanan dan efisiensi untuk para pembeli. Situs-situs seperti marketplace dan platform media sosial memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian tanpa perlu bertemu langsung dengan penjual. Namun, situasi ini juga membawa risiko, terutama berkaitan dengan ketidakpastian mengenai barang yang dibeli. Pembeli tidak dapat melihat atau memeriksa produk secara langsung, sehingga ada kemungkinan terjadi ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan. Hal ini menjadi lebih rumit dalam penjualan produk seperti mystery box, yaitu paket yang berisi barang yang tidak diketahui secara spesifik oleh pembeli sebelum melakukan pembelian. Dalam pandangan Islam, praktik jual beli yang mengandung ketidakpastian atau unsur gharar dan maisir tidak diperbolehkan karena dapat merugikan salah satu pihak. Ketidakjelasan informasi tentang isi produk dalam transaksi mystery box dapat melanggar prinsip transparansi dan kejujuran dalam etika bisnis Islam. Maka dari itu, sangat penting untuk memastikan bahwa setiap transaksi

memenuhi kriteria kejelasan informasi, keadilan, dan persetujuan kedua belah pihak agar tidak menyebabkan kerugian. Di sisi lain, perlindungan konsumen menjadi elemen penting dalam menjaga keseimbangan antara pelaku bisnis dan konsumen. Perlindungan konsumen merupakan upaya untuk memastikan kepastian hukum serta melindungi hak-hak konsumen dari praktik bisnis yang merugikan. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dijelaskan bahwa pelaku bisnis berkewajiban untuk bertindak baik, memberikan informasi yang akurat, jelas, dan jujur, serta menjamin kualitas produk yang dijual. Selain itu, mereka juga harus bertanggung jawab untuk mengganti rugi jika terjadi kerugian akibat produk yang tidak sesuai dengan kesepakatan. Konsumen adalah individu yang menggunakan barang atau jasa untuk keperluan pribadi dan tidak untuk dijual kembali. Dalam konteks ini, konsumen tidak hanya memiliki hak tetapi juga tanggung jawab, seperti membaca petunjuk penggunaan, berhati-hati saat bertransaksi, dan melakukan pembayaran sesuai kesepakatan. Di sisi lain, pelaku usaha terdiri dari individu atau badan yang menjalankan aktivitas ekonomi, baik sebagai individu maupun dalam bentuk badan hukum. Mereka mempunyai hak untuk mengelola usaha, tetapi juga wajib mengikuti peraturan yang berlaku, melindungi kepentingan konsumen, serta bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa aktivitas jual beli, terutama dalam konteks e-commerce dan produk mystery box, harus memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, peraturan hukum yang berlaku, serta aspek perlindungan konsumen (Antoni et al., 2024). Penggabungan antara nilai-nilai syariat dan regulasi hukum sangat penting untuk menciptakan sistem perdagangan yang adil, transparan, dan memberikan perlindungan bagi semua pihak yang terlibat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mekanisme Pengumpulan Data dan Objek Penelitian

Studi ini memanfaatkan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologis serta yuridis-normatif. Sumber data didapat melalui kajian literatur dari jurnal ilmiah, peraturan yang relevan, serta observasi terhadap praktik penjualan mystery box di platform e-commerce. Penelitian ini tidak terikat pada lokasi fisik tertentu, tetapi lebih berfokus pada fenomena transaksi digital yang terjadi di pasar daring. Objek yang diteliti adalah praktik jual beli mystery box yang banyak muncul di platform e-commerce, dengan perhatian khusus pada mekanisme transaksi, keterbukaan informasi, dan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah.

Analisis Mekanisme Transaksi Mystery Box

Praktik mystery box dilakukan dengan cara di mana konsumen membeli paket produk tanpa mengetahui isi yang akan diterima secara detail (Risaldi, 2023). Umumnya, penjual hanya memberikan gambaran umum tentang kategori produk tanpa menjelaskan lebih jauh mengenai spesifikasi, kualitas, atau nilai ekonomis barang tersebut. Elemen kejutan menjadi daya tarik utama dalam transaksi ini. Namun, ini juga mengakibatkan tingkat ketidakpastian yang tinggi bagi konsumen karena kurangnya kejelasan mengenai objek transaksi.

