

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam bukan sekadar agama seperti yang lain di dunia, tetapi merupakan sebuah jalan hidup. Islam tidak hanya mengajarkan tentang ibadah, tetapi juga memberikan pedoman dalam setiap aspek kehidupan. Allah SWT menurunkan petunjuk berupa Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai panduan bagi umat Muslim dalam menjalani kehidupan, mulai dari bangun tidur hingga tidur kembali. Begitu pula dalam aktivitas sehari-hari, termasuk bekerja. Sejak zaman dahulu, perdagangan atau jual beli telah menjadi bagian dari kehidupan manusia, dan kini berkembang tidak hanya dalam lingkup tetangga atau kota, tetapi juga hingga ke luar negeri dan berbagai negara. Setiap individu, tanpa kecuali, terlibat dalam aktivitas perdagangan atau jual beli dalam kehidupan bermasyarakat.. (Syaikhu, 2020)

Muamalah merupakan kegiatan transaksi yang diterapkan berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam. Muamalah ialah perbuatan manusia dalam menjalin suatu hubungan antar sesama manusia dengan Allah SWT. Segala bentuk aktivitas kegiatan muamalah diperlukan aturan yang jelas, sehingga dalam melakukan berbagai kegiatan transaksi tidak terjadi kecurangan atau kerugian yang terjadi diantara salah satu pihak maupun orang lain.. Sedangkan hukum muamalah adalah hukum yang mengatur tentang hak dalam masyarakat untuk mencapai hukum Islam, meliputi sewa-menyewa, utang-piutang, jual beli dan sebagainya. Dengan kata lain masalah muamalah ini diatur sebaik-baiknya agar manusia bisa memenuhi kebutuhan tanpa memberikan kerugian kepada orang lain. (Syaikhu, 2020)

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi semakin pesat terutama di bidang internet yang semakin memudahkan kehidupan dan juga dampaknya. Hal yang sangat berdampak pada kehidupan sekarang seiring berkembangnya teknologi yakni semua dikerjakan serba instan. Dengan perkembangan teknologi telah membuat perubahan dalam menjalani

aktivitas sehari-hari dalam kebiasaan pribadi, termasuk pada saat transaksi jual beli. Pada zaman dahulu pada saat akan bertransaksi dilakukan dengan secara tatap muka artinya jika ingin bertransaksi menjual ataupun membeli barang dilakukan secara langsung bertemu antara penjual dan pembeli di pasar nyata. jika kita ingin mendapatkan barang kita harus pergi dulu menemui penjual barang yang kita inginkan, dan bertransaksi dengan menukarkan barang dengan barang, uang logam dan uang kertas sebagai alat pembayaran yang sah.

Akan tetapi dengan berkembangnya zaman sekarang orang bertransaksi jual beli sudah tidak harus bertemu, transaksi jual beli kini tidak lagi mengharuskan pertemuan langsung, melainkan dapat dilakukan melalui *platform online*. Artinya, penjual dan pembeli tidak perlu bertemu secara fisik di pasar, melainkan dapat bertransaksi secara digital hanya dengan menggunakan aplikasi di *smartphone* mereka, dan memesan barang apa saja yang kita butuhkan, beralih ke sistem pembayaran dengan menggunakan dompet digital, dan dalam beberapa hari barang itu akan sampai ke tangan kita. Benar bahwa dengan kemajuan teknologi membuat manusia menjadi lebih mudah dan serba instan (Pangabeian, 2022).

Setelah masyarakat mulai mengenal internet dan sistem online, layanan transaksi jual beli secara digital pun semakin berkembang pesat. Hal ini menjadi langkah maju dalam sektor bisnis online saat ini, dengan memanfaatkan teknologi internet yang dikenal dengan istilah *electronic commerce* atau *e-commerce*. *E-commerce* merupakan proses jual beli produk atau jasa yang dilakukan melalui internet, di mana transaksi komersial berbasis individu berlangsung dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang dan jasa, baik antara individu maupun antara individu dan organisasi. (Nurdian, 2017). Pada masa kini belanja *online* telah banyak digemari oleh semua kalangan masyarakat. Pertumbuhan nilai dagang elektronik (*e-commerce*) di Indonesia telah mencapai meningkat lebih dari 40 persen di tahun 2021, peningkatan ini sejalan dengan gaya hidup masyarakat ke arah digital. (Endarwati, 2022).

Saat ini, *e-commerce* telah berkembang lebih lanjut menjadi *marketplace*. *Marketplace* adalah *platform* dalam bentuk aplikasi atau *website* yang menyediakan fasilitas untuk transaksi jual beli *online* dari berbagai sumber. Pemilik *website* atau aplikasi ini tidak memiliki produk sendiri, melainkan berperan sebagai perantara yang memasarkan atau menyediakan produk milik pihak lain kepada pengguna. Selain itu, *marketplace* juga memberikan kemudahan bagi pembeli dan penjual dalam melakukan transaksi secara lebih praktis dan efisien. (Setiawan, 2018).

