

**TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI *BLIND BOX* (KOTAK MISTERI)
YANG MENIMBULKAN KERUGIAN BAGI
KONSUMEN DI *SHOPEE*
(STUDI KOMPARATIF HUKUM PERDATA DAN FIKIH ISLAM)**

SKRIPSI

**Ditulis Untuk Memenuhi Syarat
Mendapatkan Gelar Sarjana Hukum**

**OLEH:
NAZWA REDZLYA CANTIKA
NPM. 2206200134**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATRA UTARA
MEDAN
2026**



UMSU
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/bk/BAN-PT/AK.Pj/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telo. (061) 6622400- 66224567



<http://hukum.umsu.ac.id>



fhukum@umsu.ac.id



[umsuamedan](#)



[umsuamedan](#)



[umsuamedan](#)



[umsuamed](#)

Di bawah ini terdapat informasi nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA

UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI SARJANA BAGI MAHASISWA PROGRAM STRATA 1

Panitia Ujian Sarjana Strata-I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Selasa, tanggal 10 Maret 2026, Jam 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, menimbang:

MENETAPKAN

NAMA : NAZWA REDZLYA CANTIKA
NPM : 2206200134
PRODI/BAGIAN : HUKUM/HUKUM PERDATA
**JUDUL SKRIPSI : TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI BLIND BOX (KOTAK MISTERI) YANG
MENIMBULKAN KERUGIAN BAGI KONSUMEN DI SHOPEE
(STUDI KOMPARATIF HUKUM PERDATA DAN FIKIH ISLAM)**

Dinyatakan:

- () Lulus Yudisium dengan Predikat Istimewa
- () Lulus Bersyarat, memperbaiki/Ujian Ulang
- () Tidak Lulus

Setelah lulus, dinyatakan berhak dan berwenang mendapatkan gelar Sarjana Hukum (SH) dalam Bagian Hukum Perdata.

PANITIA UJIAN

Ketua

Assoc. Prof. Dr. FAISAL, S.H., M.Hum.

NIDN: 0122087502

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. ZAINUDDIN, S.H., M.H.

NIDN: 0118047901

ANGGOTA PENGUJI:

- 1. Dr. Rachmad Abduh, S.H., M.H.**
- 2. Mirsa Astuti, S.H., M.H.**
- 3. Assoc. Prof. Dr. Farid Wajdi, S.H., M.Hum.**

1.

2.

3.



FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/AN-PT/AK.Pp/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400- 66224567

<http://hukum.umsu.ac.id> [M fhum@umsu.ac.id](mailto:fhum@umsu.ac.id) [f umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [@ umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [t umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan) [u umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Bitte perhatikan surat ini agar tidak terlewatkan
tanggal dan waktunya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENETAPAN HASIL UJIAN SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Panitia Ujian Sarjana Strata-I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Selasa, tanggal 10 Maret 2026, Jam 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, menimbang:

:

NAMA : NAZWA REDZLYA CANTIKA
NPM : 2206200134
PRODI/BAGIAN : HUKUM/HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA DALAM TRANSAKSI JUAL BELI BLIND BOX (KOTAK MISTERI) YANG MENIMBULKAN KERUGIAN BAGI KONSUMEN DI SHOPEE (STUDI KOMPARATIF HUKUM PERDATA DAN FIKIH ISLAM)

PENGUJI : 1. Dr. Rachmad Abduh, S.H., M.H./NIDN: 0004127204
: 2. Mirsa Astuti, S.H., M.H./ NIDN: 0105016901
: 3. Assoc. Prof. Dr. Farid Wajdi, S.H., M.Hum / NIDN: 0102087002

Lulus, dengan nilai A, predikat Istimewa

Oleh karenanya dinyatakan berhak menggunakan gelar Sarjana Hukum (S.H.)

Ditetapkan di Medan
Tanggal, 10 Maret 2026

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. FAISAL, S.H., M.Hum.
NIDN: 0122087502



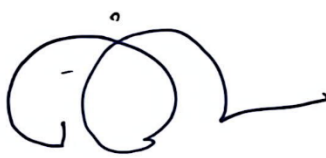
Assoc. Prof. Dr. ZAINUDDIN, S.H., M.H.
NIDN: 0118047901

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Dalam Transaksi
Jual Beli *Blind Box* (Kotak Misteri) Yang Menimbulkan
Kerugian Bagi Konsumen di *Shopee* (Studi Komparatif
Hukum Perdata dan Fikih Islam)
Nama : Nazwa Redzlya Cantika
NPM : 2206200134
Prodi / Bagian : Hukum/Hukum Perdata

Skripsi tersebut diatas telah diujikan oleh Dosen Penguji Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara pada tanggal 10 Maret 2026.

Dosen Penguji

		
<u>Dr. Rachmad Abduh, S.H., M.H</u> NIDN : 0004127204	<u>Mirsa Astuti, S.H., M.H</u> NIDN : 0105016901	<u>Dr. Farid Wajdi, S.H., M.Hum</u> NIDN : 0102087002

Disahkan Oleh :
Dekan Fakultas Hukum UMSU



Assoc. Prof. Dr. Faisal, S.H., M.Hum
NIDN : 012287502



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400- 66224567

<http://hukum.umsu.ac.id> fahum@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Bila mempunyai surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BUKTI PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Skripsi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara telah menerima Pendaftaran Ujian Skripsi:

NAMA : NAZWA REDZLYA CANTIKA
NPM : 2206200134
PRODI/BAGIAN : HUKUM/HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA DALAM TRANSAKSI
JUAL BELI BLIND BOX (KOTAK MISTERI) YANG MENIMBULKAN
KERUGIAN BAGI KONSUMEN DI SHOPEE (STUDI KOMPARATIF
HUKUM PERDATA DAN FIKIH ISLAM)

Dosen Pembimbing : Assoc. Prof. Dr. Farid Wajdi, S.H., M.Hum
(NIDN. 0102087002)

Selanjutnya layak untuk diujikan.

Medan, 26 Februari 2026

Panitia Ujian

Ketua

Assoc. Prof. Dr. FAISAL, S.H., M.Hum.
NIDN: 0122087502

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. ZAINUDDIN, S.H., M.H.
NIDN: 0118047901



FAKULTAS HUKUM

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang bertandatangan di bawah ini :

NAMA : NAZWA REDZLYA CANTIKA
NPM : 2206200134
PRODI/BAGIAN : HUKUM/HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DALAM TRANSAKSI JUAL BELI *BLIND BOX* (KOTAK MISTERI) YANG MENIMBULKAN KERUGIAN BAGI KONSUMEN DI *SHOPEE* (STUDI KOMPARATIF HUKUM PERDATA DAN FIKIH ISLAM)

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya tulis secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila ternyata di kemudian hari Skripsi ini diketahui merupakan hasil plagiat atau merupakan karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 13 Februari 2026
Saya yang menyatakan,



NAZWA REDZLYA CANTIKA
NPM. 2206200134



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pptj/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061)6625474-6631003
🌐 <https://umsu.ac.id> ✉ rektor@umsu.ac.id 📘 [umsumedan](#) 📷 [umsumedan](#) 🐦 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : NAZWA REDZLYA CANTIKA
NPM : 2206200134
PRODI/BAGIAN : HUKUM/HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DALAM TRANSAKSI JUAL BELI *BLIND BOX* (KOTAK MISTERI) YANG MENIMBULKAN KERUGIAN BAGI KONSUMEN DI *SHOPEE* (STUDI KOMPARATIF HUKUM PERDATA DAN FIKIH ISLAM)
PEMBIMBING : Dr. Farid Wajdi, S.H., M.Hum.

No.	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	TANDA TANGAN
1.	19 DESEMBER 2024	Bimbingan Draft Skripsi	
2.	10 Januari 2026	Penyerahan draft final skripsi	
3.	26 Januari 2026	Bimbingan Pembetulan Draft Skripsi	
4.	03 Februari 2026	Pembetulan dan penyempurnaan naskah skripsi	
5.	09 Februari 2026	Penyerahan skripsi untuk diupload ace	
6.			
7.			
8.			
9.			

Mahasiswa dengan judul skripsi tersebut di atas telah melalui proses bimbingan dan telah dilakukan pemeriksaan terhadap daftar pustaka, oleh karenanya skripsi tersebut disetujui untuk diujikan.

Medan, 09 Februari 2026

Diketahui,
Dekan Fakultas Hukum

Assoc. Prof. Dr. FAISAL, S.H., M.Hum.
NIDN. 0122087502

Dosen Pembimbing

Dr. Farid Wajdi, S.H., M.Hum.
NIDN. 0102087002



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pppj/PT/11/2024
Pusat Administrasi, Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061)6625474-663100
🌐 <https://umsu.ac.id> ✉ rektor@umsu.ac.id 📘 [umsumedan](#) 📷 [umsumedan](#) 🐦 [umsumedan](#) 📺 [umsumed](#)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

NAMA : NAZWA REDZLYA CANTIKA
NPM : 2206200134
PRODI/BAGIAN : HUKUM/HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI *BLIND BOX* (KOTAK
MISTERI) YANG MENIMBULKAN KERUGIAN
BAGI KONSUMEN DI *SHOPEE* (STUDI
KOMPARATIF HUKUM PERDATA DAN FIKIH
ISLAM)

Disetujui untuk disampaikan kepada
Panitia Ujian Skripsi

Medan, 09 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Dr. Farid Wajdi, S.H., M.Hum.
NIDN. 0102087002

Unggul | Cerdas | Terpercaya

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ وَبَارِكْ عَلَى نَبِيِّنَا مُحَمَّدٍ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji dan syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penghormatan serta rasa terima kasih yang tulus disampaikan kepada Ayah tercinta, Alm. Redzuan Razak meskipun sudah tidak ada didunia, namun rasa cinta dan kasih sayangnya tetap hidup didalam hati, pesan yang ditinggalkan beliau adalah perempuan harus mengenyam bangku pendidikan setinggi mungkin, dorongan dan motivasi beliau selama hidup yang menjadi kekuatan utama dalam menyelesaikan pendidikan sampai jenjang sarjana.

Ucapan terima kasih yang paling tulus dan mendalam dipersembahkan kepada ibu tercinta, Sri Amelia Siregar. Ibu adalah sumber kekuatan, inspirasi, dan ketulusan tanpa batas. Doa yang tak pernah terputus, pengorbanan yang tak terhitung, serta kesabaran dan kasih sayang yang selalu mengiringi setiap langkah menjadi alasan utama terselesaikannya skripsi ini. Tanpa dukungan ibu, proses panjang dalam menempuh pendidikan hingga tahap akhir ini tidak akan dapat dilalui dengan baik.

Selanjutnya, penghargaan dan terima kasih yang tulus disampaikan kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, kontribusi, dan peran berarti dalam proses penyelesaian skripsi ini, baik melalui bimbingan, motivasi, maupun bantuan yang diberikan dengan penuh keikhlasan:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Prof. Dr. Agussani, M.AP., atas kepemimpinan, kebijakan, dan dedikasi dalam mendukung terselenggaranya pendidikan yang berkualitas.
2. Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Bapak Assoc. Prof. Dr. Faisal, S.H., M.Hum., Wakil Dekan I, Bapak Assoc. Prof. Dr. Zainuddin, S.H., M.H., dan Wakil Dekan III, Ibu Dr. Atikah Rahmi, S.H., M.H., atas kepemimpinan, arahan strategis, serta dukungan yang konsisten dalam memperkuat kualitas penyelenggaraan pendidikan dan pengembangan akademik di lingkungan Fakultas Hukum.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Farid Wajdi, S.H., M.Hum selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan, dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi ini. Tidak hanya membimbing secara akademik, beliau juga senantiasa memberikan motivasi dan semangat sehingga setiap tahapan dapat dilalui dengan baik. Keterbukaan, perhatian, dan dukungan yang diberikan sangat berarti dalam membantu menyelesaikan skripsi ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT
4. Ibu Dr. Lilawati Ginting, S.H., M.Kn., selaku Kepala Bagian Hukum Perdata Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, atas arahan dan dukungan

dalam pengembangan akademik di lingkungan Fakultas Hukum.

5. Ibu Dr. Atikah Rahmi, S.H., M.H., selaku Dosen Penasihat Akademik, atas bimbingan dan perhatian selama menjalani proses perkuliahan, serta kepada seluruh civitas akademika Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara atas dukungan dan kontribusi dalam menciptakan lingkungan akademik yang kondusif.
6. Kakak tercinta, Ribhan Syafini, yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, serta semangat selama proses penyusunan skripsi ini. Perhatian, nasihat, dan doa yang selalu mengiringi menjadi sumber kekuatan dalam menghadapi setiap tantangan hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Muhammad Raihan Fahlepi sebagai orang spesial atas perhatian, kesabaran, serta ketulusan yang diberikan maupun dukungan moral yang senantiasa diberikan. Kehadiran serta semangat yang diberikan dari awal perkuliahan yang selalu menjadi penguat dalam menghadapi setiap proses hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. Ressa Yamasya dan Elvia Rahima Yuhendra selaku sahabat terbaik masa perkuliahan, terima kasih yang sedalam-dalamnya dipersembahkan karena telah hadir dan bertumbuh bersama sejak awal perkuliahan. Di tengah langkah awal yang penuh keraguan, perbedaan, dan proses penyesuaian, kebersamaan yang terjalin menjadi sumber kekuatan yang nyata. Setiap dukungan, kebersamaan dalam lelah, tawa di sela perjuangan, serta saling menguatkan di saat sulit, menjadi bagian tak terpisahkan dari perjalanan ini.

Semoga setiap kenangan yang terukir menjadi doa baik, dan kebersamaan ini selalu membawa keberkahan di masa depan.

9. Shovi Vania dan Fikri Almajid, sahabat sejak masa SMA, atas kehadiran, dukungan, doa, dan semangat yang senantiasa menguatkan dalam setiap proses perjalanan hingga tahap ini. Kebersamaan yang terjalin sejak bangku sekolah menjadi sumber motivasi dan bagian berharga dalam setiap pencapaian. Semoga persahabatan ini tetap terjaga dan membawa kebaikan dalam setiap langkah kehidupan.
10. Terima kasih yang tulus disampaikan kepada diri sendiri yang telah bertahan dalam setiap proses, bangkit di tengah kelelahan, dan tidak menyerah meskipun dihadapkan pada berbagai keterbatasan. Setiap langkah yang dilalui dengan doa, kesabaran, dan keyakinan menjadi bukti bahwa usaha yang konsisten akan mengantarkan pada keberhasilan dan kesuksesan di masa yang akan datang.

Terima kasih disampaikan kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas bantuan dan kerja sama yang diberikan hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga segala kebaikan memperoleh balasan dari Allah SWT, dan skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, 10 Januari 2026

**Hormat Saya
Penulis,**

**Nazwa Redzlya Cantika
NPM. 2206200134**

ABSTRAK

Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli *Blind Box* (Kotak Misteri) Yang Menimbulkan Kerugian Bagi Konsumen Di *Shopee* (Studi Komparatif Hukum Perdata Dan Fikih Islam)

Nazwa Redzlya Cantika

E-commerce memunculkan jual beli *blind box* dengan objek transaksi tidak pasti yang berpotensi melanggar prinsip syariah dan perlindungan konsumen serta menimbulkan tanggung jawab hukum bagi pelaku usaha. Penelitian ini mengkaji konsep tanggung jawab hukum pelaku usaha dalam transaksi jual beli *blind box* (kotak misteri) yang menimbulkan kerugian bagi konsumen dalam perspektif hukum perdata, transaksi jual beli *blind box* (kotak misteri) dalam kaitannya dengan prinsip keadilan dan larangan *gharar* atau *maisir* dalam pandangan fikih islam dan perbandingan antara pengaturan tanggung jawab hukum pelaku usaha dalam transaksi jual beli *blind box* (kotak misteri) menurut hukum perdata dan fikih islam, serta relevansinya terhadap perlindungan konsumen di *marketplace shopee*.

Jenis penelitian ini hukum normatif dengan karakter deskriptif. Metodologi yang diterapkan meliputi pendekatan peraturan perundang-undangan (*Statute Approach*). Bahan penelitian bersumber dari data primer berupa Hukum Islam, meliputi Al-Qur'an serta Hadis (*Sunnah Rasul*), juga Hukum Perdata, khususnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen beserta peraturan terkait, disertai data sekunder mencakup buku teks, kamus hukum, jurnal hukum, serta dokumen hukum lain yang relevan. Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan, selanjutnya pengolahan serta penelaahan data dilaksanakan menggunakan analisis kualitatif.

Hasil penelitian menemukan bahwa Praktik jual beli *blind box* tetap menimbulkan tanggung jawab hukum bagi pelaku usaha, baik menurut hukum perdata maupun fikih Islam, karena objek transaksi yang tidak jelas berpotensi melanggar syarat sah perjanjian dan prinsip keadilan. Dalam hukum perdata, pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban berdasarkan UU Perlindungan Konsumen, sedangkan dalam fikih Islam praktik ini dinilai mengandung unsur *gharar* dan *maisir* sehingga tidak sah secara syariah. Perbedaan pendekatan tersebut memiliki tujuan yang sama, yaitu melindungi konsumen melalui transparansi, keadilan transaksi, dan akuntabilitas pelaku usaha.

Kata kunci: Tanggung Jawab, Pelaku Usaha, *Blind Box*, Konsumen.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	I
ABSTRAK.....	V
DAFTAR ISI	Vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
1. Rumusan Masalah	17
2. Tujuan Penelitian.....	18
3. Manfaat Penelitian.....	18
B. Definisi Operasional	19
C. Keaslian Penelitian	20
D. Metode Penelitian	24
1. Jenis Penelitian	25
2. Sifat Penelitian	25
3. Pendekatan Penelitian.....	25
4. Sumber Data Penelitian	25
5. Alat Pengumpulan Data.....	26
6. Analisis Data	27
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	28
A. Konsep Transaksi Eletronik Dan Jual Beli <i>Blind Box</i>	32
B. Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Hukum Perdata.....	35

C.	Perspektif Fikih Islam Terhadap Jual Beli <i>Online</i> Dan <i>Blind Box</i>	41
D.	Tanggung Jawab Produk Pelaku Usaha Dalam Perspektif Fikih Dan Hukum Perdata	45
	BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A.	Konsep Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli <i>Blind Box</i> (Kotak Misteri) Yang Menimbulkan Kerugian Bagi Konsumen Dalam Perspektif Hukum Perdata	57
B.	Transaksi Jual Beli <i>Blind Box</i> (Kotak Misteri) Dalam Kaitannya Dengan Prinsip Keadilan Dan Larangan <i>Gharar</i> Atau <i>Maisir</i> Dalam Pandangan Fikih Islam	71
C.	Perbandingan Antara Pengaturan Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli <i>Blind Box</i> (Kotak Misteri) Menurut Hukum Perdata Dan Fikih Islam, Serta Relevansinya Terhadap Perlindungan Konsumen Di <i>Marketplace Shopee</i>	83
	BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	91
A.	Kesimpulan.....	91
B.	Saran.....	92
	DAFTAR PUSTAKA	93

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia tergolong sebagai negara dengan intensitas transaksi belanja berbasis internet yang tinggi pada berbagai lapisan sosial. Fenomena ini dipicu oleh pertumbuhan pesat platform perdagangan berbasis digital yang diikuti peningkatan mutu layanan secara berkesinambungan. Aktivitas pembelian melalui jaringan internet telah bertransformasi menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat dalam ekosistem digital. Meskipun demikian, sebagian konsumen belum sepenuhnya memahami mekanisme tersebut karena keterbatasan akses terhadap informasi yang komprehensif, terutama ketika penjual hanya menampilkan rincian teknis dan gambar tanpa penjelasan memadai mengenai kondisi riil produk.¹

Indonesia juga merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia. Komposisi demografis tersebut mendorong internalisasi nilai-nilai Islam dalam berbagai dimensi kehidupan, termasuk kegiatan ekonomi. Dalam ajaran Islam, aktivitas muamalah, khususnya transaksi jual beli, diperkenankan sepanjang memenuhi prinsip kehalalan serta terbebas dari unsur yang merugikan salah satu pihak. Dengan demikian, hukum syariah berperan sebagai pedoman normatif agar praktik ekonomi tetap berada dalam kerangka nilai *ilahiah*.²

Transaksi jual beli termasuk perbuatan muamalah yang dibolehkan bahkan dianjurkan selama sesuai dengan ketentuan syariah. Prosesnya tidak semata-mata

¹ Syifa Fauzia. (2021). "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Jual Beli Mystery Box di E-Commerce Tokopedia dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Perdata Indonesia". Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, halaman 3.

² *Ibid*,

Artinya: "Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung".

