

## ANALISIS UNSUR GHARAR DALAM JUAL BELI PADA FENOMENA MYSTERY BOX DI MARKETPLACE

Muh Arief Budiman<sup>1</sup>, Muhammad Sauqi<sup>2</sup>, Mutia Zahra<sup>3</sup>, Nadia Fitri<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Institut Agama Islam Darussalam Martapura, Kalimantan Selatan, Indonesia .

[Email Korespondensi: muhammadsauqi@iaidarussalam.ac.id](mailto:muhammadsauqi@iaidarussalam.ac.id)

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam sistem perdagangan global, termasuk munculnya berbagai model transaksi baru dalam platform marketplace. Salah satu fenomena yang berkembang adalah praktik penjualan *mystery box*, yaitu produk yang dijual dalam bentuk kotak tertutup dengan isi yang tidak diketahui secara pasti oleh pembeli. Konsep ini menawarkan unsur kejutan yang menarik minat konsumen, tetapi juga menimbulkan pertanyaan mengenai kesesuaiannya dengan prinsip hukum ekonomi syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik *mystery box* dalam perspektif fiqh muamalah, khususnya terkait unsur ketidakjelasan (*gharar*) dalam akad jual beli. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan yang bersumber dari buku fiqh muamalah, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *mystery box* memiliki potensi kuat mengandung unsur *gharar* karena objek jual beli tidak diketahui secara jelas oleh pembeli. Selain itu, mekanisme transaksi tersebut juga berpotensi mengandung unsur *maisir* dan *tadlis*. Oleh karena itu, praktik *mystery box* dalam marketplace perlu dikaji secara kritis agar tidak bertentangan dengan prinsip keadilan dan transparansi yang menjadi dasar dalam transaksi ekonomi Islam.

**Kata Kunci:** *ekonomi syari'ah, fiqh muamalah, gharar, marketplace, mystery box.*

---

### ABSTRACT

The development of digital technology has driven major transformations in the global trading system, including the emergence of various new transaction models within marketplace platforms. One phenomenon that has grown rapidly is the practice of selling mystery boxes, which are products sold in closed boxes whose contents are not clearly known by the buyer. This concept offers an element of surprise that attracts consumers' interest, but it also raises questions regarding its compliance with the principles of Islamic economic law. This study aims to analyze the practice of mystery boxes from the perspective of *fiqh muamalah*, particularly in relation to the element of uncertainty (*gharar*) in sale and purchase contracts. This research uses a qualitative method with a library research approach based on sources from books of *fiqh muamalah*, scientific journals, and relevant previous studies. The results of the study indicate that the practice of mystery boxes has a strong potential to contain elements of *gharar* because the object of sale is not clearly known to the buyer. In addition, the transaction mechanism also has the potential to involve elements of *maisir* and *tadlis*. Therefore, the practice of mystery boxes in marketplaces needs to be critically examined so that it does not contradict the principles of justice and transparency that form the foundation of transactions in Islamic economics.

**Keywords:** *islamic economics, fiqh muamalah, gharar, markettplace, mystert box.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi dan perdagangan. Kemajuan teknologi informasi memungkinkan masyarakat melakukan aktivitas ekonomi secara lebih efisien melalui berbagai platform digital, khususnya dalam bentuk perdagangan elektronik atau *electronic commerce* (e-commerce)(Turban 2015). Melalui sistem ini, masyarakat dapat melakukan transaksi jual beli tanpa harus bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli.

Marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan berbagai platform e-commerce lainnya menjadi sarana utama dalam aktivitas perdagangan digital saat ini. Keberadaan marketplace tidak hanya mempermudah proses transaksi, tetapi juga membuka peluang bagi para pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas(Schneider 2017). Dalam konteks ini, berbagai strategi pemasaran baru muncul untuk menarik minat konsumen dalam persaingan pasar yang semakin ketat.

Salah satu fenomena yang berkembang dalam praktik perdagangan digital adalah penjualan produk dengan konsep *mystery box*. Mystery box merupakan produk yang dijual dalam bentuk paket tertutup yang berisi barang dengan jenis, kualitas, atau nilai yang tidak diketahui secara pasti oleh pembeli sebelum transaksi dilakukan(Lubis 2024). Penjual biasanya hanya memberikan informasi umum mengenai kemungkinan isi produk tersebut tanpa menjelaskan secara detail barang yang akan diterima oleh konsumen.