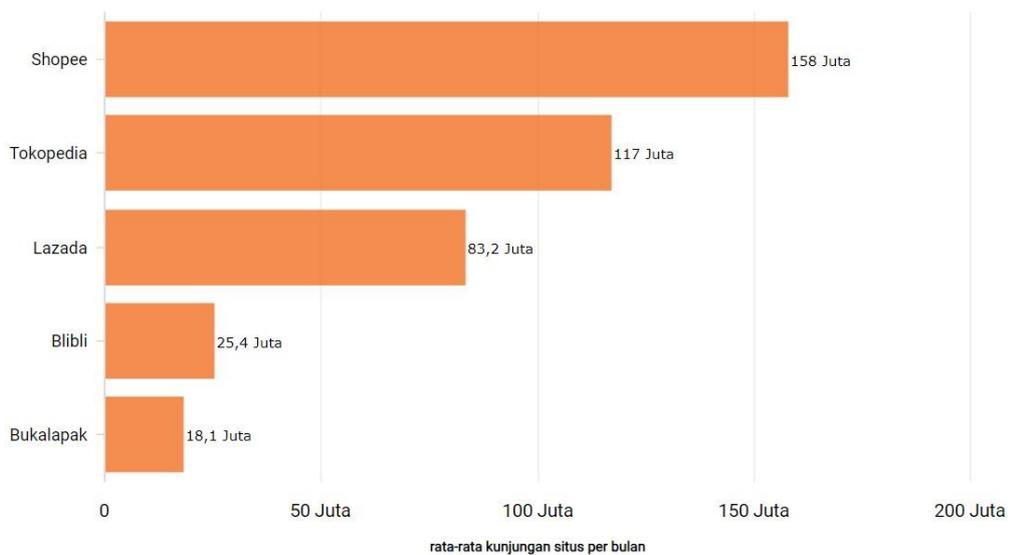
*Marketplace* tidak dapat dipisahkan dari *e-commerce*, karena sistem yang diterapkan dalam *marketplace* didasarkan pada konsep *e-commerce*. Terjadi banyak sekali perubahan dalam kehidupan seseorang dalam pesatnya perkembangan teknologi internet. Dengan adanya platform *marketplace* membawa banyak sekali manfaat bagi pelaku usaha, khususnya usaha kecil dan menengah tidak hanya bisa di akses oleh kalangan atas saja, hal ini yang membuat perbedaan dengan yang lain. *Marketplace* memberikan kemudahan bagi pelaku usaha kecil dan menengah dalam menjalankan bisnis mereka. Di dalamnya, para pelaku usaha hanya perlu menyediakan informasi terkait produk yang dijual, seperti harga, detail produk, serta informasi pengiriman. Selain itu, siapa pun, termasuk orang dewasa, ibu rumah tangga, mahasiswa, hingga pelajar, dapat dengan mudah, cepat, dan hemat biaya melakukan transaksi jual beli secara *online* melalui *marketplace*. Fleksibilitas tanpa batasan waktu, jarak, maupun aktivitas lain menjadikan *marketplace* memiliki nilai lebih sebagai sarana perdagangan modern. (Yumanto, 2017).

Faktor yang menyebabkan maraknya jual beli *online* ini diakibatkan dengan mudahnya dan efisiensi yang ditawarkan, seperti mencari produk, penjual, merek, dan lain sebagainya. Selain itu, dengan melakukan jual beli *online* memiliki jangkauan yang lebih luas dibandingkan dengan jual beli konvensional, kita dapat mudah mencari produk dari mana saja bahkan sampai luar negeri, dari sisi penjual juga mereka tidak hanya mendapatkan pembeli dari daerahnya saja akan tetapi dari berbagai daerah sehingga pendapatan penjual pun meningkat. Saat ini aplikasi belanja online di

Indonesia seperti *e-commerce* dan *marketplace* telah banyak dijumpai, diantaranya: lazada, OLX, Blibli, Zalora, Shopee, Tokopedia dan lain sebagainya, beberapa dari aplikasi tersebut mempunyai karakteristik dan cara masing-masing dalam menarik minat pengunjung baik dari pihak penjual maupun pembeli (Nurul, 2021).

Sepanjang tahun, aplikasi belanja online lokal masih mendominasi jumlah kunjungan website, meskipun beberapa platform belanja online lainnya juga turut bersaing di pasar *e-commerce* Indonesia. Salah satu *e-commerce* terpopuler di Indonesia adalah Tokopedia. Tokopedia adalah website atau *marketplace* yang digunakan untuk melakukan transaksi jual beli *online* yang dapat mudah diakses dengan menggunakan *smarthphone*, komputer, maupun gadget lainnya.