Ayat tersebut menunjukkan kebolehan melakukan aktivitas ekonomi sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Dalam praktik perdagangan, seorang Muslim wajib menjaga keimanan dan ketakwaan dalam setiap bentuk transaksi.⁵

Salah satu fenomena yang berkembang dalam perdagangan digital ialah praktik penjualan *blind box* atau kotak misteri. Produk ini menawarkan pengalaman berbeda karena isi kemasan tidak diketahui pembeli sebelum diterima. Konsumen hanya memperoleh gambaran umum tanpa kepastian mengenai barang yang diperoleh, sehingga menimbulkan perdebatan dari perspektif hukum positif maupun hukum Islam.⁶

Dalam arus globalisasi dan transformasi digital, *e-commerce* menjadi pilar penting perdagangan modern. Perkembangannya meningkatkan efisiensi sekaligus mengubah pola konsumsi masyarakat secara signifikan. Di Indonesia, pertumbuhan industri ini sangat pesat, tercermin dari peningkatan jumlah pengguna internet dan adopsi teknologi informasi. Data menunjukkan bahwa sepanjang tahun 2023, platform mencatat sekitar 2,3 miliar kunjungan situs secara kumulatif, melampaui

⁵ Yumi Yulfira, dkk. (2024). "Perlindungan Hak Konsumen dalam Pemikiran Ibn Taymiyyah: Analisis Era E-Commerce". Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 4, No. 2, halaman 57.

⁶ Kompasiana, "Pembelian Blind Box Dalam Perspektif Syariah" Melalui URL: <https://www.kompasiana.com/trivani07229/684cec2634777c63c3340883>. Diakses tanggal 12 Agustus 2025 pukul 11.00 WIB.

kompetitor lainnya.⁷

Perkembangan budaya dan teknologi menyebabkan evolusi sistem perdagangan dari mekanisme barter menuju transaksi berbasis digital. Hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen dalam *e-commerce* lahir melalui kontrak elektronik. Pelanggaran terhadap perjanjian umumnya berupa tidak dipenuhinya prestasi, pelaksanaan yang tidak sesuai kesepakatan, keterlambatan, atau tindakan yang dilarang dalam kontrak.⁸

Perjanjian jual beli, yang dikenal sebagai *contract of sale*, diatur dalam Pasal 1457 sampai Pasal 1450 KUH Perdata. Pasal 1457 mendefinisikan jual beli sebagai persetujuan di mana satu pihak menyerahkan barang dan pihak lain membayar harga yang disepakati. Unsur pokoknya meliputi penyerahan objek dan pembayaran nilai yang ditentukan.

Dalam perspektif hukum Islam, setiap transaksi, termasuk melalui media daring, diperbolehkan sepanjang tidak memuat unsur *riba*, *tadlis*, *gharar*, atau praktik lain terlarang menurut syariat. Keabsahan transaksi mensyaratkan terpenuhinya rukun serta syarat, meliputi keberadaan penjual, pembeli, objek akad, harga, serta ijab kabul sebagai bentuk persetujuan para pihak.⁹

Istilah tanggung jawab produk bersumber dari bahasa Belanda *produkten aansprakelijkheid*. Konsumen sebagai pemakai akhir tidak memiliki akses terhadap

⁷ Databoks Katadata “Jumlah Pengguna Aplikasi Shopee Di Indonesia”. Melalui URL: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/1fac6f15645c8fb>. Diakses pada tanggal 13 Agustus 2025 pukul 10.00 WIB.

⁸ Rahman Subha Suruji, dkk. (2020). “Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Online (Suatu Kajian UUPK, Etika Bisnis Islam dan Hukum Islam)”. *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 5 No. 2, halaman 27.

⁹ Salim H.S. 2011. *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*. Jakarta: Sinar Grafika, halaman 48.

proses produksi sehingga berada pada posisi pertama yang menanggung risiko apabila ditemukan cacat barang. Kerugian tanpa unsur kesalahan konsumen menempatkan produsen pada posisi wajib bertanggung jawab. Prinsip tersebut menegaskan kewajiban produsen untuk menghadapi konsekuensi hukum atas barang yang diedarkan.¹⁰

Konsep tanggung jawab produk atau *produkten aansprakelijkheid* menggambarkan peralihan barang hasil produksi hingga sampai kepada konsumen sebagai pengguna akhir. Konsumen hanya menerima barang tanpa memahami tahapan pembuatannya, akibat keterbatasan informasi mengenai proses produksi. Keadaan tersebut menyebabkan konsumen tidak memiliki kemampuan untuk menilai mutu produksi secara objektif. Permasalahan terkait produk menempatkan konsumen sebagai pihak pertama yang menanggung dampak. Kondisi ini menunjukkan keterbatasan posisi konsumen dalam transaksi, terutama ketika barang tidak sesuai harapan hingga menimbulkan kerugian. Kerugian akibat penggunaan produk tanpa kesalahan konsumen membebankan tanggung jawab kepada produsen berdasarkan asas praduga kesalahan. Pertanggungjawaban tersebut dikenal sebagai tanggung jawab produk. Konsekuensinya, produsen wajib siap menghadapi setiap tuntutan hukum dari konsumen.¹¹

Timbulnya tanggung jawab hukum pelaku usaha terhadap konsumen mencerminkan sejumlah kondisi mendasar, meliputi posisi ekonomi konsumen

¹⁰ Alfi Rochmi, dkk. (2021). "Memahami Konsep Transaksi Jual Beli Online Sesuai Hukum Islam". 'Aainul Haq: Jurnal Hukum Keluarga Islam, Vol. 1 No. 1, halaman 76.

¹¹ Anak Agung Sagung Ngurah Indradewi. 2020. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bali: Udayana University Press, halaman 48.

relatif lemah, ketergantungan konsumen terhadap informasi dari pelaku usaha, tingkat pendidikan masyarakat belum merata. Situasi tersebut menyebabkan informasi tanpa edukasi memadai kurang memberikan perlindungan optimal bagi konsumen.¹²

Menurut hukum Islam, hukum asal jual beli bersifat boleh (*mubah*). Status tersebut dapat berubah sesuai keadaan yang menyertainya. Jual beli berstatus wajib apabila menjadi satu-satunya sarana pemenuhan kebutuhan pokok, sunnah apabila menghadirkan kemaslahatan tanpa tuntutan keharusan, makruh apabila dilakukan melalui cara kurang patut meskipun sah, haram apabila memuat unsur terlarang menurut syariat seperti *riba*, *tadlis*, *gharar*, atau memperjualbelikan barang haram. Prinsip syariah berfungsi sebagai dasar penilaian terhadap keabsahan setiap transaksi, termasuk transaksi berbasis *online*.¹³

Larangan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta karakter hubungan hukum pelaku usaha dengan konsumen dalam ranah perdata melahirkan konsekuensi hukum. Setiap pelanggaran oleh pelaku usaha memberikan hak kepada konsumen untuk menuntut pertanggungjawaban. Konsumen berwenang mengajukan klaim ganti rugi atas kerugian yang dialami sesuai ketentuan hukum berlaku.¹⁴

Pelaksanaan transaksi oleh pelaku usaha dibatasi oleh ketentuan Pasal 8 Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen, meliputi sejumlah larangan berkaitan dengan kegiatan produksi serta distribusi barang dan/atau jasa sebagai

¹² *Ibid.*

¹³ Holilur Rohman. 2020. *Hukum Jual Beli Online*. Pamekasan: Duta Media Publishing, halaman 4.

¹⁴ *Ibid.*

bentuk perlindungan terhadap hak konsumen, antara lain sebagai berikut:

1. Pelaku usaha dilarang untuk memproduksi dan/atau menjual barang dan/atau jasa yang:
 - a. Tidak memenuhi atau tidak sejalan dengan standar yang ditentukan serta ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. Tidak sesuai dengan volume bersih, isi bersih, atau netto dan jumlah dalam hitungan yang tertera pada label atau etiket barang tersebut;
 - c. Tidak berkorespondensi dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d. Berbeda dari kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemajuan yang dinyatakan dalam label, etiket atau informasi barang dan/atau jasa tersebut;
 - e. Tidak cocok dengan kualitas, kategori, komposisi, proses produksi, gaya, model atau penggunaan seperti yang diungkapkan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f. Tidak sesuai dengan janji yang ada dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. Tidak mencantumkan batas waktu penyimpanan atau periode penggunaan yang ideal untuk barang tertentu;
 - h. Tidak mematuhi ketentuan dalam menghasilkan produk yang halal, berdasarkan pernyataan "halal" yang tercantum pada label;
 - i. Tidak menyediakan label atau menjelaskan barang yang mencantumkan nama produk, ukuran, berat/isi bersih atau netto,

komposisi, petunjuk pemakaian, tanggal pembuatan, efek samping, nama serta alamat pelaku usaha dan keterangan lain yang diwajibkan untuk dilampirkan; dan

- j. Tidak menyediakan informasi dan/atau arahan penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
2. Para pelaku bisnis dilarang untuk menjual barang yang dalam keadaan rusak, cacat, bekas, atau tercemar tanpa menyampaikan informasi yang lengkap dan akurat tentang barang tersebut.
3. Para pelaku bisnis dilarang untuk memperjualbelikan produk farmasi dan makanan yang rusak, cacat, bekas, atau tercemar, baik dengan maupun tanpa memberikan informasi yang lengkap dan benar.
4. Pelaku bisnis yang melanggar ketentuan pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang untuk menjual barang dan/atau jasa tersebut dan diwajibkan untuk menariknya dari peredaran.

Pelaku bisnis memiliki kewajiban yang diatur dalam Pasal 19 yang menyatakan bahwa:

- a. Pelaku bisnis bertanggung jawab untuk memberikan kompensasi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian yang dialami konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang diproduksi atau dipasarkan;
- b. Kompensasi yang dimaksud pada Ayat (1) dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau pelayanan kesehatan serta pemberian santunan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku;

- c. Pelaksanaan kompensasi dilakukan dalam waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi
- d. Pelaksanaan kompensasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghilangkan kemungkinan untuk adanya tuntutan pidana.¹⁵

Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen merupakan suatu hubungan hukum yang tunduk pada ketentuan perjanjian. Melalui perjanjian tersebut, pelaku usaha menyatakan kesediaan untuk mengikatkan diri dalam kontrak jual beli barang dan/atau jasa dengan konsumen. Pada transaksi *e-commerce*, pelaku usaha menawarkan serta memasarkan produk melalui pemanfaatan media digital. Keberadaan perjanjian sebagai dasar hubungan hukum tetap membuka kemungkinan terjadinya wanprestasi, baik oleh pelaku usaha maupun oleh konsumen. Dalam praktik *e-commerce*, pelaku usaha umumnya berperan sebagai pihak yang menyelenggarakan transaksi. Wanprestasi atau pelanggaran perjanjian dapat berupa tidak terpenuhinya prestasi sebagaimana diperjanjikan, keterlambatan pelaksanaan kewajiban, maupun tindakan yang bertentangan dengan isi perjanjian.¹⁶

Tanggung jawab pelaku usaha sesuai dengan UUPK diatur secara khusus dalam Bab VI, yang terdiri dari 10 pasal, yaitu:

1. Tujuh pasal yang mengatur tentang pertanggungjawaban pelaku usaha (Pasal 19, Pasal 20, Pasal 21, Pasal 24, Pasal 25, Pasal 26, dan Pasal 27);

¹⁵ Nafa Amelsi Triantika, dkk. (2020). "Tinjauan Hukum Tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui E-Commerce Menurut Pasal 1320 KUHPerdara". *Ensiklopedia Social Review*, Vol. 2, No. 2, halaman 127.

¹⁶ Maulana, Kerenina Sunny Halim, dkk. (2023). "Perlindungan Konsumen pada Transaksi Perdagangan Elektronik (E-Commerce)". *Jurnal Hukum Legalita*, Vol. 5 No. 1, halaman 83-89.

2. Dua pasal yang menjelaskan tentang pembuktian (Pasal 22 dan Pasal 28);
3. Satu pasal yang berisi tentang penyelesaian sengketa (Pasal 23).¹⁷

Praktik penjualan *blind box* semakin banyak ditemukan pada berbagai platform *e-commerce*. Pola transaksi ini menempatkan pembeli pada situasi tidak mengetahui secara pasti barang yang akan diterima karena penjual hanya menyampaikan keterangan umum terkait kategori produk.

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, atau memberikan pernyataan menyesatkan mengenai harga, manfaat, kondisi, jaminan, hak, kompensasi, potongan harga, hadiah, maupun potensi risiko penggunaan barang dan/atau jasa.¹⁸

Berdasarkan Pasal 7 UUPK, pelaku usaha wajib menjalankan kegiatan usahanya dengan itikad baik, menyampaikan informasi produk secara akurat, jelas, jujur, memperlakukan konsumen secara setara, menjamin mutu barang, serta memberikan ganti rugi apabila produk menimbulkan kerugian.

Dalam tinjauan hukum Islam, praktik jual beli *blind box* memunculkan persoalan terutama terkait konsep *gharar* atau ketidakjelasan. *Gharar* dilarang karena berpotensi menghadirkan kerugian maupun ketidakadilan bagi salah satu pihak. Ketidakterbukaan isi kotak menempatkan pembeli pada kondisi spekulatif sehingga bertentangan dengan asas kejelasan dalam akad.

Penjual biasanya menawarkan beberapa varian kotak misteri dengan tingkat harga berbeda disertai uraian umum mengenai jenis barang. Setelah proses *checkout*

¹⁷ Yessy Kusumadewi dan Grace Sharon. 2022. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah, halaman 71.

¹⁸ Subagyo. 2010. *Buku Sederhana Memahami Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen*. Surabaya: tanpa penerbit tercantum, halaman 7.

selesai serta barang diterima, pembeli kerap mengalami kekecewaan akibat isi kotak tidak sesuai ekspektasi. Situasi tersebut menunjukkan adanya unsur ketidakpastian serta potensi kerugian sehingga dipandang problematis menurut hukum Islam.

Daya tarik *blind box* menyimpan persoalan ekonomi serta etika, terutama ketika dikaitkan dengan prinsip ekonomi Islam yang menekankan keadilan, transparansi, larangan *gharar*, larangan *maysir*. Kajian terhadap fenomena ini penting untuk membaca pola konsumsi modern sekaligus menilai kesesuaiannya dengan nilai Islam sebagai pedoman perilaku ekonomi.

Fenomena *blind box* merupakan inovasi dalam sistem *e-commerce* pada era digital. Perkembangan ini menghadirkan tantangan bagi konsumen Muslim, seperti keterbatasan verifikasi status halal produk, paparan barang tidak sesuai syariah, dorongan konsumsi berlebihan. Kondisi tersebut menuntut peningkatan literasi konsumsi Islami agar kemajuan teknologi tetap sejalan dengan tujuan syariah atau *maqashid al-syariah*. Ekonomi syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga memperhatikan keseimbangan spiritual, sosial, keberkahan.

Dalam perspektif ekonomi Islam, transaksi keuangan wajib memenuhi asas transparansi, keadilan, bebas dari *gharar*, *maysir*, *tadlis*. Prinsip tersebut membedakan sistem ekonomi Islam dari sistem konvensional yang sering mengabaikan dimensi moral. Konsep *gharar* telah dikaji oleh ulama klasik seperti Imam Nawawi serta Ibnu Taymiyyah, menekankan larangan transaksi tanpa

kejelasan objek, nilai, hasil.¹⁹

Pada konteks kontemporer, konsep tersebut memperoleh relevansi baru dalam ekosistem ekonomi digital penuh inovasi sekaligus risiko. *Maysir* dipahami sebagai aktivitas spekulatif untuk memperoleh keuntungan tanpa usaha produktif, lazim dijumpai pada perjudian, investasi spekulatif, praktik *gamification* digital. Etika perdagangan Islam menekankan moralitas, tanggung jawab sosial, larangan eksploitasi terhadap kelemahan konsumen.²⁰

Dalam praktik *blind box*, unsur tersebut dapat muncul ketika konsumen terdorong rasa penasaran, emosi, impuls akibat strategi pemasaran. Identifikasi konsep *gharar*, *maysir*, etika bisnis Islam diperlukan untuk menilai kesesuaian praktik ini dengan prinsip ekonomi Islam. Sejumlah penelitian terdahulu menelaah fenomena kotak misteri dari perspektif psikologi konsumen, ekonomi perilaku, terutama terkait kecenderungan adiktif, pembelian impulsif.²¹

Kajian mengenai *gharar*, *maysir* selama ini lebih banyak diterapkan pada sektor keuangan syariah seperti perbankan, investasi, belum banyak menyentuh ranah konsumsi digital serta strategi pemasaran. Tren kotak misteri menghadirkan bentuk baru ketidakpastian, spekulasi, berpotensi menimbulkan dampak ekonomi maupun spiritual bagi konsumen Muslim. Kesenjangan tersebut menunjukkan perlunya pendekatan integratif antara analisis hukum ekonomi Islam dengan studi perilaku ekonomi kontemporer. Penelitian ini berupaya mengisi ruang tersebut

¹⁹ Ahmad Hafidz Nashrudin, dkk. (2025). "Blind Box Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Analisis Konsep Gharar, Maysir, Dan Etika Perdagangan Digital". *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, Vol. 4, No. 4, halaman 7260.

²⁰ *Ibid.*

²¹ *Ibid.*, halaman 7261-7264.

melalui telaah praktik kotak misteri sebagai fenomena ekonomi sekaligus refleksi nilai moral masyarakat digital. Kebaruan penelitian terletak pada integrasi kajian fikih muamalah klasik dengan dinamika ekonomi digital melalui studi kasus kotak misteri.²²

Berbeda dari studi lain yang hanya menyoroti tren konsumsi atau perilaku pasar, penelitian ini memadukan tiga dimensi utama, yaitu *gharar* sebagai ketidakpastian, *maysir* sebagai spekulasi, etika perdagangan digital sebagai norma moral relasi produsen-konsumen. Pendekatan tersebut menghasilkan analisis komprehensif mengenai penerapan prinsip ekonomi Islam dalam model bisnis berbasis hiburan serta psikologi. Kajian ini juga memberikan kontribusi praktis berupa rekomendasi penyesuaian praktik kotak misteri agar selaras dengan nilai syariah serta peningkatan kesadaran etis konsumen Muslim dalam konsumsi digital. Penelitian ini memperkaya literatur ekonomi Islam pada ranah perdagangan digital sekaligus menegaskan peran nilai Islam sebagai pedoman moral dalam dinamika ekonomi global.

Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini menyediakan analisis yang lebih menyeluruh tentang bagaimana prinsip ekonomi Islam dapat diterapkan dalam model bisnis baru yang mengandung unsur hiburan dan psikologi. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi secara praktis dengan memberikan sudut pandang kritis tentang cara produsen dapat menyesuaikan praktik kotak buta agar sejalan dengan nilai-nilai syariah, serta mengedukasi konsumen Muslim untuk lebih peka terhadap etika dalam konsumsi digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya

²² *Ibid.*

memperkaya literatur ekonomi Islam dalam konteks perdagangan digital, tetapi juga memperkuat peran nilai-nilai Islam sebagai pedoman moral dalam menghadapi dinamika ekonomi global yang semakin kompleks.

Al-Qur'an dengan tegas membolehkan jual beli yang sah dan melarang riba, *gharar*, serta perjudian. Jual beli *gharar* adalah bentuk transaksi yang mengandung unsur penipuan maupun pengkhianatan, biasanya karena adanya ketidakjelasan pada barang yang diperjual belikan atau ketidakpastian dalam cara pelaksanaannya.²³ Praktik seperti ini dilarang karena mengandung risiko yang terlalu besar dan tidak pasti. Rasulullah Saw juga mengingatkan para pedagang agar bersikap jujur dan tidak menyembunyikan cacat atau aib pada barang dagangan, kecuali setelah terlebih dahulu dijelaskan kepada pembeli. Dalam (HR Ahmad dan Ibnu Majah) beliau bersabda:

“Orang Islam itu bersaudara. Seorang muslim tidak boleh menjual barang yang ada aibnya kecuali setelah menjelaskannya kepada pembeli.”²⁴

Secara ekonomi, *gharar* berpotensi merugikan salah satu pihak secara tidak adil. Larangan *gharar* bertujuan menjaga hak para pihak serta mencegah perselisihan dalam transaksi.²⁵ Transaksi daring juga kerap menimbulkan kerugian akibat wanprestasi maupun Perbuatan Melawan Hukum. Istilah wanprestasi berasal dari bahasa Belanda menggambarkan kegagalan memenuhi kewajiban. Menurut Subekti, debitur yang tidak melaksanakan kesepakatan dianggap melakukan

²³ Nur Rahmah Amini. 2011. *Buku Sederhana Memahami Fiqh Muamalah*. Medan: Ratu Jaya, halaman 103.

²⁴ Farid Wajdi. 2019. *Jaminan Produk Halal Di Indonesia Urgensi Sertifikasi dan Labelisasi Halal*. Depok: PT.Rajagrafindo Persada, halaman 18.

