

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, banyak strategi pemasaran kreatif yang digunakan oleh penjual dalam memasarkan produknya dan menarik konsumen. Kemajuan teknologi dan perkembangan media sosial membuka peluang baru bagi pelaku usaha untuk memasarkan produk lebih efektif dan inovatif. Media sosial seperti TikTok sekarang bukan hanya berfungsi sebagai tempat hiburan saja, tetapi banyak dimanfaatkan oleh generasi muda, baik Gen Z maupun milenial, untuk melakukan transaksi jual beli secara langsung melalui fitur *live streaming*. Fenomena ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat berbelanja dan berinteraksi dengan penjual.

Salah satu bentuk strategi pemasaran yang populer di TikTok adalah jual beli *blind pouch*. Dalam praktiknya, *blind pouch* merupakan kantong kecil berisi barang acak yang tidak diketahui isinya oleh pembeli sebelum dibuka. Biasanya, penjual membuka kemasan tersebut secara langsung saat melakukan *live streaming* agar pembeli dapat melihat isi barangnya secara bersamaan. Fenomena ini menarik perhatian banyak pengguna karena memberikan sensasi kejutan dan rasa penasaran, sehingga mendorong pembeli untuk membeli meskipun tidak mengetahui isi barang yang akan diterima.

Pada praktiknya, penjual sering kali menambahkan permainan kecil untuk menarik minat pembeli. Salah satunya dengan menyediakan wadah berisi manik-manik berwarna. Sebelum *unboxing*, penjual biasanya menanyakan apakah pembeli menonton siaran langsung dan meminta mereka memilih satu warna manik yang ada di wadah. Jika pembeli mendapatkan manik dengan warna yang sama seperti pilihannya, atau dua manik dengan warna serupa yang ada di dalam *pouch*, maka pembeli berhak mendapat tambahan *blind pouch* secara gratis. Strategi ini menggabungkan unsur hiburan

interaksi, dan kejutan yang membuat proses jual beli terasa lebih menarik dan diminati banyak orang.

Strategi pemasaran *blind pouch* terbukti efektif karena mampu memadukan unsur hiburan dan kejutan dalam satu produk. Konsep *blind pouch* sendiri adalah menjual barang dalam kemasan tertutup, sehingga pembeli tidak mengetahui isi pastinya hingga dibuka. Hal ini menciptakan sensasi penasaran dan ketidakpastian yang membuat konsumen terdorong untuk membeli secara spontan atau impulsif, meskipun sebelumnya tidak berniat membeli. Unsur kejutan ini menjadi daya tarik tersendiri, apalagi jika dalam kemasan tersebut disisipkan peluang mendapatkan hadiah tambahan atau item langka, sehingga meningkatkan rasa ingin tahu dan harapan pembeli.



**Gambar 1.1** *Blind pouch* Pada Etalase TikTok



**Gambar 1.2** Momen *Unboxing Blind pouch* Saat *Live Streaming* di TikTok.

Di TikTok, banyak penjual memanfaatkan *blind pouch* sebagai strategi agar pembeli tertarik, baik melalui siaran langsung maupun tampilan produk di

toko *online*. Pada gambar 1.1 terlihat produk *blind pouch* yang berisi aksesoris, dijual dengan harga Rp56.399. Karena isinya acak, pembeli tidak tahu pasti apa yang akan didapat sebelum membuka kemasan. Sedangkan pada gambar 1.2, terlihat suasana saat penjual membuka *blind pouch* secara langsung saat *live streaming* di TikTok. Cara ini membuat pengalaman belanja jadi lebih menyenangkan dan penuh kejutan, terutama jika ada hadiah spesial atau barang langka di dalamnya. Hal ini sering membuat pembeli terdorong untuk membeli secara spontan.

Dari perspektif hukum ekonomi syariah, strategi pemasaran tersebut perlu ditinjau kembali. Dalam Islam, prinsip jual beli menekankan pada keadilan, kejujuran, dan transparansi.<sup>1</sup> Transaksi yang dilakukan harus terbebas dari unsur *gharar* (ketidakpastian berlebihan), *maysir* (unsur perjudian), dan penipuan.<sup>2</sup> Setiap pihak yang terlibat dalam jual beli harus mengetahui dengan jelas objek akad, termasuk jenis dan jumlah barang yang dibeli.

Pemasaran yang sesuai syariah harus memastikan bahwa semua pihak yang terlibat memiliki informasi yang jelas dan transparan mengenai barang dan harga, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan secara materil maupun immateril. Praktik penjualan yang mengandung unsur ketidakpastian berlebihan menimbulkan pertanyaan tentang kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah.

Dalam Islam, jual beli (*al-bai'*) adalah pertukaran harta secara sukarela yang harus memenuhi rukun dan syarat seperti adanya subjek (penjual dan pembeli), objek yang jelas, dan ijab qabul (penawaran dan penerimaan).<sup>3</sup> Artinya kedua belah pihak baik penjual maupun pembeli harus bersikap jujur, terbuka, dan tidak menyembunyikan informasi penting terkait

---

<sup>1</sup> Maman Suryaman dan Hasan Bisri, "Prinsip-Prinsip Dan Kaidah Dasar Transaksi Dalam Sistem Ekonomi Syariah", *Al Mashalih - Journal of Islamic Law*, Vol. 4 No. 1 (2023): hlm. 4-6

<sup>2</sup> Akram Ista dkk, "Riba, *Gharar*, Dan *Maysir* Dalam Sistem Ekonomi", *Jurnal Tana Mana*, Vol 4, No. 3 (2024): hlm 317-328

<sup>3</sup> Sri Ulfa Rahayu, Sahrudin Sahrudin, dan Sandrina Malakiano Ritonga, "Analisis Jual Beli Dalam Perspektif Islam", *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol 4, No. 2 (2023): hlm. 1172

barang atau jasa yang diperjualbelikan. Dalam perspektif hukum Islam, prinsip ini dikenal dengan asas keadilan (*'adl*) dan kejujuran (*shidq*).