Situs *e-commerce* dengan jumlah pengunjung terbanyak di Indonesia (Kuartal I 2023)



Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung *E-commerce*

Gambar 1 menunjukkan bahwasannya yang memimpin pasar di *e-commerce* di Indonesia yakni Tokopedia dan Shopee. Bisa dilihat dari rata-rata jumlah pengunjung setiap bulannya, terlihat Bahwasannya kedua *e-commerce* tersebut memiliki persaingan yang ketat. Merujuk pada katadata.id, pada periode Januari hingga Maret tahun ini, situs Shopee mencatat rata-rata 158 juta kunjungan per bulan, jauh melampaui para

pesaingnya. Dalam periode yang sama, Tokopedia memperoleh rata-rata 117 juta kunjungan per bulan, diikuti oleh Lazada dengan 83,2 juta kunjungan, Blibli dengan 25,4 juta kunjungan, dan Bukalapak dengan 18,1 juta kunjungan. Sepanjang Maret 2023, jumlah kunjungan ke situs Shopee meningkat sekitar 10% dibandingkan bulan sebelumnya (*month-on-month/mom*). Sementara itu, kunjungan ke Tokopedia juga mengalami kenaikan sekitar 13% (*mom*), dan Blibli tumbuh sebesar 5% (*mom*). Satu-satunya tren berbeda terjadi pada Bukalapak, yang jumlah kunjungannya tetap stabil seperti bulan sebelumnya. (Ahdiat, 2023).

Tokopedia adalah salah satu *platform* jual beli *online* terbesar di Indonesia. Tokopedia menjadi salah satu pesaing utama Shopee di pasar e-commerce Indonesia. Berdasarkan survei, 44% responden memilih Tokopedia sebagai platform utama mereka, diikuti oleh Shopee dengan 40% dan Lazada di posisi ketiga dengan 11%. Kepercayaan konsumen terhadap Tokopedia lebih tinggi, terutama untuk produk elektronik, sementara Shopee lebih diminati karena harga yang lebih bersaing dan promo gratis ongkir. Dengan platform yang solid dan beragam pilihan produk, Tokopedia sukses menarik minat pembeli di seluruh Indonesia. Mereka menawarkan pengalaman belanja yang praktis dan menyenangkan, didukung oleh fitur-fitur canggih seperti sistem pembayaran yang aman dan layanan pengiriman yang cepat. Itulah salah satu alasan kenapa tokopedia bisa menjadi salah satu aplikasi online shop terbesar khususnya di Indonesia. (Naufal, 2023)

Tokopedia didirikan pada 17 Agustus 2009 di bawah naungan PT Tokopedia oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison, perusahaan ini berkembang pesat hingga menjadi salah satu *e-commerce* terkemuka di Indonesia. Tokopedia menyediakan berbagai macam produk, mulai dari elektronik, otomotif, hingga kebutuhan sehari-hari. *Platform* ini tersedia dalam bentuk website dan aplikasi untuk memberikan kemudahan bagi pengguna dalam berbelanja, baik melalui komputer maupun smartphone. Tokopedia terus menghadirkan inovasi terbaru dalam fitur-fiturnya. Beberapa fitur unggulan yang ditawarkan antara lain voucher gratis ongkir bagi pengguna baru, metode pembayaran bayar di tempat atau

cash on delivery (COD), toko cabang, produk digital, layanan keuangan Tokopedia, Tokopedia Salam, fitur tukar tambah, dan masih banyak lagi. (Tokopedia, 2023).

Pesatnya pertumbuhan aplikasi *e-commerce* dan meningkatnya jumlah pelaku usaha yang memasarkan produk mereka menyebabkan persaingan bisnis semakin ketat. Para pelaku usaha harus berinovasi secara kreatif untuk menarik minat pelanggan dan mendorong mereka mengunjungi toko. Oleh karena itu, diperlukan strategi agar produk yang ditawarkan tetap diminati, seperti memberikan voucher diskon, mengadakan *flash sale*, atau menawarkan gratis ongkir yang sesuai dengan kebutuhan generasi milenial serta tetap menjaga harga yang terjangkau. (Priyatno, 2023).

Salah satu ide bisnis yang inovatif, kreatif, dan unik adalah *mystery box*. Sesuai dengan namanya, produk ini berupa kotak misteri yang dijual tanpa informasi mengenai isi di dalamnya. Harga *mystery box* bervariasi, mulai dari Rp10.000, Rp100.000, hingga jutaan rupiah. Konsep ini sebenarnya sudah dikenal secara global sejak 2015, terutama di luar negeri. *Mystery box* mulai dikenal banyak orang di Indonesia pada tahun 2021 pada saat masa *covid*. Beberapa orang bahkan mengunggah konten unboxing *mystery box* di media sosial seperti *YouTube* dan mendapatkan banyak penonton. Isi dari *mystery box* sangat beragam, mulai dari barang elektronik, ponsel, mainan, pakaian, hingga barang acak yang mungkin tidak terlalu berharga. (Saronika, 2020).

Tokopedia adalah salah satu *marketplace* terpopuler di Indonesia dengan jumlah pengunjung yang tinggi. Sebagian besar penjual di Tokopedia menawarkan berbagai jenis produk *mystery box* dengan pilihan yang beragam. Salah satu penjual *mystery box* di Tokopedia yaitu Digion print telah menjual 9 ribu *mysterybox* dengan rating dan ulasan bintang 4.8/5.0, dari 964 rating dan 461 ulasan 95% pembeli merasa puas. Selain itu, banyak *YouTuber* yang membuat konten tentang unboxing *mystery box* dan menyertakan link produk tersebut di Tokopedia. Salah satu *YouTuber* terkenal yang sering membahas *mystery box* adalah Gadgetin. Hal ini

membuat semakin banyak orang tertarik untuk mencoba membeli produk *mystery box*.