²⁵ Efa Rodiah Nur. (2015). “Riba dan *Gharar*: Suatu Tinjauan Hukum dan Etika dalam Transaksi Bisnis Modern”. *Al-'Adalah*, Vol. 12, No. 3, halaman 647.

wanprestasi. Bentuknya meliputi keterlambatan, kelalaian, pelaksanaan tidak sesuai perjanjian.²⁶

Wanprestasi menimbulkan akibat hukum bagi pelaku serta memberikan hak kepada pihak dirugikan untuk menuntut ganti rugi. Keberadaan aturan hukum bertujuan menciptakan kepastian serta perlindungan terhadap pihak terdampak²⁷ Pasal 1320 KUHPerdara menetapkan syarat sah perjanjian meliputi kesepakatan, kecakapan, objek tertentu, sebab halal. Pemenuhan empat unsur tersebut menjadikan perjanjian sah serta mengikat para pihak. Ketidakpenuhan syarat subjektif menyebabkan perjanjian dapat dibatalkan. Ketidakpenuhan syarat objektif mengakibatkan batal demi hukum.²⁸

Pelaku usaha memiliki kewajiban yang diatur dalam Pasal 19 yang menyatakan bahwa:

1. Pelaku usaha diwajibkan untuk memberi kompensasi atas kerugian, pencemaran, dan/atau kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang diproduksi atau dijual.
2. Kompensasi yang dimaksud pada Ayat (1) dapat berupa pengembalian dana atau penggantian barang dan/atau jasa yang sebanding atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan sesuai dengan ketentuan yang berlaku

²⁶ Dwi Aryanti Ramadhani. (2012). "Wanprestasi dan Akibat Hukumnya". *Jurnal Yuridis*, Vol. 15, No. 17, halaman 36.

²⁷ Farid Wajdi dan Muhammad Yusrizal. 2024. *Hukum Kontrak dan Teknik Pembuatan Kontrak*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, halaman 43.

²⁸ Dela Meilany, dkk. (2024). "Analisis Yuridis Terhadap Pelanggaran Syarat Objektif dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata". *Letterlijk: Jurnal Hukum Perdata*, Vol. 1, No. 2, halaman 113.

3. Kompensasi harus diberikan dalam waktu 7 (tujuh) hari sejak tanggal transaksi
4. Pemberian kompensasi yang diuraikan pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghilangkan kemungkinan tuntutan pidana jika ada bukti lebih lanjut mengenai unsur kesalahan
5. Ketentuan yang ada pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku jika pelaku usaha dapat menunjukkan bahwa kesalahan berasal dari konsumen. Oleh sebab itu, pelaku usaha bertanggung jawab atas barang dan/atau jasa yang dijual kepada konsumen. Tanggung jawab hukum merupakan kewajiban untuk menanggung konsekuensi sesuai dengan peraturan yang berlaku. Perlindungan hukum sangat penting dalam proses jual beli melalui *e-commerce*, karena saat ini banyak terjadi pelanggaran hukum dalam transaksi *online*.

Menelaah berbagai sisi kelebihan serta kelemahan perdagangan daring dan konvensional, dapat dipahami bahwa pada transaksi konvensional konsumen dapat melihat serta memperoleh barang sesuai kebutuhan secara langsung. Pada transaksi daring, terdapat kemungkinan barang diterima tidak sesuai harapan, misalnya perbedaan warna antara produk asli dan gambar yang ditampilkan. Pelayanan kepada konsumen pada sistem konvensional relatif lebih efektif karena keluhan dapat disampaikan serta diselesaikan secara tatap muka. Pada sistem daring, proses penanganan pengaduan cenderung memerlukan waktu lebih lama akibat keterbatasan interaksi langsung.

Fenomena tersebut tampak pada praktik *blind box* atau kotak misteri yang

banyak dijumpai di masyarakat. *Blind box* merupakan kemasan kejutan berisi barang dengan tema atau merek tertentu. Isi kemasan tidak diketahui pembeli hingga barang diterima. Nilai barang di dalamnya dapat lebih tinggi maupun lebih rendah dibandingkan harga pembelian. Karakteristik ini menempatkan pembeli dalam kondisi ketidakpastian.²⁹

Dalam perspektif hukum perikatan, praktik jual beli *blind box* berpotensi tidak memenuhi syarat objektif sahnyanya perjanjian. Objek transaksi tidak memiliki kejelasan sehingga manfaat maupun risiko bagi konsumen tidak dapat dipastikan sejak awal. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mengangkat judul yaitu “Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha dalam Transaksi Jual Beli *blind box* (Kotak Misteri) Yang Menimbulkan Kerugian Bagi Konsumen di *Shopee* (Studi Komparatif Hukum Perdata Dan Fikih Islam)”.

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diambil suatu rumusan yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Bagaimana konsep tanggung jawab hukum pelaku usaha dalam transaksi jual beli *blind box* (kotak misteri) yang menimbulkan kerugian bagi konsumen dalam perspektif hukum perdata?
- b. Bagaimana transaksi jual beli *blind box* (kotak misteri) dalam kaitannya dengan prinsip keadilan dan larangan *gharar* atau *maisir* dalam pandangan fikih islam?

²⁹ *Ibid.*, halaman 128.

- c. Bagaimana perbandingan antara pengaturan tanggung jawab hukum pelaku usaha dalam transaksi jual beli *blind box* (kotak misteri) menurut hukum perdata dan fikih Islam, serta relevansinya terhadap perlindungan konsumen di *marketplace shopee*?

2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui konsep tanggung jawab hukum pelaku usaha dalam transaksi jual beli *blind box* (kotak misteri) yang menimbulkan kerugian bagi konsumen dalam perspektif hukum perdata.
- b. Untuk mengetahui transaksi jual beli *blind box* (kotak misteri) dalam kaitannya dengan prinsip keadilan dan larangan *gharar* atau *maisir* dalam pandangan fikih islam.
- c. Untuk mengetahui perbandingan antara pengaturan tanggung jawab hukum pelaku usaha dalam transaksi jual beli *blind box* (kotak misteri) menurut hukum perdata dan fikih Islam, serta relevansinya terhadap perlindungan konsumen di *marketplace shopee*.

3. Manfaat Penelitian

- a. Secara Teoretis

Penelitian ini diharapkan menambah kajian dalam ilmu hukum, terutama mengenai tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi *blind box* yang dapat merugikan konsumen.

b. Secara Praktis

Hasil penelitian ini bermanfaat bagi konsumen agar lebih paham hak-haknya, bagi pelaku usaha sebagai dorongan untuk lebih jujur dan bertanggung jawab, serta bagi pemerintah atau *marketplace* sebagai bahan masukan dalam membuat aturan perlindungan konsumen.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjelasan mengenai batasan makna suatu konsep atau variabel yang ditetapkan oleh peneliti agar dapat dipahami secara jelas, konkret, dan tidak menimbulkan penafsiran yang berbeda dalam penelitian. Definisi ini menjelaskan bagaimana suatu konsep digunakan, diamati, dan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga berfungsi sebagai pedoman dalam proses pengumpulan data, pembahasan, dan penarikan kesimpulan:

1. Tanggung Jawab Hukum

Yang dimaksud dengan tanggung jawab hukum adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha apabila terjadi pelanggaran atau kerugian yang dialami konsumen dalam suatu transaksi, baik berupa ganti rugi maupun bentuk pertanggung jawaban lain sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

2. Pelaku Usaha

Pelaku usaha dalam penelitian ini adalah pihak penjual atau penyedia produk *blind box* (kotak misteri) yang bertransaksi melalui platform *marketplace Shopee*, baik individu maupun badan usaha, yang menawarkan produk kepada konsumen.

3. Transaksi Jual Beli *Blind box* (Kotak Misteri)

Transaksi jual beli *blind box* adalah kegiatan jual beli barang secara daring

di mana pembeli tidak mengetahui secara pasti isi barang yang akan diterima karena penjual hanya memberikan informasi umum atau deskripsi singkat, sehingga terdapat unsur ketidakjelasan (*gharar*).

4. Kerugian Konsumen

Kerugian konsumen yang dimaksud adalah segala bentuk kerugian materil maupun immateriil yang dialami pembeli akibat isi *blind box* tidak sesuai harapan atau tidak sesuai dengan deskripsi produk yang ditawarkan, sehingga menimbulkan rasa dirugikan.

5. Hukum Perdata

Hukum perdata dalam penelitian ini merujuk pada aturan-aturan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yang mengatur sahnyanya perjanjian, syarat-syarat perikatan, serta konsekuensi hukum apabila terjadi wanprestasi maupun perbuatan melawan hukum dalam jual beli.

6. Fikih Islam

Fikih Islam dalam konteks penelitian ini adalah ketentuan hukum Islam yang mengatur transaksi muamalah, khususnya terkait larangan *gharar* (ketidakjelasan), *maisir* (spekulasi/untung-untungan), dan prinsip keadilan dalam jual beli.

C. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian berdasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu yang mempunyai karakteristik yang relatif sama dalam hal tema kajian meskipun berbeda dalam hal substansi, pembahasan dan objek penelitian. Berdasarkan bahan kepustakaan dari lingkungan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Perguruan Tinggi lainnya, tidak ditemukan penelitian yang sejenis dengan pokok

bahasan yang diteliti mengenai “Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha dalam Transaksi Jual Beli *Blind box* (Kotak Misteri) yang Menimbulkan Kerugian Bagi Konsumen di *Shopee* (Studi Komparatif Hukum Perdata dan Fikih Islam). Dari beberapa judul yang pernah diangkat oleh para peneliti sebelumnya, sebagai perbandingan dapat dikemukakan beberapa hasil penelitian oleh beberapa penelitian sebelumnya, antara lain:

No	Nama Penulis	Judul	Rumusan Masalah	Jenis Karya Ilmiah
1.	Lutfan Aji Praja	Tinjauan Yuridis Transaksi <i>Mystery Box</i> Pada Marketplace <i>Shopee</i>	a. Bagaimana Praktik <i>Mystery Box</i> di Indonesia? b. Bagaimana ketentuan hukum <i>mystery box shopee</i> ditinjau dari peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia? c. Bagaimana upaya perlindungan hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen pada transaksi <i>mystery box</i> pada marketplace <i>shopee</i> ?	Skripsi
2.	Alfi Saputra	Tinjauan Hukum Islam Dan Hukum Positif Tentang Praktik Jual Beli <i>Online Mystery Box</i> di Marketplace <i>Shopee</i>	a. Bagaimana tinjauan hukum islam tentang praktik jual beli <i>online</i> dengan sistem <i>mystery box</i> di marketplace <i>Shopee</i> ?	Skripsi

			b. Bagaimana tinjauan hukum positif tentang praktik jual beli <i>online</i> dengan sistem <i>mystery box</i> di <i>marketplace Shopee</i> ?	
3.	Kezia Vania Putri	Pengaruh <i>Collection</i> dan <i>Uncertainly</i> Terhadap Niat Beli Ulang Produk <i>Blind box</i> Pop Mart Melalui Emosi Positif	<p>a. Bagaimana pendapat konsumen mengenai <i>collection</i> pada produk <i>blind box pop mart</i>?</p> <p>b. Bagaimana pendapat konsumen mengenai <i>uncertainty</i> pada produk <i>blind box pop mart</i>?</p> <p>c. Bagaimana emosi positif konsumen mengenai produk <i>blind box Pop Mart</i>?</p> <p>d. Bagaimana niat beli ulang konsumen atas produk <i>blind box pop mart</i>?</p> <p>e. Bagaimana pengaruh <i>collection</i> dan <i>uncertainty</i> terhadap niat beli ulang produk <i>blind box pop mart</i> melalui emosi positif?</p>	Skripsi

Berdasarkan tabel tersebut dapat dipastikan penelitian ini bersifat orisinal/asli baik dari aspek substansi, pembahasan serta kesimpulan para peneliti sebelumnya. Dari tabel di atas dapat dipastikan bahwa penelitian ini bersifat orisinal/asli baik dari aspek substansi, pembahasan serta kesimpulan para peneliti sebelumnya. Antara lain:

1. Lutfan Aji Praja Mahasiswa Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Fakultas Hukum, Tahun 2022 dengan judul “Tinjauan Yuridis Transaksi Mystery Box Pada *Marketplace Shopee*”. Adapun yang membedakan penelitian milik Lutfan Aji Praja dengan penelitian yang akan diteliti adalah terkait ketentuan hukum *blind box shopee* ditinjau dari peraturan perundang undangan yang berlaku di Indonesia sedangkan penelitian ini membahas tentang tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi *blind box* (kotal misteri) menurut hukum perdata dan fikih Islam.
2. Alfi Saputra, Mahasiswa Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2024 dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Dan Hukum Positif Tentang Praktik Jual Beli *Online Mystery Box* Di *Marketplace Shopee* kajian topik yang dibahas yang dilakukan Alfi Saputra mengarah pada hukum positif tentang praktik jual beli online dengan sistem *mystery box* di *marketplace* sedangkan pada penelitian ini fokus pada transaksi jual beli *blind box* serta kaitannya dengan prinsip dan larangan *gharar* dalam pandangan fikih Islam.
3. Kezia Vania Putri, Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Tahun 2025 dengan judul “Pengaruh *Collection* Pada Produk

Blind box Pop Mart Melalui Emosi Positif”. Di dalam penelitian Kezia Vania Putri membahas terkait pendapat konsumen mengenai *collection* pada produk *blind box pop mart* sementara penelitian ini membahas tentang konsep tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi jual beli *blind box* (kotak misteri) yang merugikan konsumen dalam hukum perdata.

Penelitian ini berjudul “Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli *Blind box* (Kotak Misteri) Yang Menimbulkan Kerugian Bagi Konsumen Di *Shopee* (Studi Komparatif Hukum Perdata Dan Fikih Islam)” yang secara konstruktif berbeda dari penelitian sebelumnya, baik dalam hal judul, permasalahan, maupun hasil dan pembahasan. Penelitian ini juga dijelaskan bahwa hasilnya merupakan hasil asli dan sesuai dengan prinsip-prinsip keilmuan yang jujur, rasional, objektif, serta terbuka. Hal ini merupakan bagian dari tuntutan etis dalam menemukan kebenaran ilmiah, sehingga penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya secara ilmiah.

D. Metode Penelitian

Metodologi penelitian merupakan ilmu yang membahas cara melakukan penelitian secara sistematis, maka dari itu, metodologi penelitian hukum dapat diartikan sebagai ilmu yang mengkaji langkah-langkah sistematis dalam melakukan penelitian hukum.³⁰ Secara fundamental, metodologi ini berfungsi sebagai panduan bagi peneliti dalam mempelajari, menganalisis, serta memahami berbagai aspek penelitian hukum. Dengan begitu, metodologi menjadi elemen yang wajib ada

³⁰ Faisal, dkk, 2023, *Pedoman Penulisan Penyelesaian Tugas Akhir Mahasiswa*, Medan: CV. Pustaka Prima, halaman 7.

dalam setiap penelitian hukum.³¹ Adapun metode dalam penelitian ini yaitu:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis normatif. Pokok pembahasan dalam penelitian ini adalah tentang hukum sebagai norma, aturan, asas, prinsip, doktrin, teori hukum, serta kepustakaan lainnya yang relevan, untuk menjawab permasalahan hukum yang diteliti.³²

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Pada dasarnya penelitian deskriptif bersifat pemaparan yang menggambarkan karakteristik populasi atau fenomena yang sedang diteliti. Metode penelitian ini fokusnya adalah menjelaskan objek penelitiannya. Sehingga menjawab fenomena yang terjadi.

3. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan berdasarkan peraturan perundang-undangan, yaitu metode dalam penelitian hukum yang menggabungkan analisis terhadap peraturan-peraturan yang berlaku dengan memahami kondisi sosial masyarakat yang terkait dengan peraturan tersebut. Pendekatan ini tidak hanya fokus pada aspek formal hukum, tetapi juga melihat bagaimana hukum tersebut berdampak dalam kehidupan masyarakat sehari-hari.

4. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan terdiri dari:

³¹ Eka N.A.M Sihombing. 2022. *Penelitian Hukum*. Malang: Setara Press, halaman 2.

³² Ramlan, dkk, 2023, *Metode Penelitian Hukum, Medan*: UMSU Press, halaman 18.

- a. Data kewahyuan, yaitu data yang bersumber dari Hukum Islam yaitu Al-Quran dan Hadis, diantaranya dalam penelitian ini digunakan sumber Hukum Islam, yakni QS. An-Nisa (4): 29 yang berbunyi: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.
- b. Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh melalui bahan pustaka yang terdiri:
 - 1) Bahan hukum primer yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat berupa peraturan perundang-undangan, yakni Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
 - 2) Bahan Hukum Sekunder terdiri dari buku-buku, karya ilmiah, dan tulisan-tulisan yang memiliki hubungan dengan masalah yang diteliti.
 - 3) Bahan hukum sekunder terdiri atas bahan-bahan yang memberi petunjuk maupun pengertian terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yaitu Kamus Hukum, dan internet.

5. Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian hukum ini adalah studi dokumen atau kepustakaan (library research), yaitu dengan melakukan pengumpulan data-data dan pengkajian terhadap bahan-bahan kepustakaan.

6. Analisis Data

Analisis data merupakan proses yang mencakup pengumpulan, pengelompokan, dan penelaahan terhadap data yang telah diperoleh guna menjawab rumusan masalah penelitian. Dalam penelitian ini digunakan metode analisis kualitatif, yaitu pendekatan yang tidak bertumpu pada perhitungan angka, tetapi menyajikan uraian secara naratif atas temuan yang diperoleh. Data yang telah terkumpul selanjutnya diolah melalui teknik analisis deskriptif dan komparatif secara kualitatif.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Transaksi Elektronik dan Jual *Beli Blindbox*

Perdagangan elektronik merupakan bentuk kegiatan jual beli yang memiliki karakteristik berbeda dari transaksi konvensional, terutama karena jangkauannya melampaui batas wilayah hingga tingkat internasional. Model ini memungkinkan pembentukan usaha berbasis *online* yang beroperasi melalui jaringan internet. Pola perdagangan sebelumnya berkembang menjadi *telemarketing*, yakni transaksi jarak jauh dengan dukungan teknologi digital. Melalui sistem tersebut, konsumen dapat mengakses informasi mengenai jenis, jumlah, serta layanan produk secara daring tanpa hambatan geografis.

Kondisi tersebut mendorong konsumen bersikap lebih kritis serta selektif dalam menentukan pilihan barang. Kemudahan akses pada laman perdagangan elektronik memberikan pengalaman yang relatif setara dengan transaksi langsung. Daya tarik ini meningkatkan minat masyarakat untuk berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi digital.

Perkembangan internet memberikan pengaruh besar terhadap struktur perekonomian global hingga melahirkan fase baru yang dikenal sebagai ekonomi digital. Berbagai kegiatan ekonomi berlangsung melalui jaringan internet, termasuk transaksi yang mengandalkan *e-commerce* sebagai sarana utama. Situasi ini menunjukkan urgensi penguatan perlindungan hukum dalam transaksi elektronik sehingga diperlukan kajian untuk memahami mekanisme perlindungan konsumen pada sistem digital.

Karakteristik perdagangan melalui media elektronik meliputi beberapa aspek berikut:

a. Metode Komunikasi

Para pihak perlu menyadari potensi penyebaran konten ilegal pada suatu situs. Perjanjian dengan penyedia layanan internet umumnya memuat ketentuan larangan penggunaan platform untuk kegiatan yang melanggar ketertiban umum, hak cipta, penyebaran informasi menyesatkan, distribusi dokumen terlarang, maupun pelanggaran terhadap ketentuan internasional yang relevan.

b. Jaminan dan tanggung jawab

Kontrak harus memuat pernyataan jaminan dari pengembang situs atau pencipta karya agar terbebas dari unsur plagiarisme, menghormati hak kekayaan intelektual, serta tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.

c. Biaya

Para pihak dapat menyepakati mekanisme pembagian risiko atau *risk sharing* dalam hal timbul kewajiban pembayaran ganti rugi.

d. Pembayaran

Ketentuan mengenai tarif serta metode pembayaran perlu ditegaskan, baik dilakukan secara penuh, bertahap, maupun berdasarkan capaian pekerjaan tertentu.

e. Kerahasiaan

Diperlukan klausul yang mengikat para pihak untuk menjaga kerahasiaan seluruh informasi yang tercantum dalam kontrak.

f. Hubungan dengan hak milik intelektual

Kepemilikan perangkat lunak untuk pengembangan serta desain situs

berkaitan dengan regulasi hak kekayaan intelektual yang berlaku.

g. Pengumuman

Agar situs dapat beroperasi lintas yurisdiksi nasional, perjanjian internasional dalam praktik *e-commerce* perlu memuat pilihan hukum yang jelas.

h. Perjanjian Campuran

Kontrak bisnis termasuk kategori perjanjian campuran karena mengandung unsur kebebasan berkontrak sebagaimana diatur dalam KUHPerdota, mencakup unsur jual beli, pembuktian, sewa, kuasa, serta lisensi.