Analisis Tingkat Transparansi Informasi

Dari hasil analisis, tingkat keterbukaan dalam praktik mystery box masih dianggap rendah (Putra, 2022). Informasi yang disampaikan oleh penjual umumnya kurang lengkap dan tidak memenuhi prinsip kejelasan dalam transaksi. Kurangnya informasi detail mengenai barang membuat konsumen tidak dapat mengevaluasi kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan barang yang diterima, sehingga berisiko menimbulkan kerugian.

Analisis Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Unsur Gharar dalam Transaksi, Temuan penelitian menunjukkan bahwa praktik mystery box mengandung unsur gharar yang tinggi (ketidakpastian berlebihan). Hal ini disebabkan oleh ketidakjelasan objek transaksi (ma'qud 'alaih), baik dari segi jenis, kualitas, maupun nilai barang (Rahman, 2021; Lubis, 2023). Dalam kerangka hukum ekonomi syariah, tingginya unsur gharar dapat membuat transaksi menjadi tidak sah karena berpotensi merugikan salah satu pihak. Indikasi Unsur Maysir (Spekulasi).

Selain gharar, praktik mystery box juga mengandung unsur maysir (spekulasi). Konsumen membeli produk dengan harapan mendapatkan barang bernilai tinggi, namun ada kemungkinan menerima barang dengan nilai yang jauh lebih rendah. Keadaan ini mirip dengan praktik untung-untungan yang tidak dibenarkan dalam Islam karena tidak mencerminkan prinsip keadilan dan keseimbangan dalam transaksi (Hidayat, 2023).

Kesesuaian dengan Hukum Positif di Indonesia

Perlindungan Konsumen Dalam pandangan hukum positif, praktik mystery box dapat melanggar hak konsumen, terutama mengenai hak atas informasi (Lestari, 2022; Kaunang, 2025). Konsumen berhak mendapatkan informasi yang jelas, akurat, dan jujur mengenai produk yang mereka beli. Namun, dalam praktiknya, informasi tersebut sering kali tidak disajikan secara transparan, sehingga tidak memenuhi ketentuan perlindungan konsumen. Keterkaitan dengan Regulasi Jaminan Produk Halal. Dalam konteks Undang-Undang Jaminan Produk Halal, keterbukaan informasi juga menjadi kewajiban bagi pelaku usaha. Ini tidak hanya berkaitan dengan bahan dan proses produksi tetapi juga mencakup kejelasan

tentang produk secara keseluruhan. Praktik mystery box yang tidak memberikan informasi yang jelas berpotensi melanggar prinsip transparansi dalam regulasi tersebut.

Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

Kesamaan Temuan, Penelitian ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menyatakan bahwa praktik mystery box mengandung unsur ketidakpastian dan lebih banyak dianalisis dari perspektif perilaku konsumen serta strategi pemasaran (Nugroho & Astuti, 2022). Kebaruan Penelitian, Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pendekatan integratif antara konsep fikih muamalah klasik dengan fenomena ekonomi digital modern, khususnya dalam menganalisis unsur gharar dan maysir dalam praktik mystery box.

Implikasi Teoritis dan Praktis. Secara teori, studi ini menguatkan pentingnya prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah dalam menghadapi kemajuan ekonomi digital. Dalam praktiknya, temuan penelitian ini memberikan dampak bagi: Pelaku bisnis untuk meningkatkan kejelasan informasi, Platform pasar untuk memperketat pemantauan, Konsumen agar lebih teliti dalam melakukan transaksi.

Solusi dalam Pandangan Syariah. Agar kegiatan mystery box dapat lebih sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, perlu dilakukan beberapa perbaikan, yaitu: Memberikan deskripsi produk yang lebih rinci, Menetapkan kategori barang dengan lebih spesifik, Menyertakan nilai minimum produk, Mengurangi elemen spekulasi dalam transaksi. Dengan perbaikan tersebut, ketidakpastian dapat diminimalisir sehingga transaksi menjadi lebih adil, transparan, dan sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa praktik penjualan mystery box di platform e-commerce umumnya belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah. Hal ini disebabkan oleh tingginya unsur ketidakpastian (gharar fahish) yang terkait dengan objek transaksi, baik dalam hal jenis, kualitas, maupun nilai barang yang diperdagangkan (Rahman, 2021). Selain itu, praktik ini juga menunjukkan adanya unsur spekulasi (maysir), karena ada kemungkinan keuntungan atau kerugian yang tidak seimbang antara pihak penjual dan pembeli (Hidayat, 2023). Dari sudut pandang hukum positif di Indonesia, praktik ini berpotensi melanggar hak konsumen, terutama dalam hal mendapatkan informasi yang jelas, tepat, dan jujur mengenai produk yang dijual (Lestari, 2022). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa praktik mystery box yang tidak transparent cenderung tidak memenuhi prinsip keadilan, kejujuran, dan keterbukaan yang merupakan dasar dalam hukum ekonomi syariah dan perlindungan konsumen.