Konsep *mystery box* memanfaatkan unsur kejutan sebagai daya tarik utama dalam proses pemasaran. Konsumen tertarik membeli produk tersebut karena adanya kemungkinan memperoleh barang dengan nilai yang lebih tinggi dari harga yang dibayarkan. Dalam beberapa kasus, penjual bahkan mencantumkan kemungkinan hadiah bernilai tinggi seperti smartphone, perangkat elektronik, atau barang bermerek untuk meningkatkan minat pembeli(Nugroho 2022).

Namun demikian, fenomena *mystery box* juga menimbulkan berbagai persoalan, khususnya dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Dalam Islam, setiap transaksi ekonomi harus didasarkan pada prinsip keadilan, transparansi, dan kerelaan antara kedua belah pihak. Oleh karena itu, objek transaksi harus diketahui secara jelas agar tidak menimbulkan ketidakpastian yang dapat merugikan salah satu pihak.

Dalam fiqh muamalah, ketidakjelasan dalam transaksi dikenal dengan istilah *gharar*. Gharar merujuk pada kondisi di mana terdapat ketidak pastian atau ketidakjelasan dalam akad yang dapat menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak yang bertransaksi. Rasulullah SAW secara tegas melarang praktik jual beli yang mengandung unsur *gharar* karena dapat menimbulkan ketidakadilan dalam aktivitas ekonomi.

Dalam praktik *mystery box*, pembeli melakukan transaksi tanpa mengetahui secara pasti barang yang akan diterima. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai apakah praktik tersebut dapat dikategorikan sebagai transaksi yang mengandung *gharar* dan apakah praktik tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Oleh karena itu, penelitian mengenai fenomena *mystery box* dalam perspektif hukum ekonomi syariah menjadi penting untuk dilakukan. Kajian ini diharapkan dapat memberikan

pemahaman yang lebih komprehensif mengenai praktik *mystery box* serta implikasinya terhadap prinsip-prinsip transaksi dalam Islam.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam melalui analisis terhadap berbagai sumber data yang relevan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berusaha memahami suatu fenomena berdasarkan perspektif teoritis yang diperoleh dari literatur ilmiah (Lexy and Moleong 2017).

Pendekatan studi kepustakaan digunakan karena penelitian ini berfokus pada analisis konsep dan teori yang berkaitan dengan praktik *mystery box* dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Oleh karena itu, data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari berbagai literatur seperti buku fiqh muamalah, jurnal ilmiah, artikel akademik, serta penelitian terdahulu yang membahas transaksi digital dan konsep *gharar* dalam Islam.

Pendekatan ini dipilih karena fenomena *mystery box* merupakan fenomena kontemporer yang memerlukan analisis normatif berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam. Dengan menggunakan pendekatan kepustakaan, peneliti dapat mengkaji konsep *gharar* secara teoritis serta membandingkannya dengan praktik *mystery box* yang terjadi dalam marketplace.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan normatif dalam hukum ekonomi syariah. Pendekatan normatif bertujuan untuk menganalisis suatu fenomena berdasarkan norma atau ketentuan hukum yang berlaku dalam syariat Islam (Ibrahim 2006). Melalui pendekatan ini, praktik *mystery box* dapat dianalisis berdasarkan prinsip-prinsip fiqh muamalah yang berkaitan dengan kejelasan objek transaksi, larangan *gharar*, serta prinsip keadilan dalam perdagangan.

Dalam penelitian ini, data yang digunakan bersumber dari data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari berbagai literatur yang telah dipublikasikan sebelumnya, seperti buku, jurnal ilmiah, dan artikel akademik (Sugiyono 2019).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Fenomena *Mystery Box* di Marketplace

Perkembangan perdagangan digital melalui marketplace telah melahirkan berbagai model pemasaran yang inovatif. Salah satu model pemasaran yang cukup populer dalam beberapa tahun terakhir adalah penjualan produk dengan konsep *mystery box*. *Mystery box* merupakan produk yang dijual dalam bentuk paket tertutup dengan isi yang tidak diketahui secara pasti oleh pembeli sebelum transaksi dilakukan (Schneider 2017).