Perjanjian yang dibuat secara elektronik memiliki kedudukan hukum setara dengan perjanjian konvensional, baik menurut KUHPerdota maupun Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Apabila seluruh syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdota terpenuhi, bentuk perjanjian fisik maupun digital tetap memiliki kekuatan hukum yang sama. Undang-Undang ITE menegaskan pengakuan informasi digital serta dokumen elektronik sebagai alat bukti sah setara dokumen tertulis. Ketentuan ini memberikan legitimasi terhadap berbagai transaksi *online*, termasuk perjanjian jual beli, kemitraan digital, serta pemanfaatan layanan berbasis teknologi.

Meskipun pengakuan normatif telah tersedia, praktiknya masih menghadapi tantangan. Perlindungan hukum bagi para pihak dalam transaksi digital memerlukan penguatan, khususnya pada aspek penyelesaian sengketa, efektivitas penegakan hukum, serta jaminan hak konsumen. Kasus pelanggaran kontrak, penyalahgunaan data pribadi, maupun penipuan daring menunjukkan adanya celah regulasi yang perlu pembaruan agar tercipta rasa aman dalam pembuatan perjanjian

elektronik.³³

Perdagangan melalui media elektronik memiliki beberapa karakteristik yang sangat khusus, yaitu:

a. Transaksi Tanpa Batas

Sebelum hadirnya internet, faktor geografis menjadi hambatan untuk menjangkau pasar internasional sehingga hanya pelaku usaha bermodal besar mampu melakukan ekspor. Perkembangan teknologi memungkinkan pelaku usaha skala kecil maupun menengah memasarkan produk ke luar negeri melalui situs web atau platform digital yang beroperasi sepanjang waktu. Konsumen dari berbagai negara dapat mengakses laman tersebut serta melakukan pembelian secara daring.

b. Transaksi Anonim

Penjual dan pembeli tidak perlu bertemu secara langsung. Identitas pembeli tidak selalu diketahui secara rinci sepanjang pembayaran diproses sesuai ketentuan, umumnya melalui kartu kredit atau sistem pembayaran elektronik lainnya.

Konsep jual beli *blind box* atau kotak misteri memperlihatkan karakteristik khusus dalam transaksi digital. Penjual hanya menyampaikan kategori produk tanpa menjelaskan isi secara rinci sehingga pembeli tidak mengetahui barang yang akan diterima. Pada masa awal kemunculannya di Indonesia, kotak misteri menjadi tren populer dan mencatat tingkat penjualan tinggi pada platform Shopee. Kondisi tersebut mendorong banyak pelaku usaha memanfaatkan tren untuk memperoleh

³³ Ni Luh Gede Mella Septiari dan Ni Made Puspautari Ujianti. (2025). "Kekuatan Hukum Perjanjian Elektronik dalam Perspektif KUH Perdata dan UU ITE". Indonesian Journal of Law and Justice, Vol. 2, No. 4, halaman 10.

keuntungan.³⁴

Peningkatan penjualan diikuti munculnya berbagai keluhan dari konsumen. Sebagian pembeli merasa dirugikan akibat barang tidak sesuai gambar atau nilai produk jauh di bawah harga yang dibayarkan. Ketidaktahuan terhadap konsep kotak misteri menyebabkan sebagian konsumen terpengaruh oleh tampilan visual produk sehingga berharap memperoleh barang bernilai tinggi dengan harga rendah. Terdapat pula penjual yang mencantumkan ketentuan pembatasan pengembalian barang.

Salah satu laman, yaitu bariaan.co, mengulas praktik kotak misteri dengan menyebut adanya kemungkinan pemberian hadiah utama kepada pihak terdekat penjual untuk menghasilkan ulasan positif, kemudian barang ditarik kembali. Pemenang hadiah utama kerap diduga merupakan rekan penjual yang memberikan testimoni guna meyakinkan calon pembeli. Situasi ini terjadi akibat belum tersedianya mekanisme verifikasi yang memastikan pemberian hadiah dilakukan secara acak serta transparan kepada pembeli yang sah.

B. Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Hukum Perdata

Model perdagangan tersebut berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen akibat adanya klausul yang memindahkan tanggung jawab dari pelaku usaha. Perlindungan hukum pada transaksi elektronik masih belum optimal sehingga diperlukan jaminan keamanan guna membangun kepercayaan, khususnya

³⁴ Ishakimuda Lawrensius Basaro dan Adi Sulistiyono. (2024). "Keabsahan Jual Beli Mystery Box Perspektif Pasal 1320 KUH Perdata". Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora, Vol. 1, No. 3, halaman 60.

bagi konsumen. Pola bisnis ini menghadapi tantangan serius dalam aspek perlindungan konsumen, terutama terkait keabsahan transaksi melalui media elektronik.

Berdasarkan kajian, mekanisme transaksi elektronik memiliki perbedaan mendasar dari jual beli konvensional. Proses dimulai dari penawaran melalui internet oleh pelaku usaha, dilanjutkan persetujuan konsumen, tercapainya kesepakatan, pembayaran melalui lembaga perbankan, kemudian pengiriman barang melalui jasa kurir. Dalam praktiknya, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen belum sepenuhnya menjamin perlindungan konsumen pada transaksi elektronik.

Keterbatasan tersebut muncul karena regulasi belum mengatur secara rinci perlindungan di ruang digital, termasuk hak atas informasi pada platform *online*, pencegahan penipuan, penyalahgunaan kartu pembayaran, tanggung jawab pelaku usaha beserta penyedia layanan internet, pembuktian berbasis data digital, serta mekanisme penyelesaian sengketa berbasis teknologi informasi. Dalam praktik sengketa transaksi elektronik, para pihak cenderung memilih forum arbitrase.

Perjanjian adalah semata-mata bentuk persetujuan yang diakui oleh hukum. Persetujuan ini merupakan elemen penting dalam bisnis, dan menjadi fondasi kebanyakan transaksi komersial. Perjanjian yang diakui sah adalah yang memenuhi empat kriteria yang tertera dalam Pasal 1320 KUHPerdara, yaitu:

- a. Adanya kesepakatan kedua belah pihak;
- b. Kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum;
- c. Adanya objek tertentu, dan

d. Adanya sebab yang halal.³⁵

Syarat pertama serta kedua tergolong syarat subjektif. Ketidakterpenuhan salah satunya menyebabkan perjanjian dapat dibatalkan. Syarat ketiga serta keempat termasuk syarat objektif. Pelanggaran terhadap salah satu unsur tersebut mengakibatkan perjanjian batal demi hukum. Ketentuan ini menegaskan adanya kesesuaian kehendak antara dua pihak atau lebih. Kesepakatan dapat dicapai melalui beberapa cara, yaitu:

- a. Menggunakan bahasa yang tepat baik secara tulisan maupun lisan;
- b. Menggunakan bahasa yang tepat secara lisan;
- c. Bahasa yang tidak sempurna, namun dapat dimengerti oleh pihak lain, karena sering kali seseorang menggunakan bahasa yang kurang tepat tetapi tetap dimengerti oleh orang lain;
- d. Menggunakan bahasa isyarat yang diterima oleh pihak lain;
- e. Diam, namun pesan tersebut dipahami atau diterima oleh pihak lain.

Pada praktik umum, komunikasi lisan atau tertulis menjadi sarana utama pembentukan kesepakatan. Perjanjian tertulis bertujuan menciptakan kepastian hukum serta berfungsi sebagai alat bukti ketika terjadi sengketa. Penegakan hukum dalam perlindungan konsumen transaksi elektronik mencakup seluruh upaya pemberian jaminan hukum bagi konsumen. Kehadiran regulasi perlindungan konsumen mendorong peningkatan kualitas produk serta layanan sehingga pelaku usaha mampu bersaing pada pasar nasional maupun internasional.

³⁵ Rizka Syafriana. (2016). "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik". De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 1, No. 2, halaman 434-435.

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik mengakui kontrak elektronik sebagai bentuk perjanjian sah. Para pihak dapat menentukan pilihan hukum serta forum penyelesaian sengketa. Apabila tidak ditentukan, berlaku prinsip hukum perdata internasional. Pelaku transaksi *e-commerce* dapat memilih pengadilan, arbitrase, atau mekanisme alternatif lain dalam *e-contract*. Tanpa pilihan forum, penyelesaian mengikuti kaidah hukum perdata internasional. Sengketa dapat timbul akibat perbedaan kepentingan. Apabila tidak ditemukan mekanisme penyelesaian yang disepakati, hubungan para pihak dapat terganggu. Upaya penyelesaian memerlukan pertimbangan rasional, termasuk perhitungan kerugian apabila menempuh jalur hukum.

Pasal 23 UUPK menyatakan pelaku usaha yang menolak memberikan ganti rugi dapat digugat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau pengadilan di domisili konsumen. Pasal 45 UUPK memberikan pilihan penyelesaian melalui pengadilan maupun di luar pengadilan. Mekanisme penyelesaian sengketa meliputi:

a. Jalur pengadilan (litigasi).

Proses ini cenderung bersifat konfrontatif serta memerlukan waktu panjang. Dampaknya meliputi biaya tinggi, perbedaan sistem hukum, persoalan yurisdiksi, gangguan hubungan bisnis, serta kendala pelaksanaan putusan. Kelemahan litigasi antara lain:

- 1) Litigasi memaksa para pihak berada dalam posisi yang ekstrim dan harus terlibat dalam pembelaan;

- 2) Litigasi mengangkat seluruh persoalan dalam suatu perkara, sehingga memaksa para pihak menganalisis kelemahan satu sama lain;
- 3) Proses litigasi memakan waktu yang lama dan biaya yang mahal;
- 4) Hakim seringkali tidak netral dan kurang mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan yang mendukung penyelesaian masalah hukum baru.

b. Alternatif penyelesaian sengketa.

Metode ini menyelesaikan sengketa di luar pengadilan melalui prosedur yang disepakati, seperti konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, atau pendapat ahli. Gagasan ini berkembang setelah pidato Warren Burger dalam *Roscoe Pound Conference on the Causes of Popular Dissatisfaction with the Administration of Justice* di Saint Paul, Minnesota. Forum tersebut melibatkan akademisi serta praktisi hukum yang membahas ketidakpuasan terhadap sistem peradilan.

Penerapan *Alternative Dispute Resolution* kemudian berkembang secara sistematis. Hakim sering mendorong para pihak memanfaatkan metode tersebut. Dalam transaksi *e-commerce*, para pihak dapat memilih forum penyelesaian melalui kontrak elektronik. Apabila tidak ada pilihan, berlaku prinsip hukum perdata internasional. Penentuan pilihan hukum dalam kontrak dagang sering memunculkan perdebatan. Penelitian menunjukkan konsumen cenderung enggan menggugat apabila biaya melebihi manfaat. Pada transaksi *e-commerce*, sengketa perlindungan konsumen lebih kompleks dibanding transaksi langsung karena persoalan yurisdiksi serta pembuktian digital kerap menjadi hambatan dalam pengajuan gugatan.³⁶

³⁶ *Ibid.*, halaman 441.

Dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen diatur mengenai hak konsumen, Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa hak konsumen adalah:³⁷

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/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 keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

³⁷ Suwari Akhmaddhian dan Asri Agustiwi. (2016). "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik di Indonesia". *Jurnal Unifikasi: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 3, No. 2, halaman 41-56.

- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.

Di sisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha (dalam hal ini adalah penjual *online*) sesuai Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah:³⁸

- a. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- b. Memperlakukan atau konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- c. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- d. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- e. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

³⁸ *Ibid.*, halaman 53-54.

Para pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik meliputi pelaku usaha sebagai penjual yang memasarkan barang melalui jaringan internet, konsumen sebagai subjek hukum yang memiliki kecakapan bertindak serta menerima penawaran untuk melakukan pembelian, lembaga perbankan yang berfungsi sebagai perantara dalam proses transfer dana dari konsumen kepada pelaku usaha, serta *provider* sebagai penyedia layanan akses internet. Praktik jual beli berbasis elektronik berlangsung tanpa pertemuan fisik antara para pihak karena perbedaan lokasi geografis, sehingga pembentukan perjanjian dilakukan melalui sarana elektronik seperti *email* atau media digital lainnya.

Aktivitas jual beli secara *online* terus berkembang dan tidak pernah mengalami stagnasi, bahkan setiap hari muncul pembaruan teknologi dalam ekosistem internet. Meskipun demikian, perlindungan hukum bagi para pengguna internet masih belum sepenuhnya memadai sehingga diperlukan langkah-langkah penyesuaian untuk menciptakan keseimbangan hukum dalam dinamika tersebut. Hubungan hukum dalam transaksi elektronik tidak hanya terbentuk antara pelaku usaha dan konsumen, melainkan juga melibatkan hubungan hukum dengan pihak-pihak lain sebagai berikut:

- a. *Business to Business*, yaitu transaksi antar perusahaan, baik pembeli maupun penjual adalah perusahaan, biasanya dilakukan karena mereka sudah saling mengenal dan ingin menjalin kerja sama;
- b. *Customer to Customer*, adalah transaksi jual beli antara individu dengan individu yang saling menjual barang;

- c. *Customer to Business*, adalah transaksi antara individu sebagai penjual dan perusahaan sebagai pembeli;
- d. *Customer to Government*, adalah transaksi antara individu dengan pemerintah, seperti pembayaran pajak. Munculnya UU ITE semakin memicu dilema, karena masih terdapat banyak kekurangan dalam memberikan kepastian hukum mengenai transaksi jual beli melalui internet. Teknologi dan industri yang semakin berkembang secara cepat pasti berdampak pada negara kita khususnya dalam transaksi elektronik, seperti *e-banking*, *e-commerce*, dan transaksi lainnya.

Apabila pelaku usaha atau penjual menggunakan identitas tidak benar atau melakukan perbuatan curang dalam transaksi jual beli secara *online*, maka perbuatannya dapat dikenai sanksi pidana berdasarkan Pasal 378 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) yang mengatur mengenai tindak pidana penipuan, serta Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang melarang penyebaran informasi bohong dan menyesatkan yang merugikan konsumen dalam transaksi elektronik. Ketentuan Pasal 378 KUHP menyatakan: “Barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, dengan menggunakan nama palsu atau kedudukan palsu, tipu muslihat, atau rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan suatu barang kepadanya, atau memberi utang maupun menghapuskan piutang, diancam karena penipuan dengan pidana penjara paling lama empat tahun”.

Adapun Pasal 28 ayat (1) UU ITE menegaskan: “Setiap orang dengan

sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.” Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa hukum positif telah memberikan dasar perlindungan bagi konsumen terhadap praktik penipuan dan penyebaran informasi palsu dalam kegiatan perdagangan berbasis elektronik”.

C. Perspektif Fikih Islam terhadap Jual Beli *Online* dan *Blindbox*

Secara bahasa, istilah jual beli merujuk pada proses pertukaran secara menyeluruh. Dalam pengertian terminologis, kegiatan ini dimaknai sebagai pertukaran harta yang mengakibatkan peralihan hak milik. Secara sederhana, jual beli merupakan kesepakatan sukarela antara dua pihak untuk menukar barang yang memiliki nilai, di mana satu pihak menyerahkan barang dan pihak lain memberikan sejumlah uang sesuai ketentuan syariat. Dalam ajaran Islam, praktik jual beli dinyatakan halal, sedangkan riba dilarang. Allah memperbolehkan aktivitas yang membawa kemaslahatan dan melarang perbuatan yang menimbulkan mudarat. Dalam literatur fikih klasik, para ulama menyepakati bahwa transaksi melalui surat-menyurat atau perantara tetap dinilai sah. Dengan demikian, jual beli melalui internet dapat dipandang sebagai transaksi berbasis perantara sepanjang memenuhi prinsip kejujuran, kerelaan (*ridha*), serta syarat-syarat materiil.

Hukum jual beli *online* diperbolehkan selama rukun dan syaratnya terpenuhi serta tidak merugikan pihak mana pun. Dalam fikih muamalah, jual beli dibagi menjadi tiga bentuk: pertama, barang yang dapat diperlihatkan secara langsung kepada pembeli dan dinilai sah; kedua, barang yang diperjualbelikan berdasarkan kriteria atau deskripsi tertentu dan diperbolehkan; ketiga, barang yang tidak dapat

diperlihatkan sehingga tidak sah. Pada tahap awal, jual beli *online* cenderung dikategorikan dalam bentuk ketiga karena pembeli tidak melihat barang secara langsung.

Dalam praktiknya, terdapat kasus di mana penjual menyerahkan barang yang kualitasnya tidak sesuai setelah transaksi selesai. Dalam hukum Islam dikenal konsep *khiyar*, yaitu hak memilih untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi. Apabila penjual memberikan penjelasan lengkap mengenai kondisi dan spesifikasi barang, maka perdagangan *online* dapat dimasukkan dalam kategori kedua, mengingat adanya penyesuaian dengan perkembangan teknologi. Rukun jual beli dalam Islam meliputi para pihak yang berakad (*'aqidānī*), objek dan alat tukar (*ma'qūd 'alayh*), serta *sighat* atau ijab kabul. Dalam transaksi *online*, konsumen umumnya hanya mengetahui identitas toko, bukan pemiliknya. Komunikasi dilakukan melalui pesan digital, sedangkan alat pembayaran berupa uang tunai atau transfer bank. Banyak toko *online* menawarkan beragam produk. *Sighat* dalam transaksi ini tercermin melalui bukti pemesanan dan pengiriman, bukan melalui pernyataan lisan.

Bentuk tersebut termasuk jual beli *mu'athah*, yakni kesepakatan yang cukup dengan tindakan tanpa lafaz formal. Sebagian ulama dari kalangan Syafi'iyah, seperti Ibnu al-Shibagh dan al-Nawawi, membolehkan praktik ini berdasarkan kebiasaan yang berlaku. Dengan demikian, meskipun tanpa tatap muka, esensi jual beli berupa pertukaran harta atas dasar kesepakatan dan peralihan kepemilikan tetap dapat terwujud dalam transaksi *online*, selama prinsip kejujuran dan keterbukaan informasi dijaga. Hal ini menunjukkan fleksibilitas fikih muamalah dalam

merespons perkembangan transaksi modern sepanjang tidak menyimpang dari prinsip syariat. Adapun dalam perspektif Islam, praktik *blind box* (kotak misteri) memunculkan persoalan etis terkait kejelasan akad, asas keadilan, serta potensi adanya unsur *gharar* (ketidakpastian berlebihan) dan *maysir* (spekulasi atau perjudian).

Dalam ekonomi Islam, setiap aktivitas ekonomi harus memenuhi prinsip transparansi, keadilan (*'adl*), serta terbebas dari unsur terlarang seperti *gharar*, *maysir*, dan *tadlis* (manipulasi informasi). Prinsip tersebut membedakan sistem ekonomi Islam dari sistem konvensional yang tidak selalu menempatkan dimensi moral dan etika sebagai pertimbangan utama dalam transaksi.³⁹

Konsep *gharar* telah dikaji secara mendalam oleh ulama klasik, antara lain Imam Nawawi dan Ibnu Taymiyyah, yang menegaskan larangan terhadap transaksi dengan objek, nilai, atau hasil yang tidak jelas. Dalam konteks modern, konsep ini ditafsirkan kembali untuk menjawab dinamika ekonomi digital yang sarat inovasi sekaligus risiko. Sementara itu, *maysir* dipahami sebagai aktivitas spekulatif yang berorientasi pada keuntungan tanpa usaha produktif, sebagaimana tampak dalam praktik perjudian, investasi spekulatif, maupun unsur *gamification* dalam ekonomi digital. Etika perdagangan Islam juga menekankan tanggung jawab moral, kepedulian sosial, dan larangan mengeksploitasi kelemahan konsumen. Dalam praktik *blind box*, potensi pelanggaran etika muncul ketika konsumen terdorong

³⁹ Ahmad Hafidz Nashrudin, dkk. (2025). "Blind Box Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Analisis Konsep Gharar, Maysir, Dan Etika Perdagangan Digital". *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, Vol. 4, No. 4, halaman 7261–7262.

oleh rasa penasaran, emosi, atau impuls yang dibentuk melalui strategi pemasaran tertentu.

Oleh karena itu, pemahaman terhadap konsep *gharar*, *maysir*, serta etika bisnis Islam menjadi landasan penting untuk menilai apakah praktik *blind box* selaras atau bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam. Sejumlah penelitian terdahulu mengkaji fenomena *blind box* dari sudut pandang psikologi konsumen dan ekonomi perilaku, khususnya terkait kecenderungan ketergantungan dan pembelian impulsif.