Untuk itu, diharapkan para pelaku usaha dapat meningkatkan keterbukaan saat menjual mystery box dengan memberikan informasi yang lebih rinci tentang kategori, spesifikasi, serta nilai minimal produk, guna mengurangi unsur ketidakpastian. Selain itu, platform marketplace diharapkan dapat lebih ketat dalam mengawasi model bisnis yang dapat merugikan konsumen, serta memastikan seluruh transaksi sesuai dengan aturan hukum yang berlaku. Di sisi lain, konsumen perlu lebih berhati-hati dan kritis dalam bertransaksi, terutama terhadap produk yang memiliki unsur kebingungan. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan karena hanya menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi literatur tanpa dukungan data empiris dari lapangan, sehingga untuk penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metode yang lebih bervariasi, seperti survei atau wawancara, agar bisa memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan mendalam terkait praktik mystery box dalam konteks hukum ekonomi syariah.

DAFTAR REFERENSI

- Antoni, Y., Subekti, S., & Hamdani, F. (2024). Keabsahan jual beli di marketplace Shopee dengan sistem mystery box ditinjau dari perspektif hukum perdata. *Lex Jurnalica*. <https://doi.org/10.25139/lex.v9i1.11039>
- Hidayat, R. (2023). *Mystery box dalam perspektif hukum Islam*.
- Kaunang, B. P. T. (2025). *Perlindungan konsumen dalam transaksi penjualan mystery box melalui e-commerce*.
- Kurnia, S. N., & Jaenudin. (2022). Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap jual beli blind box pada marketplace. *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Lestari, N. (2022). *Perlindungan konsumen terhadap transaksi mystery box*.
- Lubis, I. H. (2023). Jual beli mystery box dalam e-marketplace ditinjau dari perspektif hukum ekonomi syariah. *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi*, 10(2). <https://doi.org/10.24952/yurisprudencia.v10i2.13748>
- Meilany, D., Abdullah, F. A., Azasa, I. R., Ayudhia, M., & Anugrah, D. (2024). Analisis yuridis terhadap pelanggaran syarat objektif dalam Pasal 1320 KUH Perdata. *Letterlijk*. <https://doi.org/10.25134/letterlijk.v1i2.105>
- Nugroho, M., & Astuti, F. Y. (2022). Jual beli mystery box pada e-commerce dalam perspektif hukum ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*. <https://doi.org/10.51792/jei.v1i2.38>
- Pratama, Y. (2022). *Fenomena mystery box dan perilaku konsumen digital*.
- Putra, A. (2022). *Analisis transaksi mystery box di marketplace dalam perspektif hukum*.
- Rahman, F. (2021). *Analisis ketidakpastian (gharar) dalam transaksi mystery box*.
- Risaldi, M. M. (2023). *Tinjauan hukum Islam terhadap transaksi jual beli mystery box pada online marketplace (Studi kasus Shopee) (Skripsi)*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

- Saifuddin, & Febrianti, E. W. (2025). Gharar dalam transaksi online: Analisis akad jual beli pada marketplace digital. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*. <https://doi.org/10.55826/jtmit.v4i2.602>
- Saputra, I. (2023). *Jual beli mystery box Shopee menurut Majelis Ulama Indonesia Provinsi Kalimantan Barat*. Institut Agama Islam Negeri Pontianak.
- Sari, D. (2023). *Tinjauan praktik mystery box dalam e-commerce di Indonesia*.
- Wibowo, T. (2021). *Risiko transaksi jual beli mystery box di marketplace*.