Dalam praktiknya, penjual biasanya menawarkan *mystery box* dengan harga tertentu serta memberikan informasi umum mengenai kemungkinan barang yang dapat diperoleh. Informasi tersebut sering kali hanya berupa kategori barang atau kemungkinan hadiah yang dapat diperoleh oleh pembeli. Misalnya, penjual mencantumkan kemungkinan hadiah berupa

aksesoris elektronik, barang koleksi, atau bahkan gadget dengan nilai yang relatif tinggi (Nugroho and Astuti 2022)

Fenomena mystery box berkembang pesat karena dianggap memberikan pengalaman berbelanja yang unik bagi konsumen. Unsur kejutan yang ditawarkan dalam konsep ini membuat konsumen merasa tertarik untuk membeli produk tersebut. Dalam banyak kasus, pembeli berharap memperoleh barang yang memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang dibayarkan.

Namun demikian, praktik mystery box juga menimbulkan berbagai kritik. Hal ini disebabkan karena dalam banyak kasus isi dari mystery box tidak sesuai dengan ekspektasi pembeli. Barang yang diperoleh sering kali memiliki nilai yang jauh lebih rendah dibandingkan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Kondisi ini menimbulkan potensi kerugian bagi pembeli dan memunculkan pertanyaan mengenai keadilan dalam transaksi tersebut.

Selain itu, praktik mystery box juga menimbulkan persoalan dari perspektif hukum ekonomi syariah. Hal ini berkaitan dengan ketidakjelasan objek transaksi yang menjadi salah satu unsur penting dalam akad jual beli menurut fiqh muamalah.

### **Mekanisme Transaksi Mystery Box dalam Marketplace**

Dalam praktik perdagangan digital, mekanisme transaksi mystery box pada umumnya dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahapan pertama adalah penawaran produk oleh penjual melalui platform marketplace. Pada tahap ini, penjual biasanya menampilkan gambar kotak atau ilustrasi produk tanpa memperlihatkan isi sebenarnya dari paket tersebut.

Tahap kedua adalah proses pembelian oleh konsumen. Pembeli memilih produk mystery box yang ditawarkan dan melakukan pembayaran melalui sistem pembayaran

yang tersedia dalam marketplace. Setelah pembayaran selesai dilakukan, penjual kemudian mengirimkan paket kepada pembeli.

Tahap terakhir adalah proses pembukaan paket oleh pembeli untuk mengetahui isi sebenarnya dari mystery box tersebut. Dalam banyak kasus, isi paket baru diketahui setelah pembeli menerima barang tersebut.

Mekanisme ini menunjukkan bahwa pembeli melakukan transaksi tanpa mengetahui secara pasti barang yang akan diterima. Kondisi ini menimbulkan unsur ketidakpastian dalam transaksi yang dapat dianalisis lebih lanjut dalam perspektif fiqh muamalah.

### **Contoh Kasus Praktik Mystery Box di Marketplace Tiktok**

Salah satu platform digital yang turut mempopulerkan praktik mystery box adalah TikTok melalui fitur *TikTok Shop* dan siaran langsung (*live streaming*). Dalam praktiknya, banyak penjual menawarkan mystery box melalui sesi *live* dengan cara mempromosikan kotak berisi barang yang tidak diketahui secara pasti oleh pembeli. Penjual biasanya menampilkan sejumlah kemungkinan barang yang dapat diperoleh oleh konsumen, seperti aksesoris elektronik, peralatan rumah tangga kecil, atau barang koleksi tertentu.

Dalam beberapa kasus yang sering ditemukan pada sesi *live selling*, penjual menawarkan mystery box dengan harga relatif murah, misalnya antara Rp10.000 hingga Rp50.000. Penjual kemudian menjelaskan bahwa di dalam kotak tersebut terdapat berbagai

kemungkinan barang, mulai dari barang bernilai rendah hingga barang yang memiliki nilai lebih tinggi seperti *earphone*, jam tangan, atau aksesoris gadget. Strategi ini digunakan untuk menarik minat pembeli dengan menonjolkan kemungkinan memperoleh barang bernilai tinggi meskipun peluangnya relatif kecil.