Kajian mengenai *gharar* dan *maysir* selama ini lebih banyak diterapkan pada sektor keuangan syariah, seperti perbankan dan investasi, sementara pada ranah konsumsi dan strategi pemasaran digital masih relatif terbatas. Padahal, tren seperti *blind box* menghadirkan bentuk baru ketidakpastian dan spekulasi yang berpotensi menimbulkan dampak ekonomi maupun spiritual bagi konsumen muslim. Kesenjangan tersebut menunjukkan perlunya pendekatan komprehensif yang menggabungkan analisis hukum ekonomi Islam dengan pemahaman perilaku ekonomi kontemporer. Penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan menempatkan praktik *blind box* tidak hanya sebagai fenomena ekonomi, tetapi juga sebagai cerminan nilai moral dan sosial dalam masyarakat digital yang terus berkembang. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada integrasi antara kajian fikih muamalah klasik dan fenomena ekonomi digital melalui studi kasus *blind box*.⁴⁰

⁴⁰ *Ibid.*, halaman 7263.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menyoroti *blind box* sebatas fenomena konsumsi atau persoalan perilaku pasar, kajian ini menggabungkan tiga dimensi utama, yaitu *gharar* sebagai bentuk ketidakpastian, *maysir* sebagai potensi spekulasi, serta etika perdagangan digital sebagai pedoman moral dalam relasi produsen dan konsumen. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang lebih utuh mengenai penerapan prinsip ekonomi Islam pada model bisnis baru yang memadukan unsur hiburan dan psikologi.

Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi praktis dengan menawarkan pandangan kritis tentang bagaimana pelaku usaha dapat menyesuaikan praktik *blind box* agar selaras dengan prinsip syariah, sekaligus mendorong konsumen muslim untuk lebih sadar terhadap etika konsumsi digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya khazanah literatur ekonomi Islam terkait perdagangan digital, tetapi juga menegaskan relevansi nilai-nilai Islam sebagai pedoman moral dalam menghadapi dinamika ekonomi global yang semakin kompleks dan spekulatif.

D. Tanggung Jawab Produk Pelaku Usaha Dalam Perspektif Fikih dan Hukum Perdata

Pembahasan mengenai perlindungan konsumen senantiasa berkaitan dengan tanggung jawab yang melekat pada pelaku usaha atau produsen, serta kewajiban mereka untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen. Fokus utama dalam perlindungan konsumen terletak pada pertanggungjawaban pelaku usaha atas

kerugian yang timbul akibat barang atau jasa yang diproduksi dan dipasarkan. Konsep ini lazim dikenal sebagai tanggung jawab atas produk (*product liability*).⁴¹

Menurut Agnes M. Toar, tanggung jawab produk merupakan kewajiban hukum yang dibebankan kepada produsen terhadap barang yang telah diedarkan apabila barang tersebut menimbulkan kerugian karena adanya cacat atau kekurangan yang melekat pada produk. Konsep ini mencakup tanggung jawab yang lahir dari hubungan kontraktual maupun dari perbuatan melawan hukum. Subjeknya tidak hanya produsen dalam arti sempit, tetapi juga meliputi pedagang besar, distributor, pemasok, hingga pengecer profesional. Objeknya mencakup seluruh jenis barang, baik bergerak maupun tidak bergerak, sepanjang telah disalurkan kepada konsumen. Ruang lingkup kerugiannya meliputi segala bentuk kerusakan, termasuk kerusakan atau musnahnya barang, yang bersumber dari adanya cacat atau ketidaksempurnaan produk sehingga merugikan konsumen.

Dalam melaksanakan tanggung jawab sebagai pelaku usaha yang tunduk pada ketentuan peraturan perundang-undangan, pelaku usaha perlu memahami secara komprehensif hak dan kewajibannya terhadap konsumen. Ketentuan mengenai hak pelaku usaha telah diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:

- 1) Hak untuk mendapatkan pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai syarat dan nilai tukar barang atau jasa yang dijual;

⁴¹ Asrin Pramita Hasanuddin, dkk. (2025). "Analisis Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen dalam Jual Beli Motor Bekas Menurut Hukum Perdata". *Journal of Innovation Research and Knowledge*, Vol. 4, No. 9, halaman 6202-6204.

- 2) Hak untuk memperoleh perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak jujur;
- 3) Hak untuk mempertahankan diri dengan pantas dalam penyelesaian hukum sengketa yang melibatkan konsumen;
- 4) Hak untuk mengembalikan nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak disebabkan oleh barang atau jasa yang dijual;
- 5) Hak-hak yang diatur dalam regulasi perundang-undangan lainnya..

Hukum perlindungan konsumen mengatur mengenai kewajiban pelaku usaha, bertujuan untuk meminimalisir hak-hak konsumen yang tidak dipenuhi oleh pelaku usaha dan memberikan perlindungan atas kerugian yang dialami oleh konsumen. Kewajiban tersebut telah diatur di dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yaitu:

- 1) Bertindak dengan itikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya
Menyediakan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi serta jaminan barang atau jasa, serta memberikan penjelasan mengenai penggunaan, pemeliharaan, dan perbaikan.
- 2) Memperlakukan dan melayani pelanggan dengan tepat, jujur serta tanpa adanya diskriminasi;
- 3) Menjamin kualitas produk dan/atau layanan yang dihasilkan dan/atau dijual sesuai dengan ketentuan standar kualitas produk dan/atau layanan yang berlaku;

- 4) Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk melakukan uji coba atau mencoba produk dan/atau layanan tertentu serta memberikan jaminan dan/atau garansi atas produk yang diproduksi dan/atau dijual.
- 5) Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian yang timbul akibat penggunaan, pemakaian, serta pemanfaatan produk dan/atau layanan yang dijual.
- 6) Melakukan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian kerugian jika produk dan/atau layanan yang diterima atau digunakan pelanggan tidak sesuai dengan kesepakatan.⁴²

Pengertian konsumen diatur dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Konsumen dimaknai sebagai setiap orang yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia di masyarakat untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, serta tidak untuk diperdagangkan kembali. Adapun *dealer* termasuk dalam kategori pelaku usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang didirikan dan menjalankan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik secara mandiri maupun bersama-sama berdasarkan perjanjian, guna menyelenggarakan aktivitas usaha di berbagai bidang ekonomi.

Sebagai konsumen, berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, terdapat sejumlah hak yang dijamin oleh hukum, antara lain hak untuk

⁴² *Ibid.*, halaman 6206.

memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa; hak untuk menyampaikan pendapat maupun pengaduan atas barang dan/atau jasa yang digunakan; serta hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Selain itu, Pasal 8 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha memperdagangkan barang yang rusak, cacat, bekas, atau tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar mengenai keadaan barang tersebut. Apabila ketentuan tersebut dilanggar, maka berdasarkan Pasal 62 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha dapat dikenai sanksi pidana berupa penjara paling lama lima tahun atau denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Ketentuan Pasal 63 dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen memungkinkan pemberian sanksi sesuai dengan ketentuan Pasal 62 UUPK. Sanksi tambahan yang bisa dikenakan meliputi:

- a. penyitaan barang tertentu;
- b. pengumuman putusan hakim;
- c. pembayaran kompensasi;
- d. arahan untuk menghentikan aktivitas tertentu yang dapat menyebabkan kerugian bagi konsumen;
- e. kewajiban untuk menarik dan menghentikan peredaran barang;
- f. pencabutan izin usaha.

Terkait pembebanan pembuktian atas kesalahan pelaku usaha, ketentuannya sejalan dengan prinsip dalam hukum perdata. Pasal 22 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 menegaskan bahwa kewajiban untuk membuktikan adanya kesalahan dalam setiap dugaan pelanggaran sepenuhnya berada pada pelaku usaha. Meskipun demikian, Undang-Undang Perlindungan Konsumen tetap membuka kemungkinan bagi Jaksa Penuntut Umum untuk turut melakukan pembuktian tersebut.

Islam merupakan agama yang bersifat menyeluruh dan universal, mencakup seluruh dimensi kehidupan manusia. Ajarannya membimbing, mengarahkan, dan mengatur aktivitas manusia sejak bangun hingga kembali beristirahat. Islam tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah, tetapi juga mengatur relasi sosial antarindividu serta membentuk pola kehidupan yang terstruktur. Secara garis besar, ajaran Islam terdiri atas tiga unsur pokok, yaitu akidah (keyakinan), syariah (aturan hukum), dan akhlak (etika atau moral).

Aspek akidah harus diyakini sepenuh hati karena menjadi fondasi utama dalam ajaran Islam dan tertanam dalam diri setiap Muslim. Penolakan terhadapnya dapat berimplikasi pada rusaknya keimanan seseorang. Adapun syariah merupakan ketentuan hukum yang ditetapkan Allah untuk mengarahkan perilaku nyata umat manusia. Sementara itu, akhlak berfungsi sebagai penyempurna seluruh aktivitas manusia, baik yang berkaitan dengan akidah, syariah, maupun kehidupan sehari-hari.

Jual beli termasuk bagian dari implementasi syariah dalam bidang muamalah. Aktivitas ini tidak terlepas dari interaksi sosial antarmanusia sebagai makhluk sosial. Salah satu dasar normatif mengenai jual beli terdapat dalam QS.

Al-Baqarah (2): 275, yang menjelaskan kehalalan transaksi jual beli selama tidak mengandung praktik riba. Meskipun riba terkadang dipandang ringan, dampaknya bagi pelaku adalah hilangnya ketenangan batin serta keberkahan harta.

Etika bisnis dalam Islam merupakan seperangkat nilai moral dan prinsip ilahiah yang menjadi pedoman dalam kegiatan ekonomi dan perdagangan. Prinsip-prinsip tersebut meliputi kejujuran (*sidq*), amanah (tanggung jawab), *tabligh* (keterbukaan informasi), dan *fathanah* (kecerdasan serta profesionalitas). Dalam praktik usaha, pelaku bisnis wajib menghindari unsur *gharar* (ketidakjelasan), manipulasi, serta eksploitasi, dan harus menjunjung tinggi asas keadilan serta keseimbangan bagi seluruh pihak.

Al-Qur'an dalam QS. Al-Muthaffifin (83): 1–3 secara tegas melarang praktik kecurangan dalam takaran dan timbangan. Ayat ini menjadi pedoman bahwa setiap kegiatan usaha, termasuk pemasaran digital, harus dilandasi kejujuran dan keadilan. Sejumlah penelitian dalam jurnal manajemen bisnis syariah menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam pemasaran mampu meningkatkan kepercayaan serta loyalitas konsumen karena adanya transparansi informasi dan tanggung jawab sosial pelaku usaha.

Prinsip *sidq* menekankan bahwa setiap transaksi bisnis harus dilakukan secara jujur, tanpa manipulasi informasi. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

"Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, shiddiqin, dan syuhada". (HR. Tirmidzi 1209, Shahih At-Targhib)

Serta kaidah fikih lainnya "Asal dari segala sesuatu adalah mubah, sampai ada dalil yang menunjukkan atas keharamannya." Dari prinsip fiqh yang disebutkan

sebelumnya, terlihat bahwa seseorang diizinkan untuk melaksanakan perjanjian apapun, sebab pada dasarnya segala hal itu diizinkan, selama apa yang dilakukannya tidak bertentangan dengan aturan Islam.⁴³

Keterkaitan antara kepercayaan dan aktivitas ekonomi melahirkan prinsip bahwa kesejahteraan hanya dapat tercapai apabila kebebasan berusaha (*muamalah al-madiyah*) diimbangi dengan etika bisnis (*muamalah al-adabiyah*) yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Dengan demikian, kebebasan ekonomi dalam Islam bukanlah kebebasan tanpa batas, melainkan kebebasan yang tunduk pada norma syariah agar tercipta keadilan sosial dan kemaslahatan bersama. Etika bisnis Islam berakar pada nilai-nilai Al-Qur'an dan dapat dirumuskan dalam beberapa prinsip pokok sebagai berikut:

1. Kesatuan (*Tauhid*)

Prinsip yang paling mendasar dalam etika bisnis Islam adalah kesatuan. Banyak peneliti sebelumnya telah menunjukkan bahwa kesatuan ini terlihat dalam ide monoteisme, yang mengintegrasikan seluruh aspek kehidupan seorang Muslim, yaitu ekonomi, politik, dan sosial, sebagai satu kesatuan yang harmonis, menekankan pada konsep integrasi serta keteraturan secara menyeluruh. Konsep ini, yang berasal dari prinsip kesatuan dalam etika bisnis Islami, menciptakan visi dasar bisnis yang saling terhubung secara vertikal dan horizontal, yang merupakan elemen krusial dalam Islam.

2. Keseimbangan (*Adl*)

⁴³ Ika Nurfitriani dan Khairan. (2025). "Analisis Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Affiliate Marketing dalam Industri E-Commerce". *Realita: Jurnal Penelitian dan Kebudayaan Islam*, Vol. 23, No. 02, halaman 315-316.

Islam mendorong perilaku adil dan melarang segala bentuk kecurangan. Ketidakjujuran dalam perdagangan bertentangan dengan prinsip keadilan dan merusak keberlangsungan usaha. Al-Qur'an memerintahkan agar takaran dan timbangan dilakukan secara tepat serta menjauhi penipuan.

3. Kehendak bebas (*free will*)

Aspek yang paling signifikan dari etika bisnis Islam yang harus dilaksanakan tanpa merugikan kepentingan bersama adalah kebebasan. Kecenderungan manusia untuk selalu memenuhi keinginan pribadi, yang bersifat tak terbatas dan dipengaruhi oleh kewajiban sosial kita untuk memberikan sedekah, zakat, dan hadiah, merefleksikan konsep mengenai kehendak bebas ini.

4. Kewajiban/Tanggung Jawab

Aspek selanjutnya adalah kewajiban individu untuk menggunakan kebebasan mereka dengan penuh rasa tanggung jawab dan akuntabilitas untuk menjaga keadilan serta persatuan. Dalam praktiknya, dalam etika bisnis, seseorang harus siap menanggung konsekuensi ketika diberikan kebebasan untuk memilih. Dalam Islam, tanggung jawab diklasifikasikan menjadi dua kategori yakni *fardhu 'ain* dan *fardhu kifayah*.

5. Kebenaran (*Ihsan*)

Kebenaran berhubungan dengan memiliki tujuan, sikap, dan perilaku yang sesuai dalam dunia profesional, termasuk dalam usaha mencari atau mendapatkan sumber daya untuk penelitian dan pengembangan dengan maksud untuk mencetak

44atau mencapai keuntungan. Dua komponen utama dari filosofi ini adalah kebaikan dan kejujuran. Sementara kebenaran diterapkan di seluruh prosedur bisnis tanpa adanya ketidakjujuran, karakter baik dalam dunia usaha menjadi cerminan dukungan dan kebaikan dalam relasi antar pihak. Etika bisnis dalam Islam memberikan perlindungan serta pencegahan yang sangat efektif terhadap risiko kerugian bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi, kolaborasi, atau perjanjian bisnis dengan mengedepankan prinsip kebenaran tersebut.

Dalam konteks ekonomi modern yang kompetitif, etika bisnis Islam memiliki peranan penting sebagai fondasi moral. Prinsip syariah menuntun kegiatan usaha agar dijalankan secara adil, transparan, dan bertanggung jawab, bukan semata-mata berorientasi pada keuntungan. Dengan demikian, kegiatan ekonomi tidak hanya menghasilkan profit, tetapi juga mendukung kesejahteraan sosial dan keberlanjutan lingkungan.

Dalam fikih Islam, larangan terhadap *riba*, *gharar*, dan *maysir* menjadi pedoman untuk mencegah praktik usaha yang merugikan dan tidak etis. Pemikiran Yahya bin Umar menegaskan bahwa aktivitas ekonomi bukan sekadar upaya mencari laba, melainkan bagian dari ibadah yang harus dilandasi ketakwaan dan akhlak mulia. Ia menekankan pentingnya keadilan, keterbukaan, dan tanggung jawab sosial dalam setiap transaksi demi terwujudnya sistem ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan. Oleh karena itu, etika bisnis Islam menjadi landasan moral agar pelaku usaha tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga

⁴⁴ Rudi Hartono I, dkk. (2025). "Etika Bisnis Islami dalam Perspektif Fiqih Muamalah Antara Hukum, Moral, dan Spiritualitas". *Moral: Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, Vol. 2, No. 2, halaman 241.

memperhatikan dampak sosial serta lingkungan dari kegiatan usahanya. Berikut disajikan tabel perbandingan sebagai berikut:

Tabel 2. 2 Pebandingan Hukum Perdata (UU Perlindungan Konsumen) dan Fikih Islam

No	Aspek Perbandingan	Hukum Perdata (UU Perlindungan Konsumen)	Fikih Islam
1	Dasar Pengaturan	Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen	Al-Qur'an, Hadis, kaidah fikih, dan prinsip etika bisnis Islam
2	Subjek yang Bertanggung jawab	Produsen, distributor, pemasok, dan pengecer profesional	Penjual/pelaku usaha sebagai pihak yang memikul amanah dan tanggungjawab muamalah
3	Objek Tanggung jawab	Semua jenis barang dan/atau jasa, baik bergerak maupun tidak bergerak	Barang hala dan <i>thayyib</i> yang diperjualbelikan yang sah menurut syariah
4	Bentuk Tanggung jawab	Kontraktual dan Perbuatan Melawan Hukum (PMH)	Tanggung jawab duniawi dan ukhrawi (moral, sosial dan religius)
5	Hak Pelaku Usaha	Hak memperoleh pembayaran dan perlindungan hukum, pembelaan diri, pemulihan nama baik	Hak melakukan usaha secara bebas selama tidak melanggar syariah dan prinsip keadilan
6	Kewajiban Pelaku Usaha	Beritikad baik, memberi informasi jujur, menjamin kualitas, memberi kompensasi atau ganti rugi	Berlaku jujur (<i>sidq</i>), amanah, transparan (<i>tabligh</i>), profesional (<i>fathanah</i>), dan adil
7	Hak Konsumen	Hak atas informasi benar, hak menyampaikan keluhan hak atas ganti rugi	Hak memperoleh kejelasan barang, keadilan transaksi, dan terhindar dari penipuan (<i>ghrar</i>)
8	Larangan bagi Pelaku Usaha	Dilarang menjual barang cacat, rusak, bekas, atau tercemar tanpa informasi	Dilarang riba, <i>ghrar</i> , <i>maisir</i> , penipuan, manipulasi dan ketidakadilan

9	Sanksi	Pidana penjara, denda, penyitaan barang, pencabutan, izin usaha dan kompensasi	Sanksi moral, sosial serta pertanggungjawaban di hadapan Allah SWT
---	--------	--	--

Pengaturan tanggung jawab pelaku usaha dalam hukum perdata dan fikih Islam sama-sama bertujuan melindungi konsumen, tetapi didasarkan pada landasan yang berbeda. Hukum perdata berpijak pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menekankan kepastian hukum dan mekanisme ganti rugi secara yuridis, sedangkan fikih Islam bersumber pada Al-Qur'an, Hadis, dan prinsip etika bisnis Islam yang menekankan nilai moral serta *amanah* dalam kegiatan usaha.⁴⁵

Dalam hukum perdata, tanggung jawab pelaku usaha dapat timbul dari perjanjian maupun perbuatan melawan hukum dengan akibat yang mengikat secara yuridis. Sebaliknya, dalam fikih Islam, tanggung jawab tidak hanya berdimensi duniawi, tetapi juga mencakup pertanggungjawaban di akhirat sehingga pelaku usaha dituntut berlaku jujur, adil, dan transparan. Secara keseluruhan, hukum perdata memberikan perlindungan konsumen secara formal dan normatif, sedangkan fikih Islam memperkuatnya melalui nilai etika dan keadilan; keduanya saling melengkapi dalam mewujudkan transaksi yang bertanggung jawab, termasuk dalam praktik jual beli *blind box*.⁴⁶

⁴⁵ Dinda Layla Sahvira. (2025). *Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Dalam Menyelesaikan Problem Jual Beli Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. Skripsi, Fakultas Syari'ah. Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri, halaman 37-38.

⁴⁶ *Ibid.*, halaman 39.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Tanggung Jawab Bukum Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli *Blind Box* (Kotak Misteri) Yang Menimbulkan Kerugian Bagi Konsumen Dalam Perspektif Hukum Perdata.