Dalam Islam, jual beli diperbolehkan asalkan dilakukan sesuai dengan ketentuan syariat, meskipun mengikuti perkembangan zaman. Tata cara yang benar akan mencegah kerugian bagi kedua belah pihak yang bertransaksi, sehingga menciptakan itikad baik yang diharapkan oleh masing-masing pihak.

Munculnya inovasi pemasaran dengan sistem *mystery box* menimbulkan pertanyaan dalam kajian fiqh muamalah. Salah satu rukun dan syarat dalam jual beli adalah kejelasan objek, memiliki manfaat, serta bersifat suci untuk dimiliki. Selain itu, transaksi jual beli tidak boleh mengandung unsur spekulasi atau ketidakjelasan mengenai barang yang diperjualbelikan. Namun, dalam konsep *mystery box*, objek jual beli dirahasiakan dan mengandung unsur ketidakpastian.

Sebelum penelitian ini ditulis, sudah ada penelitian sebelumnya yang membahas terkait jual beli *mystery box* diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh (Nugroho, 2023) yang berfokus pada etika bisnis, penelitian menjelaskan bahwa jual beli *mystery box* tidak memenuhi kriteria dari beberapa teori dan prinsip etika bisnis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jual beli ini tidak etis. Kemudian penelitian oleh (Aisyah, 2023) Penelitian ini mengungkap bahwa praktik jual beli *mystery box* di marketplace Tokopedia belum sepenuhnya memenuhi ketentuan dalam hukum perlindungan konsumen. Hal ini disebabkan oleh kurangnya kepastian informasi yang diberikan oleh pelaku usaha mengenai barang yang dijual. Akibatnya, praktik tersebut bertentangan dengan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Penelitian lain dilakukan oleh (Priyatno, 2023) penelitian ini membahas jual beli *mystery box* dalam perspektif etika bisnis Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik penjualan *mystery box* belum sepenuhnya sesuai dengan etika bisnis Islam karena melanggar prinsip dasar tauhid. Penerapan etika bisnis Islam harus berpedoman pada beberapa

indikator, seperti tauhid, kebenaran, tanggung jawab, kejujuran, serta kehendak bebas dalam bertransaksi.

Penelitian sebelumnya berfokus pada etika bisnis dan perlindungan konsumen sehingga terdapat kekosongan terhadap perspektif fiqh muamalah. Berdasarkan uraian dan latar belakang di atas, jual beli *mystery box* tidak mencantumkan spesifikasi objek secara jelas, sehingga berpotensi menimbulkan penipuan oleh pihak yang tidak memiliki itikad baik dalam menjalankan transaksi muamalah, penulis tertarik untuk meneliti praktik jual beli *online mystery box* dalam perspektif fiqh muamalah dengan judul, **”ANALISIS PRAKTIK JUAL BELI ONLINE MYSTERY BOX DI MARKETPLACE TOKOPEDIA DALAM PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH “.**

## B. Perumusan Masalah

### 1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

- a. Praktik jual beli *online mystery box* di *marketplace* Tokopedia ;
- b. Perspektif Fiqh muamalah terhadap praktik jual beli *online mysterybox* di *marketplace* Tokopedia;
- c. Terdapat adanya potensi tindakan penipuan dikarenakan barang yang dijual tidak jelas;

### 2. Batasan masalah

Diadakannya batasan masalah guna mencegah penyimpangan permasalahan pokok, supaya penelitian ini dapat terarah dan memudahkan untuk menyelesaikan permasalahan sehingga penelitian dapat tercapai sesuai dengan tujuannya. sesuai dengan latar belakang masalah dan perumusan masalah di atas maka luas lingkup batasan masalah dalam penelitian ini adalah praktik jual beli *online mystery box* di tokopedia perspektif fiqh muamalah.

### 3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah masalah dalam penelitian ini yaitu:

- a. Bagaimana praktik jual beli online *mysterybox* di *marketplace* Tokopedia ?
- b. Bagaimana praktik jual beli online *mysterybox* di *marketplace* Tokopedia perspektif fiqh muamalah ?

### C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis praktik jual beli *online mystery box* di *marketplace* Tokopedia.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis praktik jual beli online *mysterybox* di *marketplace* Tokopedia perspektif fiqh muamalah.

### D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Penelitian ini memberikan edukasi dan wawasan mengenai praktik jualbeli online *mysterybox* dan juga pegalaman dalam penelitian.

2. Bagi perguruan tinggi dan mahasiswa

Memberikan wawasan dan pemahaman kepada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk melakukan penelitian lebih lanjut sebagai rujukan

3. Bagi perusahaan Tokopedia

Menganalisis rencana perdagangan saat ini untuk menjelaskan pentingnya transparansi dalam perdagangan produk *mysterybox*, dan memeperhatikan mekanisme perdagangan untuk menghindari risiko yang menguntungkan satu pihak dan merugikan pihak lain.