Fenomena ini semakin populer karena interaksi langsung antara penjual dan pembeli dalam sesi siaran langsung dapat meningkatkan rasa penasaran konsumen. Pembeli sering kali terdorong untuk melakukan pembelian secara spontan karena pengaruh promosi yang dilakukan oleh penjual selama siaran berlangsung. Selain itu, penjual juga sering memanfaatkan strategi pemasaran seperti penghitung waktu (*countdown*) atau jumlah stok terbatas untuk mendorong konsumen agar segera melakukan transaksi.

Namun demikian, praktik *mystery box* di TikTok juga menimbulkan berbagai kritik dari konsumen. Banyak pembeli yang melaporkan bahwa barang yang mereka terima memiliki nilai yang jauh lebih rendah dibandingkan harga yang dibayarkan. Dalam beberapa kasus, isi *mystery box* hanya berupa barang sederhana seperti gantungan kunci, kabel charger murah, atau aksesoris kecil yang tidak sebanding dengan ekspektasi pembeli.

Dari perspektif hukum ekonomi syariah, praktik tersebut dapat dianalisis sebagai transaksi yang berpotensi mengandung unsur *gharar*. Hal ini disebabkan karena pembeli tidak mengetahui secara pasti barang yang akan diterima sebelum melakukan pembayaran. Ketidakjelasan tersebut dapat menimbulkan ketidakseimbangan informasi antara penjual dan pembeli sehingga berpotensi merugikan salah satu pihak.

Selain itu, mekanisme *mystery box* yang memanfaatkan unsur kejutan juga memiliki kemiripan dengan praktik spekulasi. Pembeli membeli produk dengan harapan memperoleh barang bernilai tinggi, namun hasil yang diperoleh sangat bergantung pada keberuntungan. Dalam konteks ini, praktik *mystery box* dapat dianalisis memiliki kemiripan dengan unsur *maisir* karena adanya unsur spekulasi dalam transaksi tersebut. Meskipun demikian, beberapa penjual berusaha mengurangi unsur ketidakjelasan dengan memberikan informasi tambahan mengenai isi *mystery box*, misalnya dengan mencantumkan daftar kemungkinan barang atau menjamin nilai minimum produk yang akan diterima oleh pembeli. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan transparansi dalam transaksi sehingga dapat mengurangi potensi *gharar*.

Berdasarkan contoh kasus tersebut, dapat disimpulkan bahwa praktik *mystery box* di platform digital seperti TikTok merupakan fenomena yang kompleks. Di satu sisi, praktik ini dianggap sebagai strategi pemasaran yang kreatif dalam perdagangan digital. Namun di sisi lain, praktik tersebut juga menimbulkan persoalan dalam perspektif hukum ekonomi syariah karena adanya unsur ketidakjelasan dan spekulasi dalam transaksi.

Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai batasan-batasan transaksi yang diperbolehkan dalam Islam agar praktik perdagangan digital tetap sesuai dengan prinsip keadilan, transparansi, dan kemaslahatan.

### **Analisis Unsur Gharar dalam Praktik Mystery Box**

Dalam perspektif hukum ekonomi Islam, salah satu prinsip penting dalam transaksi jual beli adalah kejelasan objek akad. Objek barang yang diperjualbelikan harus diketahui secara jelas oleh kedua belah pihak agar tidak menimbulkan perselisihan di kemudian hari (Az-Zuhaili, n.d.).

Jika dianalisis berdasarkan konsep fiqh muamalah, praktik mystery box memiliki potensi mengandung unsur gharar karena adanya ketidakjelasan mengenai objek barang yang diperjualbelikan.

#### ***Ketidakjelasan Jenis Barang***

Dalam transaksi mystery box, pembeli tidak mengetahui secara pasti jenis barang yang akan diterima sebelum transaksi dilakukan. Penjual hanya memberikan informasi umum mengenai kemungkinan isi paket tanpa memberikan kepastian mengenai barang yang akan diperoleh oleh pembeli.