Pada masa modern yang ditandai oleh perkembangan teknologi serta kompleksitas rantai produksi, konsumen tidak lagi memiliki kemampuan penuh untuk menilai kualitas dan keamanan suatu produk sebelum digunakan. Produk yang beredar di pasar umumnya melalui proses produksi yang panjang dan rumit, sehingga memungkinkan adanya cacat tersembunyi yang tidak diketahui, baik oleh produsen maupun konsumen saat transaksi berlangsung. Keberadaan cacat yang tidak tampak tersebut berpotensi menimbulkan risiko terhadap keselamatan dan kesehatan konsumen. Kondisi ini memunculkan persoalan mendasar mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha, baik secara etis maupun secara hukum.⁴⁷

Dalam konteks perdagangan bebas dewasa ini, pelaku usaha kerap menetapkan syarat dan ketentuan pada suatu situs yang memuat pembatasan tanggung jawab. Secara faktual, posisi konsumen sering kali berada pada situasi yang kurang seimbang dibandingkan dengan pelaku usaha, karena penggunaan barang dan/atau jasa sangat bergantung pada informasi serta itikad pelaku usaha. Kerugian akibat produk dengan cacat tersembunyi dapat timbul ketika produsen tidak berhasil memenuhi standar yang seharusnya dicapai, baik karena kesengajaan,

⁴⁷ Celina Tri Siwi Kristiyanti.2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, halaman 33-34.

kelalaian dalam proses produksi, kesalahan pada tahap distribusi, maupun kurangnya informasi mengenai tata cara penggunaan dan aspek keamanan produk bagi konsumen.⁴⁸

Keseimbangan kedudukan antara pelaku usaha dan konsumen penting untuk menjamin kepastian hukum serta perlindungan dari negara melalui pengaturan kewajiban produksi yang ketat terkait kerugian akibat cacat tersembunyi. Adanya cacat yang tidak diketahui sebelumnya tidak serta-merta dapat dibebankan kepada konsumen dengan alasan kurang cermat dalam memilih produk. Apabila pelaku usaha melakukan kelalaian atau pelanggaran terhadap hak konsumen, maka timbul konsekuensi hukum yang mewajibkan pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian yang terjadi serta menanggung risiko akibat kelalaiannya. Berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi kepada konsumen atas kerugian yang timbul akibat penggunaan barang yang diperdagangkan. Bentuk ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dengan nilai yang setara.⁴⁹

Mengacu pada Pasal 1504 dan Pasal 1506 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, penjual bertanggung jawab atas cacat tersembunyi pada barang yang dijual, sekalipun ia tidak mengetahui keberadaan cacat tersebut. Namun, Pasal 1505 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyatakan bahwa apabila cacat tersebut dapat diketahui secara kasatmata oleh pembeli, maka penjual tidak dibebani tanggung jawab. Apabila penjual mengetahui adanya cacat tersembunyi, ia wajib

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ Jetmiko Setiawan, dkk. (2025). "Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha atas Produk Cacat Tersembunyi". *The Juris: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 9, No. 1, halaman 217.

mengembalikan harga pembelian serta menanggung seluruh biaya, kerugian, dan bunga sebagaimana diatur dalam Pasal 1508 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Sebaliknya, apabila penjual tidak mengetahui cacat tersebut, tanggung jawabnya terbatas pada pengembalian harga pembelian serta biaya yang berkaitan dengan penyerahan barang, sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1509 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, diatur mengenai hak konsumen sebagai berikut:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Beberapa rumusan tentang hak-hak konsumen yang telah dikemukakan, secara garis besar dapat dibagi dalam tiga hak yang menjadi prinsip dasar, yaitu:

1. Hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan;
2. Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga yang wajar; dan
3. Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.

Tiga hak pokok tersebut pada hakikatnya merupakan representasi dari keseluruhan hak konsumen sebagaimana dirumuskan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Keberadaan hak-hak ini memiliki arti strategis karena menjadi landasan normatif dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen di Indonesia. Di samping memiliki hak, konsumen juga dibebani sejumlah kewajiban yang harus dilaksanakan. Ketentuan mengenai kewajiban tersebut diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang pada pokoknya mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;

3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Tanggung jawab konsumen yang beritikad baik pada dasarnya berkaitan dengan perilaku dalam melakukan pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini disebabkan karena potensi kerugian bagi pelaku usaha baru muncul ketika konsumen melakukan transaksi. Sebaliknya, bagi pelaku usaha, kemungkinan timbulnya kerugian pada pihak konsumen telah ada sejak tahap perencanaan, perancangan, hingga proses produksi barang. Dengan demikian, risiko bagi masing-masing pihak muncul pada fase yang berbeda dalam rangkaian kegiatan usaha.

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen terdapat dua landasan utama yang menonjol, yaitu tanggung jawab atas produk (*product liability*) dan tanggung jawab profesional (*professional liability*). Keduanya merupakan bagian dari prinsip pertanggungjawaban, namun dibahas secara terpisah karena memiliki karakteristik yang berbeda. Suatu produk dapat dinilai bermasalah apabila tidak mampu memenuhi tujuan pembuatannya. Kondisi tersebut dapat terjadi akibat cacat pada proses produksi, kesalahan desain, maupun kekurangan dalam pemberian peringatan atau petunjuk penggunaan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi dasar hukum dalam menjamin hak-hak konsumen sekaligus menciptakan keseimbangan kedudukan antara konsumen dan pelaku usaha. Regulasi ini menegaskan bahwa pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan,

termasuk apabila barang tersebut mengandung cacat. Meskipun demikian, dalam praktiknya masih terdapat hambatan, khususnya dalam pembuktian adanya cacat tersembunyi serta belum optimalnya pelaksanaan tanggung jawab oleh pelaku usaha.

Dalam berbagai kasus, konsumen tidak memperoleh ganti rugi secara layak karena pelaku usaha berupaya menghindari tanggung jawab dengan alasan tidak mengetahui adanya cacat pada saat produk diedarkan. Berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha pada dasarnya memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab, yaitu sebagai berikut:

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan;
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi;
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan;

5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Memperhatikan substansi Pasal 19 ayat (1) dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha, meliputi:

1. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
2. Tanggung jawab kerugian atas pencemaran;
3. Tanggung jawab kerugian atas kerugian konsumen.

Berdasarkan ketentuan tersebut, keberadaan barang dan/atau jasa yang mengalami cacat bukanlah satu-satunya landasan untuk membebaskan tanggung jawab kepada pelaku usaha. Artinya, kewajiban pelaku usaha tidak terbatas pada produk yang terbukti rusak atau tidak sempurna, melainkan mencakup seluruh kerugian yang diderita konsumen akibat transaksi yang dilakukan. Dalam praktik pembelian *blind box*, terdapat syarat dan ketentuan yang disusun secara sepihak oleh penjual. Ketentuan tersebut tidak hanya mengikat pihak penjual, tetapi juga berlaku bagi konsumen sebagai pembeli.

Penjual berkewajiban menyampaikan informasi yang memadai mengenai deskripsi barang yang berpotensi menjadi isi *blind box*, termasuk penjelasan mengenai hadiah utama yang dijanjikan. Pada saat konsumen memutuskan untuk membeli produk *blind box* dari toko tersebut, tindakan itu secara otomatis menunjukkan persetujuan terhadap perjanjian baku yang telah ditetapkan oleh penjual. Dengan demikian, syarat dan ketentuan dalam transaksi *blind box*

berfungsi layaknya undang-undang yang mengikat para pihak yang terlibat dalam hubungan hukum tersebut.

Sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 1338 KUHPerdara yang menyatakan bahwa setiap perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya, perjanjian tersebut tidak dapat dibatalkan kecuali atas kesepakatan bersama atau karena alasan yang ditentukan oleh undang-undang, serta wajib dilaksanakan dengan itikad baik. Dalam praktik jual beli *blind box* melalui toko daring, permasalahan hukum yang kerap timbul meliputi perbuatan melawan hukum dan wanprestasi. Pelaku usaha tidak memenuhi kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang sebagaimana diatur dalam Pasal 13 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Perbuatan tersebut dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan melawan hukum karena memenuhi unsur-unsur yang diatur dalam Pasal 1365 KUHPerdara.⁵⁰

Proses terjadinya transaksi pembelian *blind box* melalui aplikasi Shopee dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konsumen menentukan pilihan *blind box* yang dikehendaki, kemudian melanjutkan ke tahap pembayaran. Setelah itu, pembeli mengisi data berupa alamat lengkap, nama penerima, serta nomor telepon, memilih jasa pengiriman, dan menetapkan metode pembayaran, baik melalui transfer maupun melalui gerai terdekat yang menyediakan layanan pembayaran.

⁵⁰ Martquery Herman Lewar, dkk. (2023). "Tinjauan Hukum Terhadap Transaksi Jual Beli Mystery Box di Online Shop". *Lex Administratum: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 11, No. 3, halaman 1-3.

Selain itu, tersedia pula metode pembayaran di tempat yang dikenal sebagai *Cash On Delivery* (COD).

2. Setelah transaksi dilakukan, konsumen memeriksa status pembayaran. Apabila menggunakan metode transfer, sistem secara otomatis meneruskan pesanan kepada penjual. Penjual kemudian memproses dan mengirimkan barang sesuai dengan alamat yang telah dicantumkan oleh pembeli. Dengan demikian, pembeli hanya menunggu pengiriman *blind box* berdasarkan estimasi waktu yang telah ditentukan oleh sistem.
3. Terbentuknya kesepakatan juga meliputi seluruh ketentuan yang telah disetujui bersama. Dalam konteks ini, yang dimaksud adalah persyaratan yang ditetapkan oleh penjual, sebagaimana tercantum dalam deskripsi penjualan *blind box*. Persyaratan tersebut dapat dikategorikan sebagai perjanjian baku yang disusun secara sepihak oleh penjual. Klausula baku merupakan ketentuan atau aturan yang telah dirancang dan ditetapkan terlebih dahulu oleh satu pihak sebelum terjadinya transaksi.

Tercapainya persetujuan para pihak juga mencakup keberlakuan seluruh isi perjanjian yang telah disusun. Persyaratan yang dicantumkan oleh pelaku usaha dalam deskripsi penjualan *blind box* termasuk dalam kategori syarat yang ditentukan secara sepihak. Ketentuan tersebut dapat dipandang sebagai perjanjian baku atau klausula yang dirumuskan oleh pelaku usaha untuk diberlakukan kepada konsumen. Klausula baku adalah syarat dan ketentuan yang telah dipersiapkan sebelumnya oleh pelaku usaha, kemudian dituangkan dalam dokumen dan/atau perjanjian yang bersifat mengikat sehingga wajib dipatuhi oleh konsumen.

Setiap pernyataan kehendak sepihak yang menimbulkan hubungan hukum antara dua pihak merupakan suatu perbuatan hukum yang berakibat pada lahirnya atau hapusnya hak dan kewajiban. Oleh karena itu, tindakan hukum yang bersifat sepihak cukup didasarkan pada pernyataan kehendak dari satu pihak untuk menghasilkan akibat hukum tertentu. Pasal 53 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik menegaskan bahwa kontrak elektronik dilarang memuat klausula baku yang merugikan konsumen sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan mengenai perlindungan konsumen.

Ketentuan yang disusun tersebut dapat menjadi aturan yang mengikat bagi pihak yang membuatnya, sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdara. Setiap perjanjian yang dibuat secara sah—dengan memenuhi empat syarat sebagaimana tercantum dalam Pasal 1320 KUHPerdara—akan berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang mengikatkan diri. Transaksi elektronik yang dilakukan oleh para pihak berpotensi menimbulkan akibat hukum bagi masing-masing pihak. Sehubungan dengan hal tersebut, Pasal 45 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik mengatur mengenai pelaksanaan transaksi elektronik.⁵¹

Penyelenggaraan transaksi elektronik oleh para pihak wajib dilaksanakan dengan memperhatikan itikad baik, prinsip kehati-hatian, keterbukaan, akuntabilitas, serta kewajaran. Mengenai tercapainya kesepakatan sebagaimana

⁵¹ Miftahul Jannah. (2020). Transaksi Jual Beli Mystery Box Pada Situs Shopee Ditinjau Dalam Perspektif Ba'i Salam. Skripsi, Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, halaman 40-41.

diatur dalam Pasal 49 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dinyatakan:

1. Transaksi elektronik berlangsung ketika tercapai kesepakatan antara para pihak.
2. Kecuali ditentukan sebaliknya oleh para pihak, kesepakatan yang dimaksud dalam ayat (1) terjadi pada saat penawaran transaksi yang diajukan oleh penjual telah diterima dan disetujui oleh pembeli.
3. Kesepakatan yang dibahas pada ayat (2) bisa dilakukan melalui cara: a. Tindakan penerimaan yang menunjukkan persetujuan; atau, b. Tindakan penerimaan dan/atau penggunaan objek oleh pengguna Sistem Elektronik.

Penyelesaian sengketa perdata melalui lembaga peradilan pada dasarnya bertumpu pada adanya *wanprestasi* atau ingkar janji yang dilakukan oleh salah satu pihak. Gugatan demikian lahir dari hubungan hukum kontraktual di antara para pihak serta adanya perbuatan yang menyimpang dari kewajiban yang telah diperjanjikan. Fokusnya tidak semata-mata pada pelanggaran norma, melainkan pada keterkaitan sebab akibat antara tindakan yang dilakukan dengan kerugian yang timbul sebagai konsekuensi dari kesalahan tersebut.

Perlindungan hukum beserta penerapan sanksi diberikan apabila terdapat pihak yang tidak melaksanakan hak dan kewajiban sebagaimana disepakati dalam perjanjian jual beli. Hak tidak hanya bermakna perlindungan atas kepentingan, tetapi juga mencerminkan adanya kehendak yang patut dihormati. Sebagai ilustrasi, seorang penjual *blind box* menawarkan produknya melalui aplikasi Shopee dengan promosi yang menarik, namun tidak menyertakan informasi yang memadai dalam

deskripsi. Apabila setelah transaksi dilakukan dan barang diterima ternyata hadiah utama maupun hadiah alternatif tidak terdapat di dalamnya, maka perbuatan tersebut dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan melawan hukum sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1365 KUHPerdota.

Konsep perbuatan melawan hukum dimaknai secara luas, tidak terbatas pada pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan. Cakupannya meliputi tindakan yang melanggar hak pihak lain, bertentangan dengan kewajiban hukum pelaku, tidak sejalan dengan norma kesusilaan, serta merugikan kepentingan umum. Selain itu, harus terdapat unsur kesalahan, kerugian yang nyata baik materiil maupun immateriil, serta hubungan kausal antara perbuatan tersebut dan kerugian yang terjadi.⁵²

Transaksi jual beli *blind box* antara pelaku usaha dan konsumen pada praktiknya tidak memenuhi standar yang semestinya dipenuhi pada tahap pra-transaksi. Pada fase ini, konsumen tidak memperoleh informasi yang cukup mengenai barang yang akan dibeli karena pelaku usaha tidak menjelaskan isi kotak secara transparan. Keterangan yang diberikan cenderung menimbulkan ambiguitas, sehingga konsumen membeli produk tanpa mengetahui secara pasti isinya, yang pada akhirnya berpotensi menimbulkan kerugian.

Konsumen baru mengetahui isi sebenarnya dari kotak tersebut pada tahap transaksi, yakni ketika barang diterima dan dibuka. Namun demikian, konsumen

⁵² Subkti. 2018. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa, halaman 149.

harus menerima apa pun isi *blind box* tersebut, sebab penjual di *marketplace* umumnya tidak melayani pengembalian barang yang telah dibeli.⁵³

Tanggung jawab pada hakikatnya merupakan kewajiban untuk menanggung akibat dan bersedia menerima tuntutan atas perbuatan yang dilakukan. Dalam perspektif hukum, tanggung jawab dimaknai sebagai kewajiban seseorang untuk melaksanakan apa yang menjadi beban hukumnya. Sidharta mengelompokkan prinsip tanggung jawab ke dalam beberapa kategori, yaitu sebagai berikut:

- a. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan, yang menegaskan bahwa seseorang hanya dapat dimintai pertanggungjawaban apabila terbukti terdapat kesalahan dalam tindakannya. Ketentuan ini tercermin dalam Pasal 1365 KUHPerdara tentang Perbuatan Melawan Hukum, yang mensyaratkan adanya perbuatan, kesalahan, kerugian, serta hubungan sebab akibat. Adapun mengenai beban pembuktian, Pasal 163 HIR, Pasal 283 RBG, dan Pasal 1865 KUHPerdara menentukan bahwa pihak yang mengajukan dalil wajib membuktikan kebenaran dalil tersebut, sehingga beban pembuktian berada pada pihak penggugat.
- b. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab, yaitu asas yang dikenal secara terbatas dalam ranah transaksi konsumen. Prinsip ini menyatakan bahwa pelaku usaha tidak serta-merta dianggap bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen, sehingga dalam kondisi tertentu konsumenlah yang menanggung akibat tersebut.

⁵³ Yool Fernando. (2025). *Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Elektronik Ditinjau dari Pasal 1320 KUH Perdata dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Magister Ilmu Hukum, Universitas Trisakti, halaman 30.

- c. Prinsip praduga selalu bertanggung jawab, yakni asas yang menganggap tergugat bertanggung jawab sampai ia dapat membuktikan bahwa tidak terdapat kesalahan pada dirinya.
- d. Prinsip tanggung jawab tanpa unsur kelalaian (*strict liability*), yaitu asas yang tidak mensyaratkan pembuktian kesalahan sebagai elemen utama, meskipun terdapat pengecualian seperti keadaan memaksa (*force majeure*). Prinsip ini kerap disamakan dengan *absolute liability*, padahal keduanya berbeda karena *absolute liability* tidak mengenal pengecualian apa pun. Dalam konteks perlindungan konsumen, prinsip ini relevan karena konsumen umumnya tidak memiliki kemampuan untuk membuktikan kesalahan dalam proses produksi atau distribusi yang kompleks. Di sisi lain, pelaku usaha dinilai lebih mampu mengantisipasi risiko gugatan serta terdorong untuk lebih berhati-hati dalam memasarkan barang dan/atau jasa.
- e. Prinsip pembatasan tanggung jawab (*limitation of liability*), yaitu asas yang sering dicantumkan pelaku usaha dalam klausula baku untuk membatasi tanggung jawabnya. Penerapan secara sepihak dapat merugikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen melarang pencantuman klausula baku yang merugikan konsumen, termasuk pembatasan tanggung jawab pelaku usaha.

Praktik perdagangan *blind box* pada platform tersebut dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 juncto Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Selain itu, janji mengenai hadiah utama yang belum tentu terdapat di dalam kotak termasuk

perbuatan yang dilarang berdasarkan Pasal 9 ayat (1) huruf g undang-undang yang sama. Dengan demikian, konsumen berhak menuntut pertanggungjawaban pelaku usaha atas kerugian yang dialaminya. Bentuk ganti rugi yang dapat dimohonkan, merujuk pada Pasal 19 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, meliputi pengembalian uang dan/atau penggantian barang yang sejenis atau bernilai setara.

Tuntutan kompensasi yang diajukan konsumen kepada penjual *blind box* di platform Shopee wajib dipenuhi sebagai konsekuensi dari hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 angka 8 juncto Pasal 7 huruf g Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Apabila pelaku usaha menolak atau tidak menanggapi permintaan ganti rugi tersebut, konsumen dapat menempuh upaya hukum melalui lembaga penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan gugatan ke pengadilan yang berwenang di wilayah domisili konsumen, sesuai dengan ketentuan Pasal 23 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.⁵⁴

B. Transaksi Jual Beli *Blind box* (Kotak Misteri) Dalam Kaitannya Dengan Prinsip Keadilan Dan Larangan *Gharar* Atau *Maisir* Dalam Pandangan Fikih Islam

Kotak misteri (*blind box*) merupakan salah satu strategi promosi penjualan yang dilakukan dengan menawarkan sebuah kotak tertutup yang isinya tidak diberitahukan kepada pembeli dan dapat berisi berbagai macam barang. Kondisi tersebut menyebabkan konsumen tidak dapat memperkirakan produk apa yang akan diterimanya. Saat ini, pola pemasaran semacam ini mudah dijumpai di berbagai

⁵⁴ *Ibid.*, halaman 32.

platform *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengertian serta pengaturannya menurut perspektif hukum Islam dan hukum positif di Indonesia.