### E. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini literature review terdiri dari sepuluh penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut:

Table 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun Terbit	Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
1	(Herwiyanti, 2018)	Penelitian ini membahas transaksi jual beli online secara hukum dilihat dari Madzhab Asy-Syafi'I diperbolehkan dalam melakukan penjualannya Disyaratkan juga ketika melakuka transaksi elektronik hendaknya para pelaku memperhatikan prinsip kehati-hatian, transparansi, akuntabilitas dan kewajaran.	Kesamaannya terletak pada pembahasan mengenai masalah jual beli online. Perbedaannya, penelitian sebelumnya berfokus pada transaksi jual beli <i>online</i> berdasarkan pandangan mazhab Asy-Syafi'i, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini lebih menitikberatkan pada sistem jual beli <i>online</i> dalam konsep <i>mystery box</i> .
2	(Santoso, 2020)	Jurnal ini membahas pandangan dan Penelitian ini membahas bahwa	Kesamaannya terletak pada pembahasan mengenai masalah jual beli <i>online</i> . Perbedaannya,

No	Peneliti, Tahun Terbit	Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		<p>jual beli <i>online</i> telah sesuai dengan konsep jual beli dalam teori ekonomi, yaitu proses pertukaran harta dengan harta dalam bentuk pemindahan kepemilikan.</p>	<p>penelitian sebelumnya menganalisis jual beli <i>online</i> berdasarkan tanggapan mahasiswa IAIN Ponorogo, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini berfokus pada transaksi jual beli online di Tokopedia dengan objek penelitian <i>mystery box</i>.</p>
3	(Hamid, 2016).	<p>Penelitian ini membahas bahwa praktik tersebut telah sesuai dengan hukum Islam, karena dalam transaksi yang dilakukan tidak terdapat unsur penipuan, serta tidak ada pihak yang dirugikan atau mendapatkan keuntungan sepihak.</p>	<p>Kesamaan penelitian tersebut terletak pada kajian mengenai jual beli <i>online</i>. Perbedaannya, penelitian sebelumnya berfokus pada mahasiswa Universitas Al-Asyariah Mandar sebagai objek penelitian, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menitikberatkan pada jual beli online</p>

No	Peneliti, Tahun Terbit	Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
			dengan objek <i>mystery box</i> .
4	(Hidayatullah, 2019)	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa akad salam dalam transaksi jual beli <i>online</i> diperbolehkan selama tidak mengandung unsur yang dapat merugikan atau merusak transaksi, seperti riba, ketidakadilan, penipuan, dan hal-hal sejenisnya.</p> <p>Selain itu, akad ini juga harus memenuhi rukun dan syarat yang berlaku dalam jual beli.</p>	<p>Kesamaan penelitian ini terletak pada pembahasan mengenai jual beli <i>online</i>. Perbedaannya terdapat pada objek penelitian, di mana penelitian sebelumnya berfokus pada jual beli followers sebagai barang yang diperjualbelikan, sementara penelitian yang akan dilakukan meneliti transaksi <i>mystery box</i>. Dalam jual beli <i>mystery box</i>, spesifikasi barang tidak jelas, sehingga dapat menimbulkan ketidakpastian yang berpotensi menguntungkan satu pihak dan merugikan pihak lainnya.</p>
5	(Priyatno, 2023)	Jurnal ini membahas jual beli	Kesamaan antara penelitian sebelumnya

No	Peneliti, Tahun Terbit	Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		<p><i>mystery box</i> dalam perspektif etika bisnis Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik penjualan <i>mystery box</i> belum sepenuhnya sesuai dengan etika bisnis Islam karena melanggar prinsip dasar tauhid. Penerapan etika bisnis Islam harus berpedoman pada beberapa indikator, seperti tauhid, kebenaran, tanggung jawab, kejujuran, serta kehendak bebas dalam bertransaksi.</p>	<p>dengan penelitian yang dilakukan terletak pada objek yang dikaji, yaitu jual beli online dengan sistem <i>mystery box</i>. Perbedaannya terletak pada subjek penelitian, di mana penelitian sebelumnya berfokus pada <i>e-commerce</i> Shopee, sedangkan penelitian ini meneliti praktik jual beli <i>mystery box</i> di Tokopedia.</p>
6	(Khuzaimah, 2019).	<p>penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa jual beli <i>online</i> dengan sistem dropshipping yang dijalankan oleh</p>	<p>Kesamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada perspektif yang digunakan, yaitu</p>

No	Peneliti, Tahun Terbit	Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		<p>mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2015 tidak bertentangan dengan hukum Islam, asalkan menggunakan akad salam.</p>	<p>dalam kajian muamalah. Perbedaannya terdapat pada objek dan subjek penelitian, di mana penelitian sebelumnya membahas jual beli online dengan sistem <i>dropshipping</i>, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada transaksi jual beli <i>mystery box</i> di <i>marketplace</i> Tokopedia.</p>
7	(Muhimah, 2017)	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akad as-salam dalam jual beli <i>online</i> diperbolehkan asalkan tidak mengandung unsur yang dapat membatalkan transaksi, seperti riba, ketidakadilan, penipuan, dan sejenisnya. Selain</p>	<p>Kesamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas tentang jual beli <i>online</i>. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, di mana penelitian sebelumnya memiliki objek yang jelas berupa barang yang diperjualbelikan.</p>