Ketidakjelasan ini dapat dikategorikan sebagai gharar karena objek transaksi tidak diketahui secara jelas oleh pembeli.

#### ***Ketidakjelasan Nilai Barang***

Selain ketidakjelasan jenis barang, mystery box juga mengandung ketidakjelasan mengenai nilai barang yang akan diterima. Dalam beberapa kasus, nilai barang yang diperoleh pembeli jauh lebih rendah dibandingkan harga yang dibayarkan.

Hal ini dapat menimbulkan ketidakseimbangan dalam transaksi dan berpotensi merugikan salah satu pihak.

#### ***Ketidakjelasan Hasil Transaksi***

Mystery box juga mengandung unsur ketidakpastian mengenai hasil transaksi. Pembeli membeli produk dengan harapan memperoleh barang bernilai tinggi, namun hasilnya sangat bergantung pada keberuntungan. Dalam fiqh muamalah, kondisi seperti ini dapat dikategorikan sebagai gharar karena terdapat ketidakpastian yang signifikan dalam transaksi.

Selain memiliki unsur gharar, mystery box juga bisa dianalisis berdasarkan prinsip transparansi atau al-bayan dalam fiqh muamalah. Dalam Islam, setiap pembelian atau penjualan harus didasari dengan informasi yang jelas mengenai barang atau jasa yang diperdagangkan, agar tidak menyebabkan kerugian bagi salah satu pihak. Ketidakjelasan informasi yang disengaja oleh penjual bisa menyebabkan tindakan *tadlis*, yaitu menyembunyikan informasi penting tentang barang tersebut (Rohima et al. 2021).

Rasulullah SAW melarang orang melakukan penipuan dalam bertransaksi, seperti yang terdapat dalam hadits: "Barang siapa yang menipu, maka ia bukan dari golongan kami." (HR. Muslim).

Hadits tersebut menunjukkan bahwa jujur adalah prinsip penting dalam kegiatan ekonomi Islam. Oleh karena itu, cara penjualan mystery box yang tidak memberi informasi jelas tentang apa yang didapat berpotensi melanggar prinsip jujur dan transparan dalam bertransaksi.

Menurut Wahbah az-Zuhaili, jelasnya objek yang diperjualbelikan adalah syarat penting agar transaksi sah dan menghindari masalah perselisihan (Fauzi, 2022).

#### **Potensi Unsur Maisir dalam Transaksi Mystery Box**

Selain gharar, praktik mystery box juga memiliki potensi mengandung unsur *maisir*. Maisir merupakan praktik spekulasi atau perjudian di mana seseorang memperoleh keuntungan berdasarkan faktor keberuntungan semata (Ayub 2007).

Dalam mekanisme mystery box, pembeli membeli produk dengan harapan

memperoleh barang bernilai tinggi secara acak. Hal ini menunjukkan bahwa transaksi tersebut memiliki kemiripan dengan mekanisme perjudian karena hasil yang diperoleh sangat bergantung pada keberuntungan.

Jika pembeli memperoleh barang bernilai tinggi, maka ia mendapatkan keuntungan. Sebaliknya, jika barang yang diperoleh memiliki nilai rendah, maka pembeli mengalami kerugian. Kondisi ini menunjukkan adanya unsur spekulasi dalam transaksi tersebut.

Oleh karena itu, beberapa ulama kontemporer berpendapat bahwa praktik mystery box memiliki kemiripan dengan transaksi yang mengandung unsur maisir.

Dari sudut pandang ekonomi modern, cara kerja mystery box juga bisa dihubungkan dengan pola belanja impulsif. Konsumen sering kali membeli barang karena pengaruh perasaan seperti penasaran dan harapan mendapatkan untung lebih besar (Sari dan Nugroho, 2023).

Hal ini mirip dengan konsep maisir dalam Islam, yaitu mendapatkan keuntungan hanya karena faktor keberuntungan saja. Dalam transaksi mystery box, pembeli tidak tahu apa yang akan didapat dan hanya mengandalkan keberuntungan, sehingga ada unsur tebak-tebakan.