Meskipun barang tersebut merupakan milik penjual dan memberikan keuntungan, serta akad yang dilakukan memenuhi ketentuan ijab dan kabul walaupun para pihak tidak berada di tempat yang sama, praktik jual beli dengan sistem kotak misteri dalam pandangan hukum Islam dinilai tidak sah karena pembeli tidak mengetahui objek yang dibelinya sehingga mengandung unsur ketidakpastian (*gharar*). Selain itu, dari sudut pandang hukum positif, transaksi ini juga tidak memenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerduta, khususnya mengenai kejelasan objek perjanjian, sehingga keabsahannya dapat dipersoalkan.⁵⁵

Secara etimologis, jual beli diartikan sebagai pertukaran suatu barang dengan barang lainnya. Dalam literatur Arab dikenal istilah *al-ba'i*, *al-mubadalah*, dan *at-tijarah*. Dalam kajian fikih, *al-ba'i* merujuk pada aktivitas menjual, mengganti, atau menukar suatu benda dengan benda lain. Ulama Malikiyah memaknai jual beli sebagai kesepakatan untuk saling menukarkan sesuatu yang bukan berupa manfaat semata. Kesepakatan yang menimbulkan akibat hukum bagi para pihak tersebut disebut sebagai perikatan. Mekanisme pertukaran terjadi ketika salah satu pihak menyerahkan suatu imbalan sebagai pengganti atas barang yang

⁵⁵ Andi Susanto dan Nur Muslimah. (2024). "Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif Terhadap Pembelian Mystery Box di E-Commerce (Shopee)". *AQaduna: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 1, halaman 34.

diberikan oleh pihak lainnya, karena objek yang dipertukarkan memiliki wujud dan fungsi sebagai barang transaksi, bukan sekadar keuntungan yang diharapkan.⁵⁶

Berdasarkan uraian tersebut, jual beli dapat dipahami sebagai suatu perjanjian antara dua pihak untuk saling menukarkan barang yang memiliki nilai dan disepakati secara sukarela. Pihak pertama memperoleh barang yang diinginkan, sedangkan pihak kedua menerima imbalan sesuai kesepakatan yang telah ditentukan dan selaras dengan ketentuan hukum syara'. Dari aspek hukumnya, jual beli harus memenuhi rukun dan syarat tertentu; apabila ketentuan tersebut tidak dipenuhi, maka akad menjadi tidak sah. Dasar hukum mengenai jual beli antara lain tercantum dalam Al-Qur'an, yakni Q.S. Al-Baqarah (2): 275 yang menyatakan:

۞ الَّذِي يَتَذَكَّرُ لَكُمْ ۖ فَرِحَ بِهِ وَالْمَوْلَىٰ ۗ فَمِثْلُ مَا عَمِلْتُمْ ۗ إِنَّكُمْ بِعِندِ رَبِّكُمْ لَأَبْرَارٌ ۚ
 ۞ الَّذِي يَتَذَكَّرُ لَكُمْ ۖ فَرِحَ بِهِ وَالْمَوْلَىٰ ۗ فَمِثْلُ مَا عَمِلْتُمْ ۗ إِنَّكُمْ بِعِندِ رَبِّكُمْ لَأَبْرَارٌ ۚ
 ۞ الَّذِي يَتَذَكَّرُ لَكُمْ ۖ فَرِحَ بِهِ وَالْمَوْلَىٰ ۗ فَمِثْلُ مَا عَمِلْتُمْ ۗ إِنَّكُمْ بِعِندِ رَبِّكُمْ لَأَبْرَارٌ ۚ
 ۞ الَّذِي يَتَذَكَّرُ لَكُمْ ۖ فَرِحَ بِهِ وَالْمَوْلَىٰ ۗ فَمِثْلُ مَا عَمِلْتُمْ ۗ إِنَّكُمْ بِعِندِ رَبِّكُمْ لَأَبْرَارٌ ۚ

Artinya: "Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya

⁵⁶ Amran Suadi. 2023. *Hukum Perikatan (Akad) Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi*

(terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”.

Ayat tersebut mengindikasikan bahwa transaksi jual beli merupakan kegiatan yang telah diizinkan dan diatur oleh syariat. Tuhan juga melarang para hamba-Nya untuk terlibat dalam riba saat melakukan jual beli. Hal ini dikarenakan transaksi jual beli diizinkan untuk membantu manusia dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa kesulitan.

Pelaksanaan akad jual beli mensyaratkan terpenuhinya rukun sebagai unsur pokok sahnya suatu perikatan. Unsur tersebut meliputi adanya para pihak yang berakad (*al-muta‘āqidain*), yakni penjual dan pembeli; adanya pernyataan kehendak dalam bentuk *ṣīghat* melalui ijab dan kabul; adanya objek akad (*ma‘qūd ‘alaih*) berupa barang yang diperjualbelikan; serta adanya alat tukar, umumnya berupa uang, sebagai nilai pengganti.

Mayoritas ulama berpendapat bahwa syarat sah jual beli meliputi beberapa hal berikut:

- a. Para pelaku akad (*Al-Mutaaqidain*), yaitu penjual dan pembeli:
 - 1) Berakal: Pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli harus dalam kondisi berakal, tidak dalam keadaan gila.
 - 2) Pelaku akad mesti dewasa atau baligh. Dalam perspektif Islam, dewasa adalah seseorang yang telah mencapai usia baligh. Seseorang dianggap dewasa saat berusia 15 tahun atau lebih, dan seorang wanita ketika mengalami menstruasi.

- 3) Jual beli menjadi tidak sah jika ada paksaan dari pihak penjual atau pembeli.
- b. *Sighat* (ijab dan kabul). Ijab merupakan pernyataan penawaran dari penjual untuk melepaskan kepemilikan barang, sedangkan kabul adalah pernyataan penerimaan dari pembeli sebagai tanda persetujuan atas transaksi tersebut. Adapun syarat ijab dan kabul meliputi:
- 1) *Lafadz* yang diucapkan oleh penjual dan pembeli harus dapat dipahami dengan jelas agar maksud dan tujuan masing-masing pihak dapat tersampaikan.
 - 2) *Ijab* dan kabul harus sesai agar tidak ada kesalahpahaman dan mencegah pertikaian.
 - 3) Melakukan perjanjian memerlukan sifat rela dan sungguh-sungguh.
- c. *Ma'qud "alaih*, "barang pesanan", Syarat sah jual beli untuk barang pesanan adalah
- 1) Barang pesanan harus tersedia. Barang pesanan tidak boleh menjadi barang tak berwujud, seperti hewan yang masih di dalam kandungan atau buah yang belum tumbuh.
 - 2) Barang juga harus memiliki nilai atau keuntungan.
 - 3) Harus menjadi barang milik seseorang, bukan pinjaman atau curian.
- d. Alat tukar atau uang. Dalam transaksi jual beli, harga harus disepakati secara tegas. Pembayaran dapat dilakukan secara tunai atau ditangguhkan dengan batas waktu yang jelas dan transparan. Apabila menggunakan sistem barter, barang penukar tidak boleh bertentangan dengan ketentuan syariat.

“Dari Abu Hurairah radliyallahu 'anhu, ia menyampaikan: 'Rasulullah SAW melarang transaksi hashah (perdagangan dengan melempar batu) serta juga melarang transaksi *gharar*” (HR. Muslim No.2783).

Salah satu bentuk *gharar* ialah transaksi yang memuat ketidakpastian mengenai objek yang diperdagangkan, baik terkait harga, mutu, jumlah, wujud, maupun keberadaannya. Contoh klasik ialah menjual hewan yang masih dalam kandungan, karena tidak diketahui jenis kelamin, kondisi fisik, atau kesehatannya. Untuk mencegah praktik demikian, para ulama menegaskan bahwa para pihak harus mengetahui secara jelas barang yang diperjualbelikan sebagai syarat sah akad, sebagaimana dijelaskan dalam kitab *Hasyiyah al-Bujairami 'ala al-Khatib*.⁵⁷

Syarat berikutnya adalah kedua belah pihak wajib memahami secara terang mengenai barang yang menjadi objek transaksi, baik dari sisi bentuk, kuantitas, maupun jenisnya. Ketentuan ini dimaksudkan untuk menghindari unsur *gharar*, sejalan dengan hadis Nabi Muhammad SAW yang melarang praktik jual beli yang mengandung ketidakpastian.

Berdasarkan uraian tersebut, praktik penjualan kotak misteri termasuk dalam kategori transaksi yang mengandung *gharar*. Calon pembeli tidak mengetahui secara pasti barang yang akan diterimanya, sehingga terdapat unsur spekulasi yang berpotensi menimbulkan keuntungan atau kerugian. Kondisi ini membuka peluang terjadinya kecurangan karena hanya penjual yang mengetahui isi kotak. Meskipun penjual mencantumkan kategori umum seperti elektronik,

⁵⁷ Essa Prasetyo. (2024). Pengaruh BI Rate, Kurs, Inflasi, dan Jakarta Islamic Index Terhadap Pertumbuhan Sukuk Korporasi 2017-2022 Dengan Pendekatan VECM. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, halaman 30.

pakaian, atau kosmetik, bahkan menyebutkan kemungkinan isi tertentu, transaksi tersebut tetap mengandung *gharar* karena kepastian objek tidak dapat dipastikan oleh pembeli.

Sebagian besar ulama menyatakan bahwa akad yang mengandung *gharar* termasuk akad yang tidak sah dan tidak menimbulkan akibat hukum berupa perpindahan hak milik. Dengan demikian, barang tetap menjadi milik penjual dan uang tetap menjadi hak pembeli. Apabila barang mengalami kerusakan setelah diterima, pembeli berkewajiban mengembalikannya atau mengganti sesuai nilainya. Jika transaksi kotak misteri telah terjadi, pembeli seharusnya mengembalikan barang yang diterima, dan penjual wajib mengembalikan uang yang dibayarkan. Apabila pembeli tetap menghendaki barang tersebut, maka diperlukan akad baru setelah objek diketahui secara jelas, dengan penetapan harga yang sesuai.

Ketidajelasan objek dalam transaksi muamalah dikenal sebagai *gharar*. Secara terminologis, *gharar* berarti adanya ketidakpastian atau keraguan dalam suatu akad. Ketidajelasan ini dapat menyangkut jenis, harga, jumlah, atau karakteristik barang. Islam melarang transaksi yang mengandung *gharar*, sebagaimana ditegaskan dalam hadis riwayat Muslim. *Gharar* mencakup segala bentuk transaksi yang akibatnya tidak pasti. Kotak misteri merupakan contoh transaksi dengan unsur kerahasiaan yang dapat menimbulkan kekecewaan dan ketidakadilan akibat tidak jelasnya isi produk. Ibnu Hazm menjelaskan bahwa *gharar* adalah ketidaktahuan terhadap objek akad. Dalam fikih, *gharar* berkaitan

dengan konsekuensi dari ketidakpastian dalam jual beli. Para fuqaha mengklasifikasikan *gharar* menjadi beberapa jenis:

1. *Gharar Fil Wujud*, yaitu ketidakpastian mengenai keberadaan barang, seperti menjual anak kambing yang belum lahir..
2. *Gharar Fil Hushul*, yaitu ketidakpastian hasil, seperti menjual barang yang masih dalam perjalanan.
3. *Gharar Fil Migdar*, yaitu spekulasi mengenai takaran, yang berarti jual beli ikan dengan cara jaring yang belum jelas ukurannya.
4. *Gharar Fil Jinsi*, mengacu pada perkiraan mengenai jenis barang atau objek, seperti transaksi barang yang jenisnya tidak jelas.
5. *Gharar Fil Shifah*, yaitu spekulasi mengenai sifat, seperti jual beli yang tidak memiliki rincian atau spesifikasi yang jelas.
6. *Gharar fil zaman*, yakni spekulasi mengenai waktu atau masa, seperti transaksi barang yang waktu peralihannya tidak ditentukan dengan jelas.
7. *Gharar Fil Makan*, adalah spekulasi mengenai lokasi, contohnya transaksi jual beli barang yang keberadaannya tidak jelas.
8. *Gharar Fit Ta'yin*, berkaitan dengan penilaian spekulatif barang, seperti transaksi jual beli antara dua pakaian, tanpa memastikan mana yang akan dijual.

Dari klasifikasi tersebut, jual beli kotak misteri termasuk dalam *gharar fil jinsi*, karena terdapat ketidakjelasan mengenai jenis barang yang menjadi objek akad. Pembeli tidak memperoleh informasi pasti tentang isi kotak. Para ulama menilai praktik semacam ini sebagai akad yang mengandung ambiguitas, baik dari

segi kualitas, kuantitas, maupun nilai barang, yang berpotensi membatalkan akad. Dengan demikian, secara fikih muamalah, praktik tersebut mengandung unsur ketidakjelasan pada objek transaksi.⁵⁸

Jual beli *gharar* merupakan transaksi yang memuat ketidakpastian sehingga membuka peluang penipuan, misalnya menjual ikan yang masih berada di kolam atau barang yang tampak baik di luar tetapi cacat di dalam. Transaksi semacam ini dilarang karena objeknya tidak jelas, tidak dapat dipastikan penyerahannya, atau sifatnya tidak diketahui. Unsur spekulatif yang terkandung di dalamnya dapat merugikan salah satu pihak. Ketidakjelasan dapat menyangkut jumlah, harga, maupun waktu pembayaran. Dalam Islam, setiap transaksi yang mengandung ketidakpastian atau unsur taruhan tidak diperbolehkan.

Allah SWT memerintahkan umat-Nya untuk melaksanakan jual beli sesuai ketentuan syariat. Oleh sebab itu, ditetapkan rukun dan syarat guna melindungi kepentingan kedua belah pihak serta mewujudkan kerelaan bersama. Dalam konteks jual beli kotak misteri secara daring, terdapat beberapa ketentuan yang perlu diperhatikan:

1. Pihak yang terlibat dalam akad, agar aktivitas jual beli menjadi sah, Islam mengatur bahwa pihak-pihak yang terlibat haruslah orang yang telah mencapai usia baligh dan memiliki akal sehat. Selain itu, syarat lainnya adalah melakukan transaksi berdasarkan kehendak sendiri tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Dalam konteks Islam, baligh berarti seseorang

⁵⁸ Muhammad Firgi Saleh, dkk. (2024). "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli Mystery Box". *I'tisham: Journal of Islamic Law and Economics*, Vol. 1, No. 4, halaman 67.

dianggap dewasa—dimana perempuan ditandai dengan datangnya haid dan laki-laki melalui pengalaman mimpi basah. Sedangkan syarat berakal mengacu pada keadaan orang yang tidak mengalami gangguan mental. Berdasarkan wawancara peneliti dengan responden, pihak yang melakukan transaksi jual beli adalah individu yang sudah dewasa atau baligh. Konsumen berusia 20 tahun ke atas serta pembeli yang telah dinyatakan dewasa, karena mereka harus melakukan registrasi dalam aplikasi atau toko *online* dengan mencantumkan foto KTP dan alamat email. Dengan demikian, pembeli dapat dianggap telah baligh, berakal sehat, serta bertindak atas kehendak pribadi tanpa adanya paksaan.

2. *Shigat* (Ijab dan Qabul), menurut Ibnu Hibban, keabsahan transisi jual beli ditentukan oleh kesepakatan serta persetujuan antara penjual dan pembeli. Ini berarti kedua belah pihak harus sepakat, saling setuju, serta memiliki kerelaan terhadap produk yang ingin dibeli beserta harga yang ditentukan oleh penjual. Dalam implementasi jual beli kotak misteri di toko *online* (*e-commerce*). namun, ijab dan qabul dianggap sah. Dalam konteks aplikasi belanja *online*, penjual telah menyediakan informasi mengenai harga dan rincian produk yang ditawarkan kepada pembeli atau konsumen. Selanjutnya, pembeli dengan penuh kesadaran dan tanpa adanya paksaan untuk membaca keterangan yang telah disampaikan oleh penjual. Ini menunjukkan bahwa syarat ijab dan qabul telah terpenuhi serta sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Islam.

3. Sarana transaksi (uang), para ulama sepakat bahwa terdapat tiga syarat alat transaksi dalam jual beli, yaitu sebagai berikut:
 - a. Pembayaran akan menjadi utang jika pembeli melunasi barang yang dibeli di waktu yang telah disepakati bersama;
 - b. Pembayaran dapat dilakukan secara langsung pada saat akad berlangsung;
 - c. Apabila transaksi menggunakan barter dengan barang selain uang, maka barang yang dijadikan alat tukar tidak boleh bersifat bertentangan.
4. Barang yang diperdagangkan, syarat mengenai barang yang diperdagangkan adalah sebagai berikut:
 - a. Kepemilikan pribadi, Hadits yang diriwayatkan oleh Abu Dawud menyatakan bahwa Nabi Muhammad saw pernah mengingatkan bahwa transaksi jual beli tidak sah jika barang yang diperjualbelikan bukan merupakan milik pribadi. Hal ini berarti barang tersebut harus menjadi kepemilikan pribadi dan bukan milik orang lain atau barang yang diperoleh secara ilegal.
 - b. Barang yang diperjual belikan bersih, barang yang dikategorikan bersih adalah barang yang sesuai dengan hukum Islam. Barang-barang yang dilarang untuk diperdagangkan mencakup darah, bangkai, daging babi, dan lain-lain. Dalam Q. S Al-Maidah ayat 3, Allah SWT menurunkan wahyu agar manusia tidak mengonsumsi atau membeli barang yang haram. Dalam konteks penelitian jual beli kotak misteri di toko *online*,

setiap produk dikelompokkan seperti fashion, mainan, dan elektronik, sehingga objek yang diperdagangkan memenuhi syarat keabsahan jual beli.

5. Terdapat manfaat, poin ini penting untuk diperhatikan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian agar dapat menilai manfaat dari produk. Penjual juga perlu mempertimbangkan produk sebelum menjual. Apakah produk tersebut memberikan manfaat atau membawa mudharat bagi pembeli dan penjual? Jika produk tersebut tidak memberikan manfaat, maka sama saja dengan membuang-buang kekayaan atau bersikap boros.
6. Fatwa MUI (Sulsel), komisi Fatwa MUI Sulawesi Selatan menerbitkan Fatwa No 1 Tahun 2022 yang melarang penjualan *online* kotak misteri di platform *e-commerce*. "Dalam Islam, hukum jual beli telah ditetapkan dengan tegas, di mana barang yang diperjualbelikan harus jelas, dan tidak ada pihak yang dirugikan. Konsep kotak misteri ini sudah lama ada di Amerika Serikat, tetapi baru diterapkan di Indonesia," terangnya. Berikut adalah beberapa rekomendasi yang dikeluarkan oleh Komisi Fatwa MUI Sulsel:
 - a. Masyarakat diimbau untuk menjauhi transaksi yang mengandung elemen *maisir* (spekulasi), *Gharar* (penipuan), *jahalah* (ketidakjelasan barang), dan *tadlis* (pemalsuan).
 - b. Para pengelola *marketplace* diminta untuk tidak menyediakan platform bagi penjualan kotak misteri

- c. Pemerintah hendaknya melakukan pengawasan terhadap transaksi yang berpotensi merugikan masyarakat.
- d. Barang yang dijual dapat dikenali oleh pembeli

Kotak misteri dalam belanja daring merujuk pada produk yang isinya dirahasiakan dan bergantung pada faktor keberuntungan. Akibatnya, barang yang diterima pembeli dapat saja tidak sesuai harapan atau kebutuhan, meskipun secara umum hanya diketahui berada dalam kategori tertentu. Berdasarkan analisis tersebut, praktik jual beli kotak misteri tidak sejalan dengan ketentuan hukum Islam karena mengandung unsur ketidakjelasan dalam objek transaksi.⁵⁹

C. Perbandingan Antara Pengaturan Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli Kotak Misteri (*Blind Box*) Menurut Hukum Perdata Dan Fikih Islam, Serta Relevansinya Terhadap Perlindungan Konsumen Di *Marketplace Shopee*.

Kotak Misteri pada hakikatnya merupakan pola transaksi jual beli secara daring dengan mekanisme tertentu. Dalam sistem ini, pembeli tidak mengetahui secara pasti isi kotak yang dibelinya, sementara penjual hanya memberikan gambaran umum mengenai kemungkinan barang yang akan diperoleh melalui kolom deskripsi. Penentuan barang yang diterima dilakukan secara acak. Selain itu, penjual umumnya mencantumkan ketentuan bahwa barang yang telah dibeli tidak dapat dikembalikan. Berdasarkan praktik yang berkembang di pasar digital, kotak misteri dapat diklasifikasikan ke dalam dua bentuk, yaitu:

⁵⁹ Muhammad Firgi Saleh, *Op. Cit.*, halaman 68-70

1. Kotak misteri dengan jenis barang yang tidak dapat ditentukan merupakan kategori penjualan yang tidak memberikan kepastian mengenai produk yang akan diterima konsumen. Dalam bentuk ini, pembeli sama sekali tidak mengetahui jenis barang yang menjadi objek transaksi karena penjual tidak menguraikan secara jelas spesifikasi produk yang akan diperoleh. Dengan demikian, terdapat ketidakjelasan terkait jenis barang yang menjadi substansi perjanjian.
2. Kotak misteri dengan jenis barang yang telah ditentukan termasuk kategori di mana penjual menetapkan secara tegas satu jenis produk tertentu dalam deskripsi penawaran. Artinya, pembeli tetap mengetahui klasifikasi barang yang akan diterima meskipun variasi bentuk atau modelnya belum tentu sama. Dalam sistem hukum Indonesia, suatu perjanjian memperoleh kekuatan mengikat apabila memenuhi syarat sah sebagaimana dirumuskan dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPperdata). Ketentuan tersebut mensyaratkan empat unsur pokok sebagai dasar keabsahan perjanjian, yaitu sebagai berikut.⁶⁰
3. Kesepakatan para pihak yang mengikatkan diri merupakan syarat pertama sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 1320 KUHPperdata. Unsur ini menuntut adanya persesuaian kehendak antara para pihak yang membuat perjanjian. Persesuaian tersebut tercermin dari pernyataan kehendak yang saling berhubungan dan menunjukkan adanya titik temu. Pernyataan itu tidak harus

⁶⁰ Ishakimuda Lawrensius Basaro & Adi Sulistiyono. (2024). "Keabsahan Jual Beli Mystery Box Perspektif Pasal 1320 KUH Perdata". Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora, Vol. 1, No. 3, halaman 63.

selalu dinyatakan secara lisan, melainkan dapat pula diwujudkan melalui tindakan nyata yang menggambarkan adanya kehendak untuk terikat.⁶¹

Pada hakikatnya, kesepakatan adalah pertemuan kehendak yang lahir tanpa adanya tekanan, kekhilafan, atau tipu daya. Ketentuan Pasal 1321 KUHPerdata menegaskan bahwa suatu perjanjian tidak memiliki kekuatan hukum apabila dibuat karena kekeliruan, paksaan, atau penipuan. Oleh sebab itu, kebebasan kehendak menjadi unsur mendasar dalam menentukan sah atau tidaknya suatu kontrak.