No	Peneliti, Tahun Terbit	Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		itu, transaksi ini juga harus memenuhi rukun dan syarat yang berlaku dalam jual beli.	
8	(Permatasari, 2018).	Penelitian membahas tentang pelaku usaha yang memasarkan produknya dengan menggunakan gambar yang jelas, namun gambar tersebut bukan merupakan produk yang sebenarnya dijual, melainkan milik pihak lain sebagai dasar promosi.	Kesamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti tentang jual beli online. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, penelitian sebelumnya membahas produk yang dijual dengan informasi yang jelas, termasuk gambar dan kegunaannya.
9	(Qomarudin, 2019).	Hasil penelitian bahwa jual beli dengan sistem <i>mystery box</i> memiliki kesamaan dengan jual beli online pada umumnya. Dalam hukum Islam,	Kesamaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objeknya, yaitu sama-sama meneliti transaksi jual beli dengan sistem <i>mystery</i>

No	Peneliti, Tahun Terbit	Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		<p>transaksi ini diperbolehkan selama jenis barang yang dijual dijelaskan secara jelas.</p>	<p><i>box</i>. Namun, perbedaannya terdapat pada perspektif yang digunakan. Penelitian sebelumnya lebih menyoroti aspek hukum Islam dan hukum perdata, sedangkan penelitian yang akan dilakukan akan lebih berfokus pada perspektif fiqh muamalah.</p>
10	(Nur, 2018).	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam transaksi jual beli <i>online</i> terdapat beberapa pilihan akad yang dapat digunakan, seperti akad jual beli dan ba'i as-salam. Shofiya Collection telah memenuhi unsur-unsur jual beli sesuai dengan hukum Islam. Sistem jual beli online sendiri</p>	<p>Kesamaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokusnya, yaitu sama-sama meneliti tentang jual beli <i>online</i>. Namun, perbedaannya terdapat pada perspektif yang digunakan. Penelitian sebelumnya lebih berfokus pada tinjauan hukum Islam, sedangkan penelitian yang akan dilakukan</p>

No	Peneliti, Tahun Terbit	Hasil Pembahasan	Persamaan dan Perbedaan
		merupakan bentuk muamalah yang diperbolehkan dalam Islam.	lebih menitikberatkan pada perspektif fiqh muamalah.

## F. Kerangka Pemikiran

Fiqh Muamalah merupakan ilmu yang mempelajari berbagai aktivitas atau transaksi yang dilandaskan pada hukum-hukum syariat, terkait dengan tindakan manusia dalam kehidupan sehari-hari yang bersumber dari dalil-dalil Islam yang dijelaskan secara mendetail. (Syaikhu, 2020). Dalam muamalah terdapat pembahasan jual beli. Secara terminologi atau istilah jual beli adalah tukar menukar harta dengan harta, berupa barang dengan uang yang dilakukan secara sukarela dengan akad tertentu dengan tujuan untuk memiliki barang tersebut. (Saronika, 2020) Pengertian jual beli secara *Syara*” adalah adalah tukar menukar dengan harta, biasanya berupa barang ditukar dengan uang ataupun sebaliknya dilakukan secara suka sama suka dengan tujuan untuk mendapatkan barang tersebut dan berpindah kepemilikan. (Syaikhu, 2020).

Menurut pandangan para ahli fiqh, khususnya Imam Nawawi, seorang ulama bermazhab Asy-Syafi'i, definisi jual beli disederhanakan sebagai pertukaran harta dengan harta atau sesuatu yang serupa, dengan tujuan untuk memperoleh kepemilikan. Menurut Imam Nawawi dalam syarah kitab al-Muhadzab menjelaskan rukun dalam jual beli meliputi 3 syarat, yaitu adanya pihak yang melakukan akad (akid), produk atau obyek yang diakadkan (Ma'qud Alaihi) dan sighat atau bahasa yang akan digunakan untuk akad yang terdiri dai ijab (penawaran) dan qabul (penerimaan) atas barang yang akan diakadkan. (A'yuni, 2018).

*Marketplace* merupakan *platform* berbasis aplikasi atau *website* yang menyediakan layanan untuk memfasilitasi transaksi jual beli *online* dari

berbagai sumber. Pemilik *platform* tersebut tidak memiliki produk sendiri, melainkan berperan sebagai perantara yang mempromosikan atau menawarkan produk dari pihak lain kepada pengunjung atau pengguna. Selain itu, *platform* ini memberikan kemudahan dalam proses transaksi jual beli bagi para penggunanya. (Setiawan, 2018).