Penelitian dari jurnal menyatakan bahwa strategi pemasaran berupa kejutan (surprise marketing) dapat meningkatkan pembelian spontan, tapi bisa merugikan konsumen karena kurangnya pemikiran yang matang (Pratama, 2022).

### **Analisis Praktik Mystery Box Berdasarkan Prinsip Maqashid Syariah**

Dalam perspektif ekonomi Islam, setiap aktivitas ekonomi harus bertujuan untuk mencapai kemaslahatan dan menghindari kerugian bagi masyarakat. Prinsip ini dikenal dengan konsep *maqashid syariah*, yaitu tujuan utama dari penerapan hukum Islam. Menurut para ulama, maqashid syariah bertujuan untuk menjaga lima aspek utama kehidupan manusia, yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta (Auda 2008). Dalam konteks transaksi ekonomi, prinsip ini menekankan pentingnya menjaga harta manusia dari praktik yang merugikan atau tidak adil.

Jika dianalisis berdasarkan prinsip maqashid syariah, praktik mystery box berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen karena adanya ketidakjelasan dalam transaksi. Selain itu, unsur spekulasi yang terdapat dalam mekanisme tersebut juga dapat mendorong perilaku konsumtif yang tidak produktif. Oleh karena itu, praktik mystery box perlu dikaji secara kritis agar tidak bertentangan dengan tujuan utama syariat Islam dalam menjaga kemaslahatan masyarakat.

### **Analisis Hukum Mystery Box dalam Perspektif Fiqh Muamalah**

Berdasarkan analisis terhadap konsep gharar, maisir, dan maqashid syariah, praktik mystery box dapat dikategorikan sebagai transaksi yang memiliki potensi pelanggaran terhadap prinsip-prinsip hukum ekonomi Islam.

Dalam fiqh muamalah, transaksi yang mengandung gharar yang signifikan (*gharar fahisy*) dianggap tidak sah karena dapat menimbulkan ketidakadilan antara pihak yang bertransaksi. Oleh karena itu, para ulama menekankan pentingnya kejelasan objek transaksi sebagai syarat utama dalam akad jual beli.

Jika praktik mystery box mengandung ketidakjelasan yang signifikan mengenai objek

barang yang diperjualbelikan, maka transaksi tersebut dapat dianggap tidak sesuai dengan prinsip syariah.

Namun demikian, beberapa ulama kontemporer berpendapat bahwa praktik mystery box dapat diperbolehkan apabila penjual memberikan informasi yang jelas mengenai isi paket atau nilai minimum barang yang akan diperoleh oleh pembeli. Dengan demikian, unsur gharar dalam transaksi dapat diminimalkan.

### **Transparansi dan Perlindungan Konsumen**

Dalam pandangan hukum ekonomi Islam, prinsip transparansi (*al-bayan*) dan kejujuran (*ash-shidq*) adalah dasar penting dalam setiap kegiatan muamalah. Setiap transaksi harus dilakukan dengan jelas dan terbuka agar tidak menciptakan ketidakjelasan yang bisa merugikan salah satu pihak. Transparansi ini menjelaskan dengan jelas jenis barang, kualitas, jumlah, serta harga dari barang yang diperjualbelikan. Jika informasi tersebut tidak diberikan secara lengkap, transaksi tersebut berisiko mengandung unsur gharar yang dilarang dalam Islam (Hidayat, 2021).

Selain itu, dalam *fiqh muamalah* terdapat konsep *tadlis*, yaitu tindakan menghilangkan atau menyembunyikan cacat atau informasi penting mengenai suatu barang yang bisa memengaruhi keputusan pembeli. Praktik ini dengan tegas tidak diperbolehkan karena bertentangan dengan prinsip keadilan dan kejujuran dalam setiap transaksi. Dalam konteks *mystery box*, ketidakjelasan isi barang serta informasi yang sedikit diberikan kepada pembeli bisa menyebabkan praktik *tadlis*, terutama jika penjual sengaja menyoroiti kemungkinan untung tanpa menyebutkan risiko yang ada (Fauzi, 2022).