Dalam praktik transaksi kotak misteri melalui platform *marketplace*, kesepakatan antara pembeli dan penjual dapat dilihat dari tindakan pemesanan serta pembayaran yang dilakukan pembeli, disertai pengisian data identitas dan alamat pengiriman. Dari hubungan tersebut timbul konsekuensi hukum berupa hak dan kewajiban timbal balik. Pihak pembeli berkewajiban membayar harga yang disepakati serta berhak menerima barang, sedangkan penjual berkewajiban menyerahkan barang dan berhak memperoleh pembayaran. Dengan demikian, unsur persetujuan secara formal telah terpenuhi.

1. Kecakapan untuk membuat perikatan merupakan syarat berikutnya yang menuntut para pihak memiliki kemampuan hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 1330 KUHPerdata. Dalam transaksi melalui platform seperti Shopee, sulit dipastikan apakah setiap pengguna telah memenuhi kriteria kecakapan hukum. Kemudahan akses teknologi memungkinkan individu yang belum memenuhi batas usia atau persyaratan hukum tetap dapat

⁶¹ Agus Yudha Hernoko, 2010, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Jakarta: Prenadamedia Group, halaman 162.

melakukan transaksi. Walaupun proses verifikasi akun mensyaratkan identitas diri, hal tersebut belum sepenuhnya menjamin bahwa seluruh pengguna telah cakap secara hukum. Menurut pendapat J. Satrio, perjanjian yang mengandung cacat subjektif tidak otomatis batal demi hukum (*nietig*), melainkan dapat dimintakan pembatalan (*vernietigbaar*) oleh pihak yang berkepentingan. Berdasarkan pandangan tersebut, unsur kecakapan dalam praktik ini secara formal dianggap terpenuhi, meskipun masih menyisakan potensi permasalahan dalam implementasinya.

2. Suatu hal tertentu sebagai objek perjanjian mengandung makna bahwa kontrak harus memiliki objek yang jelas dan dapat ditentukan. Objek tersebut wajib dinyatakan secara spesifik dalam perjanjian, terutama apabila berkaitan dengan penyerahan barang. Ketentuan Pasal 1332 KUHPerdara menyatakan bahwa hanya barang yang dapat diperdagangkan yang dapat menjadi pokok perjanjian Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja menjelaskan bahwa berdasarkan Pasal 1332 sampai dengan Pasal 1334 KUHPerdara, perjanjian harus menunjuk pada objek tertentu, sekurang-kurangnya jenisnya dapat ditentukan. Jumlah barang tidak harus disebutkan secara rinci selama masih dapat dihitung atau ditetapkan kemudian. Dalam konteks kotak misteri, terdapat dua bentuk, yaitu yang jenis barangnya jelas dan yang tidak jelas. Pada kategori kedua, penjual menyatakan bahwa isi produk bersifat acak sehingga pembeli tidak mengetahui jenis barang yang akan diterima. Kondisi tersebut bertentangan dengan Pasal 1333 KUHPerdara yang mewajibkan agar objek perjanjian sekurang-kurangnya

diketahui jenisnya. Karena tidak memenuhi kriteria tersebut, transaksi kotak misteri dengan sistem acak tidak memenuhi unsur objek tertentu sebagai syarat sah perjanjian menurut Pasal 1320 KUHPerdara. Dengan demikian, unsur objek tertentu tidak terpenuhi.

3. Sebab yang halal berkaitan dengan isi perjanjian yang tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, norma kesusilaan, maupun ketertiban umum sebagaimana diatur dalam Pasal 1337 KUHPerdara. Yang dimaksud sebab di sini bukanlah motif pribadi para pihak, melainkan substansi perjanjian itu sendiri. Dalam praktik penjualan kotak misteri, pembeli tidak mengetahui secara pasti barang yang akan diperoleh sehingga mekanismenya menyerupai sistem untung-untungan yang memiliki kemiripan dengan perjudian. Hal ini berpotensi bertentangan dengan Pasal 27 ayat (2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang melarang distribusi atau transmisi konten bermuatan perjudian. Selain itu, dalam praktiknya sering dicantumkan klausula baku yang menutup kemungkinan pengembalian barang dengan alasan apa pun. Ketentuan semacam ini bertentangan dengan Pasal 18 huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang melarang pelaku usaha mencantumkan klausula yang memberikan hak untuk menolak pengembalian barang. Ketidaksesuaian tersebut juga tidak sejalan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa praktik jual beli kotak misteri tidak memenuhi unsur sebab yang halal karena substansinya bertentangan dengan sejumlah ketentuan hukum positif. Di samping itu, Fatwa MUI Sulawesi Selatan Nomor 01 Tahun 2022 menetapkan bahwa praktik jual beli kotak misteri tidak dibenarkan menurut hukum Islam. Oleh karena itu, unsur sebab yang sah tidak terpenuhi.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa perjanjian pembelian kotak misteri secara daring tidak memenuhi persyaratan sah sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara karena tidak terpenuhinya dua syarat objektif, yaitu adanya objek tertentu dan sebab yang halal. Akibatnya, perjanjian tersebut batal demi hukum dan dianggap tidak pernah ada. Transaksi kotak misteri juga tidak sesuai dengan ketentuan Pasal 1333 dan Pasal 1337 KUHPerdara. Selain itu, hingga saat ini belum terdapat mekanisme yang mampu menjamin secara transparan bahwa hadiah utama benar-benar diberikan kepada konsumen.⁶²

Menurut fikih Islam, etika bisnis memiliki dua pengertian utama. Pertama, etika dipahami sebagai seperangkat nilai dan norma yang menjadi pedoman perilaku manusia. Kedua, etika dipandang sebagai refleksi rasional dan kritis yang membimbing individu bertindak secara mandiri namun tetap bertanggung jawab. Straub, sebagaimana dikutip oleh Veithzal Rivai dan Andi Bukhari, mendefinisikan bisnis sebagai lembaga yang melakukan kegiatan produksi dan distribusi barang atau jasa guna memperoleh keuntungan. Integrasi etika dalam kegiatan usaha

⁶² Ishakimuda Lawrensus Basaro dan Adi Sulistyono, *Op. Cit.*, halaman 64-65.

berarti menerapkan prinsip agama dalam praktik bisnis, menyusun kode etik profesi, memperbarui sistem ekonomi, serta membangun tanggung jawab sosial. Bisnis yang beretika berlandaskan pada pemenuhan kontrak sosial yang mengikat para pelaku usaha.

Etika bisnis juga mengatur aspek kepemilikan, pengelolaan, dan distribusi sumber daya. Dalam kerangka syariah, praktik monopoli, eksploitasi, dan diskriminasi ditolak karena bertentangan dengan prinsip keadilan. Sistem ini menekankan keseimbangan antara hak dan kewajiban serta mendorong terciptanya persaingan usaha yang sehat.

Yusuf Qardhawi menjelaskan bahwa aktivitas perdagangan dalam Islam harus tunduk pada norma yang melarang transaksi atas barang haram, menuntut kejujuran, menegakkan keadilan, menolak *ribā*, serta menghindari praktik monopoli. Prinsip tersebut juga mencakup keterbukaan terhadap kualitas barang, larangan sumpah palsu, penghindaran persaingan curang, serta kewajiban menunaikan zakat setelah mencapai *niṣāb* dan *ḥaul*. Perlindungan konsumen dalam platform seperti Shopee harus diwujudkan melalui kepastian hukum yang menjamin hak-hak pengguna. Upaya perlindungan tersebut mencakup langkah preventif maupun represif guna menciptakan rasa aman dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat.

Regulasi perlindungan konsumen diarahkan pada pembentukan sistem yang menjamin transparansi informasi dan kepastian hukum, meningkatkan mutu produk, serta mencegah praktik usaha yang menyesatkan. Dalam hukum perlindungan konsumen, prinsip tanggung jawab memegang peranan penting,

terutama ketika terjadi pelanggaran hak konsumen. Penentuan subjek yang bertanggung jawab beserta batasannya menjadi aspek krusial dalam penegakan hukum.

Perdagangan jarak jauh berbasis internet memunculkan persoalan baru terkait perlindungan konsumen karena pembeli tidak dapat memeriksa barang secara langsung. Keterbatasan ini berpotensi menimbulkan kerugian apabila informasi produk tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya. Dalam keadaan demikian, pelaku usaha berkewajiban menanggung kerugian yang timbul akibat kesengajaan maupun kelalaiannya.⁶³

Pasal 45 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik menegaskan bahwa transaksi elektronik menimbulkan akibat hukum bagi para pihak. Selanjutnya, Pasal 45 ayat (2) mengatur bahwa pelaksanaannya harus berlandaskan *itikad baik*, kehati-hatian, transparansi, akuntabilitas, dan kewajaran sebagai prinsip fundamental dalam transaksi elektronik.⁶⁴

⁶³ Trisnorhadis. (2025). "Perlindungan Konsumen Atas Transaksi Jual Beli Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Deskripsi Pada Marketplace Shopee". Jurnal Media Hukum, Vol. 13, No. 1, halaman 22–23.

⁶⁴ *Ibid.*

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Konsep tanggung jawab hukum pelaku usaha dalam transaksi jual beli *blind box* tetap melekat meskipun dilakukan secara elektronik. Praktik ini berpotensi tidak memenuhi syarat sah perjanjian Pasal 1320 KUHPerdara, khususnya mengenai kejelasan objek. Apabila menimbulkan kerugian, pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban berdasarkan UU Perlindungan Konsumen. Klausula baku yang membatasi atau menghapus tanggung jawab dinyatakan batal demi hukum.
2. Transaksi jual beli *blind box* dalam fikih Islam bertentangan dengan prinsip keadilan karena mengandung unsur *gharar* dan *maisir* akibat ketidakjelasan objek. Ketidakpastian dan spekulasi tersebut tidak sejalan dengan prinsip kejujuran dan keterbukaan dalam muamalah. Oleh karena itu, praktik *blind box* dinilai tidak memenuhi rukun dan syarat sah akad jual beli serta berpotensi merugikan konsumen.
3. Perbandingan Perbandingan hukum perdata dan fikih Islam dalam transaksi *blind box* menunjukkan perbedaan pendekatan dengan tujuan yang sama, yakni perlindungan konsumen. Hukum perdata menekankan ganti rugi setelah kerugian terjadi, sedangkan fikih Islam mengedepankan pencegahan melalui larangan *gharar* dan *maisir*. Keduanya saling melengkapi dalam mendorong transparansi, keadilan transaksi, dan tanggung jawab pelaku usaha di *marketplace shopee*.

B. Saran

1. Sebaiknya pelaku usaha memberikan informasi yang jujur, jelas, dan transparan mengenai produk *blind box* serta tidak mencantumkan klausula yang membatasi tanggung jawab agar tercipta kepastian dan perlindungan hukum bagi konsumen.
2. Semestinya masyarakat muslim diharapkan menghindari transaksi *blind box* dan memilih bentuk jual beli yang objek, harga, dan manfaatnya jelas serta sesuai dengan prinsip keadilan dan syariat Islam.
3. Seharusnya *marketplace* dan pemerintah perlu memperketat pengawasan serta pengaturan terhadap praktik penjualan *blind box* guna menjamin perlindungan konsumen dan mencegah terjadinya transaksi yang merugikan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Agus Yudha Hernoko, 2010. *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ahmad Syaichoni. 2023. *Fikih Muamalah: Konsep Dasar Transaksi Bisnis Islam*. Yogyakarta: CV. Bintang Semesta Media.
- Amran Suadi. 2023. *Hukum Perikatan (Akad) Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Anak Agung Sagung Ngurah Indradewi. 2020. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bali: Udayana University Press.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Eka N.A.M Sihombing. 2022. *Penelitian Hukum*. Malang: Setara Press.
- Faisal, dkk, 2023, *Pedoman Penulisan Penyelesaian Tugas Akhir Mahasiswa*. Medan: CV. Pustaka Prima.
- Farid Wajdi dan Diana Susanti. 2023. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Malang: Setara Press.
- Farid Wajdi dan Muhammad Yusrizal. 2024. *Hukum Kontrak dan Teknik Pembuatan Kontrak*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Farid Wajdi dan Suhrawardi K. Lubis. 2020. *Hukum Ekonomi Islam*. Edisi Revisi. Jakarta: Sinar Grafika.
- Farid Wajdi. 2019. *Jaminan Produk Halal Di Indonesia Urgensi Sertifikasi dan Labelisasi Halal*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Farid Wajdi. 2019. *Jaminan Produk Halal Di Indonesia Urgensi Sertifikasi dan Labelisasi Halal*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Holilur Rohman. 2020. *Hukum Jual Beli Online*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Mardani, 2014, *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nur Rahmah Amini. 2011. *Buku Sederhana Memahami Fiqh Muamalah*. Medan: Ratu Jaya.
- Ramlan, dkk, 2023, *Metode Penelitian Hukum*, Medan: UMSU Press.
- Salim H.S. 2011. *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*. Jakarta: Sinar Grafika.

Subagyo. 2010. *Buku Sederhana Memahami Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen*. Surabaya: Perpustakaan Unissula.

Subekti. 2018. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa.

Yessy Kusumadewi dan Grace Sharon. 2022. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah.

B. Artikel, Majalah dan Jurnal Ilmiah

Ahmad Hafidz Nashrudin, dkk. “Blind box Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Analisis Konsep Gharar, Maysir, Dan Etika Perdagangan Digital”. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, Vol. 4, No. 4 Oktober 2025.

Alfi Rochmi, dkk. “Memahami Konsep Transaksi Jual Beli Online Sesuai Hukum Islam”. *Aainul Haq: Jurnal Hukum Keluarga Islam*, Vol. 1 No. 1 Juni 2021.

Andi Susanto dan Nur Muslimah. “Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif Terhadap Pembelian Mystery Box di E-commerce (Shopee)”. *AQaduna: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 1 Februari 2024.

Asrin Pramita Hasanuddin, dkk. “Analisis Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen dalam Jual Beli Motor Bekas Menurut Hukum Perdata”. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, Vol. 4, No. 9 Februari 2025.

Dela Meilany, dkk. “Analisis Yuridis Terhadap Pelanggaran Syarat Objektif dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata”. *Letterlijk: Jurnal Hukum Perdata*, Vol. 1, No. 2 Desember 2024.

Dwi Aryanti Ramadhani. “Wanprestasi dan Akibat Hukumnya”. *Jurnal Yuridis*, Vol. 15, No. 17 Juni 2012.

Efa Rodiah Nur. “Riba dan Gharar: Suatu Tinjauan Hukum dan Etika dalam Transaksi Bisnis Modern”. *Al-'Adalah*, Vol. 12, No. 3 Juni 2015.

Essa Prasetyo. “Pengaruh BI Rate, Kurs, Inflasi, dan Jakarta Islamic Index Terhadap Pertumbuhan Sukuk Korporasi 2017-2022 Dengan Pendekatan VECM”. *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, Agustus 2024.

Ika Nurfitriani dan Khairan. “Analisis Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Affiliate Marketing dalam Industri E-commerce”. *Realita: Jurnal Penelitian dan Kebudayaan Islam*, Vol. 23, No. 2 November 2024.

Ishakimuda Lawrensus Basaro & Adi Sulistiyono. “Keabsahan Jual Beli Mystery Box Perspektif Pasal 1320 KUH Perdata”. *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora*, Vol. 1, No. 3 Mei 2024.

- Ishakimuda Lawrensius Basaro dan Adi Sulistiyono. "Keabsahan Jual Beli Mystery Box Perspektif Pasal 1320 KUH Perdata". *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora*, Vol. 1, No. 3 Mei 2024.
- Jetmiko Setiawan, dkk. "Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha atas Produk Cacat Tersembunyi". *The Juris: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 9, No. 1 Juni 2025.
- Martquery Herman Lewar, dkk. "Tinjauan Hukum Terhadap Transaksi Jual Beli Mystery Box di Online Shop". *Lex Administratum: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 11, No. 3 Mei 2023.
- Maulana, Kerenina Sunny Halim, dkk. "Perlindungan Konsumen pada Transaksi Perdagangan Elektronik (E-commerce)". *Jurnal Hukum Legalita*, Vol. 5 No. 1 Juli 2023.
- Miftahul Jannah. *Transaksi Jual Beli Mystery Box Pada Situs Shopee Ditinjau Dalam Perspektif Ba'i Salam*. Skripsi, Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Juni 2020.
- Muhammad Fikar, dkk. "Studi Komparatif Hukum Islam dan Hukum Positif Terhadap Praktik Transaksi Jual Beli Dropship Pada E-commerce". *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab*, Vol. 4 No. 2 Mei 2023.
- Muhammad Firgi Saleh, dkk. "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli Mystery Box". *I'tisham: Journal of Islamic Law and Economics*, Vol. 1, No. 4 Januari 2024.
- Muthia Putri Ramadhani Arasy Hasan, dkk. "Jual Beli Online dan Metode Pembayaran Digital dalam Perspektif Fikih Muamalah: Tinjauan dengan Kaidah Fiqhiyyah". *Syariah: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 2, No. 4 Juli 2025.
- Nafa Amelsi Triantika, dkk. "Tinjauan Hukum Tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui E-commerce Menurut Pasal 1320 KUHPerdata". *Ensiklopedia Social Review*, Vol. 2, No. 2 Juni 2020.
- Ni Luh Gede Mella Septiari dan Ni Made Puspautari Ujjanti. "Kekuatan Hukum Perjanjian Elektronik dalam Perspektif KUH Perdata dan UU ITE". *Indonesian Journal of Law and Justice*, Vol. 2, No. 4 Juni 2025.
- Rahman Subha Suruji, dkk. "Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Online (Suatu Kajian UUPK, Etika Bisnis Islam dan Hukum Islam)". *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 5 No. 2 Oktober 2020.
- Rizka Syafriana. "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik". *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 1, No. 2 Juli 2016.

Rudi Hartono I, dkk. "Etika Bisnis Islami dalam Perspektif Fiqih Muamalah Antara Hukum, Moral, dan Spiritualitas". *Moral: Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, Vol. 2, No. 2 Juni 2025.

Suwari Akhmaddhian dan Asri Agustiwi. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik di Indonesia". *Jurnal Unifikasi: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 3, No. 2 Juli 2016.

Syifa Fauzia. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Jual Beli Mystery Box di E-commerce Tokopedia dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Perdata Indonesia". Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Juli 2025.

Trisnorhadis. "Perlindungan Konsumen Atas Transaksi Jual Beli Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Deskripsi Pada Marketplace Shopee". *Jurnal Media Hukum*, Vol. 13, No. 1 Maret 2025.

Yool Fernando. Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Elektronik Ditinjau dari Pasal 1320 KUH Perdata dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Magister Ilmu Hukum, Universitas Trisakti, Juli 2025.

Yumi Yulfira, dkk. "Perlindungan Hak Konsumen dalam Pemikiran Ibn Taymiyyah: Analisis Era E-commerce". *Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 2 Oktober 2024.

C. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

D. Internet

Kompasiana, "Pembelian Blind box Dalam Perspektif Syariah". Melalui URL :<https://www.kompasiana.com/trivani07229/684cec2634777c63c3340883>. Diakses tanggal 12 Agustus 2025 pukul 11.00 WIB.

Databoks Katadata "Jumlah Pengguna Aplikasi Shopee Di Indonesia". Melalui URL: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi/telekomunikasi/statistik/1fa6f15645c8fb>. Diakses pada tanggal 13 Agustus 2025 pukul 10.00 WIB.