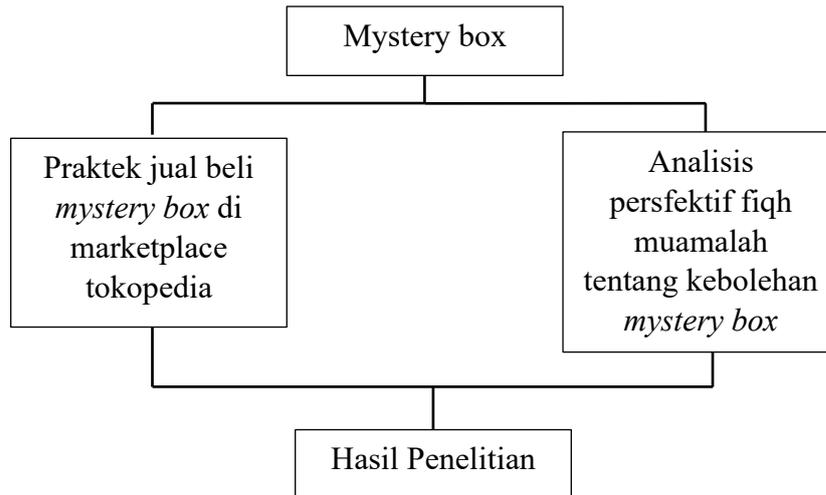
*Mystery box* adalah strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha yang menjual produk tanpa menyebutkan kriteria barang tersebut sehingga pembeli tidak akan mengetahui apa yang akan didapat, dan sistem jual beli ini sedang banyak terjadi. Kolom detail produk mengatakan bahwa barang-barang yang ada di dalam *mystery box* akan dikirim secara acak sesuai yang dikirim oleh penjual dan tidak dapat dikembalikan setelah konsumen membelinya. Tidak menutup kemungkinan barang yang dikirim penjual memiliki harga yang tidak setara dengan harga yang dibayarkan pembeli (Astuti, 2022).

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti agar untuk mencapai hasil yang maksimal maka dapat disusun beberapa langkah sebagai berikut:

1. Memastikan bahwa sumber data yang akan diolah dan dianalisis adalah jual beli *mystery box*
2. Merumuskan hasil proses pengolahan dan analisis tersebut berupa deskripsi yang jelas tentang jual beli *mystery box* sesuai hukum Islam.

Langkah langkah tersebut bisa dilihat pada bagan berikut:

SYEKH NURJATI CIREBON



Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran

## G. Metodologi Penelitian

### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *field research* atau penelitian lapangan, yaitu suatu pendekatan penelitian yang dilaksanakan secara sistematis dengan mengumpulkan data langsung dari lokasi penelitian. Penelitian lapangan berfokus pada kegiatan yang terjadi di dalam masyarakat, sehingga data yang diambil bersumber dari kondisi nyata di lapangan. Dalam penelitian ini, penggalan data dilakukan di lokasi penelitian yang terkait dengan praktik jual beli *Mystery Box* di platform Marketplace Tokopedia (Komariah, 2017).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan metode kerja yang bertujuan untuk menggambarkan suatu fenomena, objek, atau situasi sosial secara rinci melalui tulisan yang bersifat naratif. Artinya, data dan fakta yang dikumpulkan lebih banyak berbentuk kata-kata atau gambar, bukan angka. Mendeskripsikan sesuatu berarti menjelaskan apa, mengapa, dan bagaimana suatu peristiwa terjadi. Data yang diperoleh selama penelitian kemudian disajikan dalam bentuk tulisan, di mana laporan penelitian kualitatif memuat kutipan-kutipan

dari data atau fakta yang ditemukan selama proses penelitian. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lengkap serta mendukung argumen atau temuan yang disajikan. (Komariah, 2017).

## 2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat objek penelitian dimana kegiatan penelitian dilakukan. Adapun lokasi pada penelitian ini yaitu pada marketplace Tokopedia. Lokasi ini dipilih sebagai tempat penelitian dengan alasan, karena belum pernah dilakukan penelitian yang serupa khususnya mengenai praktik jual beli online *mysterybox* di *marketplace* Tokopedia dalam perspektif fiqh muamalah. Subyek dari penelitian yang akan dilakukan adalah konsumen atau pembeli dan pelaku usaha atau pelapak produk *mystery box* di *marketplace* Tokopedia.

## 3. Sumber data

Sumber data adalah subjek dimana data dapat diperoleh. Menurut Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah tindakan dan kata-kata, selebihnya yakni data tambahan berupa dokumen dan lain-lain. Sumber data dapat diartikan sebagai narasumber yang memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan selama proses wawancara dengan peneliti terkait praktik jual beli *Mystery Box online* di Marketplace Tokopedia dalam perspektif fiqh muamalah. Adapun sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi: (Nugrahani, 2014)

*Pertama*, Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer, yaitu data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber aslinya. Data primer sering disebut sebagai data asli atau data baru yang bersifat *up to date* atau terkini. Dalam skripsi ini, sumber data primer diperoleh melalui wawancara tidak langsung dengan penjual dan pembeli *mystery box*, serta dengan mengamati proses

transaksi jual beli online *mystery box* melalui platform *marketplace* Tokopedia..

*Kedua*, sumber data yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah Sumber data primer sekunder. Sumber data sekunder merupakan sumber data tambahan yang diambil tidak secara langsung di lapangan, melainkan dari sumber yang sudah dibuat orang lain, misalnya: buku, dokumen, foto, dan statistik. Sumber data sekunder dapat digunakan dalam penelitian, dalam fungsinya sebagai sumber data pelengkap ataupun yang utama bila tidak tersedia narasumber dalam fungsinya sebagai sumber data primer. (Nugrahani, 2014). Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai artikel terkait situs toko online dan transaksi jual beli online, buku-buku yang membahas tentang jual beli, serta literatur dan referensi pustaka lain yang relevan dengan topik penelitian. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data di antaranya:

*Pertama*, Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan langsung kepada narasumber yang memiliki peran penting dalam bidang yang sedang diteliti atau dikaji. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan penjual dan pembeli *mystery box* di *platform marketplace* Tokopedia. (Komariah, 2017) Namun, peneliti tidak melakukan wawancara secara tatap muka langsung, melainkan secara tidak langsung dengan penjual *mystery box* melalui fitur chat pada aplikasi WhatsApp atau platform sejenis. Sasaran yang akan dijadikan narasumber dan digali informasinya adalah pengguna di Marketplace Tokopedia yang terlibat dalam aktivitas jual beli *mystery box*.