Selain itu, Rasulullah SAW juga menekankan pentingnya jujur dalam berjualan dan melarang semua bentuk penipuan. Prinsip ini menjadi dasar bahwa setiap orang yang melakukan usaha harus menjaga kejujuran dalam memberikan produk kepada pembeli. Oleh karena itu, transparansi bukan hanya hal teknis dalam sebuah transaksi, tetapi juga sebuah nilai moral yang harus dipatuhi dalam ekonomi Islam.

Dalam konteks ekonomi modern, transparansi juga sangat berkaitan dengan perlindungan yang diberikan kepada konsumen. Konsumen berada dalam posisi yang kurang kuat dibandingkan produsen, terutama dalam transaksi digital yang tidak terlalu banyak melibatkan interaksi langsung. Oleh karena itu, dibutuhkan aturan yang dapat melindungi hak konsumen agar tidak merasa dirugikan. Di Indonesia, hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa setiap konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang dan jasa (Rahmawati, 2021).

Dalam praktik *mystery box*, sering kali terjadi ketidakseimbangan informasi antara penjual dan pembeli. Penjual tahu dengan jelas apa yang ada di dalam produk, sedangkan pembeli belum tahu secara pasti apa yang akan diterimanya. Kondisi ini bisa menimbulkan ketidakadilan saat bertransaksi dan berisiko merugikan konsumen. Oleh karena itu, transparansi sangat penting untuk mengurangi kesenjangan informasi tersebut (Sari dan Nugroho, 2023).

Menurut Adiwarmanto A. Karim, salah satu prinsip penting dalam ekonomi Islam adalah menjaga keadilan dan keseimbangan dalam setiap transaksi. Ini hanya bisa terjadi jika ada kebebasan informasi antara kedua belah pihak yang melakukan (Karim, 2020). Tanpa ada

transparansi, kemungkinan terjadinya eksploitasi dan ketidakadilan akan semakin tinggi.

Lebih lanjut lagi, dari sudut pandang maqashid syariah, perlindungan konsumen berkaitan dengan upaya untuk menjaga hartanya. Setiap kali ada transaksi, kedua belah pihak harus merasa mendapat manfaat dan tidak ada pihak yang terkena kerugian yang tidak semestinya. Praktik penjualan mystery box yang tidak transparan bisa bertentangan dengan tujuan tersebut karena bisa membuat konsumen mengalami kerugian finansial karena ketidakjelasan informasi.

Untuk memastikan bahwa praktik ini sesuai dengan prinsip syariah dan hukum, maka mystery box harus memenuhi beberapa syarat, seperti memberikan penjelasan jelas mengenai jenis produk yang tersedia, menyebutkan kemungkinan isi secara seimbang, menjamin ada barang dengan nilai minimal, serta menghindari cara promosi yang menipu. Dengan memenuhi kriteria tersebut, risiko gharar dan maisir bisa diperkecil, sehingga transaksi menjadi lebih adil, jelas, dan sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai fenomena mystery box dalam marketplace, dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut.

Pertama, praktik mystery box merupakan salah satu bentuk inovasi strategi pemasaran yang berkembang dalam perdagangan digital. Produk ini dijual dalam bentuk paket tertutup yang berisi barang dengan jenis dan nilai yang tidak diketahui secara pasti oleh pembeli sebelum transaksi dilakukan. Fenomena ini banyak ditemukan di berbagai platform marketplace digital seperti TikTok, terutama melalui fitur *live shopping* yang memungkinkan penjual mempromosikan produk secara langsung kepada konsumen.

Kedua, mekanisme transaksi mystery box umumnya dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu penawaran produk oleh penjual, pembelian oleh konsumen, serta pembukaan paket setelah barang diterima oleh pembeli. Dalam proses tersebut, pembeli tidak mengetahui secara pasti barang yang akan diperoleh sehingga terdapat unsur ketidakpastian dalam objek transaksi.

Ketiga, berdasarkan analisis fiqh muamalah, praktik mystery box memiliki potensi mengandung unsur gharar karena adanya ketidakjelasan mengenai objek barang yang diperjualbelikan. Ketidakjelasan ini meliputi jenis barang yang akan diterima, nilai barang yang diperoleh, serta ketidakpastian hasil transaksi. Dalam hukum ekonomi Islam, gharar merupakan unsur yang dilarang dalam transaksi karena dapat menimbulkan kerugian dan ketidakadilan antara pihak yang bertransaksi.