*Kedua*, Observasi memegang peran penting dalam penelitian kualitatif. Melalui observasi, peneliti dapat mendokumentasikan dan merefleksikan secara sistematis aktivitas serta interaksi yang dilakukan oleh subjek penelitian. Segala hal yang dapat dilihat dan didengar

selama proses observasi dapat dicatat atau direkam dengan cermat, asalkan hal tersebut relevan dengan tema dan permasalahan yang sedang diteliti. (Nugrahani, 2014). Dalam konteks ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan mengamati aktivitas jual beli *mystery box* yang berlangsung di *platform marketplace* Tokopedia.

*Ketiga*, Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengumpulan dan analisis berbagai bentuk dokumen, baik berupa tulisan, laporan, gambar, karya, maupun dokumen elektronik. Dokumen yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis, dibandingkan, dan disintesis untuk membentuk suatu kajian yang utuh, komprehensif, dan sistematis. Studi dokumentasi tidak hanya sekadar mengumpulkan, mencatat, atau melaporkan kutipan dari beberapa dokumen, melainkan juga melibatkan proses analisis mendalam terhadap dokumen-dokumen tersebut. Hasil penelitian yang dilaporkan merupakan hasil analisis terhadap dokumen-dokumen yang telah dikaji. (Komariah, 2017) Bukti wawancara tidak langsung yang dilakukan melalui kolom chat Tokopedia dan aplikasi *whatsapp* akan diberikan dalam dokumentasi penelitian.

#### 4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data melibatkan pencatatan hasil dari catatan lapangan dan wawancara, kemudian melakukan penyortiran, pemilahan, serta klasifikasi data. Proses ini bertujuan untuk mengelompokkan data ke dalam kategori tertentu hingga diperoleh kesimpulan. Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah model Miles dan Huberman, yang menyatakan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berulang hingga data mencapai kejenuhan. Proses analisis ini terus berlangsung hingga data dianggap cukup dan tidak ada informasi baru yang muncul, yaitu:

##### a. Reduksi data,

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memfokuskan, membuang, mengumpulkan, dan menyusun data

dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasi. Reduksi data berlangsung selama proses penelitian sampai laporan akhir penelitian tersusun.

b. Penyajian data,

Menurut Miles dan Huberman, penyajian data dalam penelitian kualitatif umumnya dilakukan dalam bentuk teks naratif, yang merupakan metode yang paling sering digunakan. (Nugrahani, 2014)

c. Penarikan kesimpulan

Dalam penelitian kualitatif diharapkan mampu menghasilkan temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih samar atau kurang jelas, namun setelah diteliti menjadi lebih terang. Selain itu, temuan juga dapat berupa hubungan interaktif, hipotesis, atau bahkan teori baru. (Nugrahani, 2014) .

5. Triangulasi Data

Triangulasi data adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Triangulasi ada dua macam, triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Triangulasi teknik yaitu peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda guna memperoleh data dari sumber yang sama. Sedangkan triangulasi sumber yaitu untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama (Sugiyono, 2013). Ada 3 sub jenis yaitu orang, waktu dan ruang.

a. Orang, data-data dikumpulkan dari orang-orang berbeda yang melakukan aktivitas sama.

b. Waktu, data-data dikumpulkan pada waktu yang berbeda.

c. Ruang, data-data dikumpulkan di tempat yang berbeda.

Bentuk paling kompleks triangulasi data yaitu menggabungkan beberapa sub-tipe atau semua level analisis. Jika data-data konsisten, maka validitas ditegakkan.

## H. Sistematika Penulisan

Agar mempermudah dalam pembahasan skripsi ini dan bisa dipahami secara terarah, maka peneliti akan menggunakan sistematika pembahasan yang diharapkan dapat menjawab pokok-pokok permasalahan yang dirumuskan, peneliti akan menguraikannya dalam lima bab yaitu:

**Bab I.** Pada bab ini merupakan pendahuluan yang mencakup: latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, literature review, metodologi penelitian, dan sistematika penelitian.

**Bab II.** Pada bab ini berisi landasan teori mengenai definisi jual beli, dasar hukum Jual beli, rukun dan syarat jual beli. Jual beli yang dilarang.

**Bab III.** Pada bab ini membahas mengenai gambaran umum *marketplace* Tokopedia

**Bab IV.** Bab ini membahas mengenai analisis jual beli mystery box yang terdiri dari: analisis praktik jual beli mystery box di marketplace Tokopedia dan analisis fiqih muamalah terhadap jual beli mystery box di Tokopedia.

**Bab V.** Bab ini merupakan bab terakhir sebagai penutup terdiri dari: kesimpulan dan saran.