Keempat, selain unsur gharar, praktik mystery box juga memiliki potensi mengandung unsur maisir atau spekulasi. Hal ini disebabkan karena pembeli membeli produk dengan harapan memperoleh barang bernilai tinggi secara acak, sehingga hasil transaksi sangat bergantung pada faktor keberuntungan. Kondisi ini menunjukkan adanya kemiripan dengan mekanisme perjudian yang dilarang dalam Islam.

Kelima, jika dianalisis berdasarkan prinsip maqashid syariah, praktik mystery box yang mengandung unsur ketidakjelasan dan spekulasi berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen serta tidak sejalan dengan tujuan syariat dalam menjaga harta (*hifz al-mal*). Oleh karena itu, praktik tersebut perlu dikaji secara kritis agar tidak bertentangan dengan prinsip

keadilan dan kemaslahatan dalam ekonomi Islam.

Keenam, transparansi dan perlindungan konsumen adalah prinsip penting dalam ekonomi Islam yang bertujuan untuk menjaga keadilan dan mencegah terjadinya kerugian dalam setiap transaksi. Praktik penjualan mystery box yang tidak memberikan informasi secara jelas bisa mengandung unsur gharar dan tahlis karena adanya ketidakpastian dan ketidakseimbangan informasi antara penjual dan pembeli. Selain itu, dari sudut pandang hukum, tindakan tersebut juga bisa melanggar hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang jujur dan terbuka. Oleh karena itu, menerapkan prinsip transparansi informasi dan kejujuran sangat penting agar transaksi tetap sesuai dengan nilai-nilai syariah dan memberikan perlindungan yang maksimal bagi konsumen.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa praktik mystery box dalam marketplace pada umumnya tidak sepenuhnya sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah apabila mengandung ketidakjelasan yang signifikan mengenai objek transaksi. Namun, praktik tersebut masih dapat dipertimbangkan apabila penjual memberikan informasi yang jelas mengenai isi paket atau menjamin nilai minimum barang sehingga unsur gharar dapat diminimalkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Auda, Jasser. 2008. *Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law*. IIIT.
- Ayub, Muhammad. 2007. *Understanding Islamic Finance*. John Wiley & Sons.
- Az-Zuhaili, Wahbah. n.d. *Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu*.
- Ibrahim, Johnny. 2006. *Teori Dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Bayumedia Publishing.
- Lexy, Jhonatan, and Moleong. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Lubis, Ihsan Helmi. 2024. *Jual Beli Mystery Box Dalam Marketplace Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*.
- Nugroho, Mahfud. 2022. *Mystery Box Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Nugroho, Mahfud, and Fitria Yuni Astuti. 2022. *Jual Beli Mystery Box Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam*.
- Rohima, Siti, Sri Andaiyani, Alghifari Mahdi Igamo, Ariodillah Hidayat, and Liliana. 2021. *Pengantar Ekonomi Moneter*. Unsripress.  
<https://www.scribd.com/document/701733259/E-book-Pengantar-Ekonomi-Moneter>.
- Schneider, Gary. 2017. *Electronic Commerce*. Cengage Learning.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Turban, Efraim. 2015. "Electronic Commerce." *Springer*.
- Fauzi, Ahmad. 2022. "Konsep Gharar dalam Transaksi Digital." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*.

- Hidayat, Taufik. 2021. "*Prinsip Transparansi dalam Fiqh Muamalah Modern.*" Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Indonesia.
- Karim, Adiwarmanto A. 2020. *Ekonomi Mikro Islam*. Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pratama, Rizky. 2022. "*Strategi Surprise Marketing dan Perilaku Konsumen.*" Jurnal Pemasaran Digital.
- Rahmawati, Lina. 2021. "*Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Online.*" Jurnal Hukum Indonesia.
- Sari, Dwi, dan Rudi Nugroho. 2023. "*Pengaruh Impulsive Buying dalam E-Commerce.*" Jurnal Manajemen Bisnis.