Hal ini ditegaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 188:<sup>4</sup>

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدُلُّوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

“Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.”

Ayat ini menggarisbawahi bahwa transaksi harus dilakukan dengan itikad baik, tanpa paksaan dan kerugian, sehingga jual beli merupakan bentuk perniagaan yang sah dan adil. Dalam praktik jual beli, kejelasan objek sangat penting agar akad tidak mengandung unsur *gharar* dan akad terjadi atas dasar kesepakatan yang jelas dan transparan.

Dalam hadits, Rasulullah SAW melarang jual beli yang mengandung *gharar*, sebagaimana diriwayatkan dari Abu Hurairah:<sup>5</sup>

عن أبي هريرة رضي الله عنه: نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن بيع الغرر

“Dari Abu Hurairah ra, ia berkata, “Rasul SAW telah mencegah (kita) dari (melakukan) jual beli secara *gharar*.” (HR. Muslim III/1153)

Hadis ini menunjukkan bahwa Rasulullah SAW melarang segala bentuk transaksi jual beli yang mengandung unsur *gharar*, yaitu sesuatu yang tidak jelas atau penuh ketidakpastian. Larangan ini bertujuan agar transaksi berlangsung secara adil, terbuka, dan tidak merugikan salah satu pihak akibat ketidaktahuan terhadap objek akad.

Dalam Islam, *maysir* adalah cara memperoleh keuntungan tanpa melakukan usaha yang sebenarnya, melainkan hanya bergantung pada

<sup>4</sup> Atika Rizki, Achmad Abubakar, dan Halimah Basri, “Pandangan Al-Qur'an Terhadap Bentuk Transaksi *Maysir*, *Gharar* & *Riba* Di Indonesia”, *Economics and Digital Business Review*, Vol 4, No 1 (2023): hlm. 429

<sup>5</sup> Nuhbatul Basyariah, “Larangan Jual Beli *Gharar*: Kajian Hadist Ekonomi Tematis Bisnis Di Era Digital,” *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam*, Vol 7, No. 1 (2022): hlm. 49

keberuntungan semata.<sup>6</sup> Hal ini dilarang karena dapat menimbulkan ketidakadilan dan merugikan salah satu pihak dalam transaksi. Hal ini ditegaskan dalam QS. Al-Maidah ayat 90:<sup>7</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٩٠﴾

"Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan."

Ayat di atas menjelaskan bahwa kita diperintahkan untuk menjauhi segala bentuk taruhan atau perjudian. Hal ini karena dalam taruhan, seseorang bisa mendapatkan keuntungan besar tanpa usaha yang jelas dan halal, hanya berdasarkan keberuntungan semata. Padahal, keuntungan dalam Islam seharusnya diperoleh melalui usaha yang jujur dan adil.

Praktik-praktik seperti itu semakin populer di kalangan konsumen muslim, namun belum ada kajian komprehensif yang menganalisis kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Di tengah perkembangan model bisnis digital yang makin kompleks, konsumen muslim membutuhkan kepastian dan kejelasan hukum tentang transaksi yang mereka lakukan, terutama dalam era digital ini di mana berbagai model bisnis baru bermunculan.

Dalam jual beli, ada beberapa syarat penting supaya transaksi dianggap sah menurut hukum Islam, seperti barang yang diperjualbelikan harus jelas jenis dan kondisinya, halal, bermanfaat, dan memiliki nilai atau berharga.<sup>8</sup> Dari semua syarat tersebut, kejelasan barang menjadi yang paling utama, karena dengan begitu pembeli tahu apa yang ia beli dan terhindar dari kemungkinan kerugian.

<sup>6</sup> Akram Ista dkk, "Riba, *Gharar*, Dan *Maysir* Dalam Sistem Ekonomi", *Jurnal Tana Mana*, Vol 4, No. 3 (2024): Hlm. 325

<sup>7</sup> Jaenudin, *Hukum Ekonomi Syariah: Sebuah Perspektif Keilmuan* (Kabupaten Bandung, Jawa Barat: Widdina Bhakti Persada, 2022): hlm. 57

<sup>8</sup> Muhammad Deni Putra, "Jual Beli On-Line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *ILTIZAM Journal of Shariah Economic Research*, Vol 3, No. 1 (2019): hlm 25-27

Penulis tertarik mengkaji praktik jual beli dengan sistem *blind pouch* karena maraknya penggunaan model ini di kalangan masyarakat, khususnya oleh konsumen muslim. Model pemasaran yang menawarkan kejutan isi dalam kemasan ini menarik minat banyak pihak, namun menimbulkan pertanyaan dari sisi kejelasan hukum dalam Islam. Oleh karena itu, penting untuk dikaji bagaimana hukum jual beli dengan sistem seperti ini dalam perspektif fiqh muamalah, agar umat Islam mendapatkan kepastian hukum dalam melakukan transaksi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Fenomena *blind pouch* juga menarik dari sisi perilaku pembeli. Sebagian konsumen merasa tertarik karena unsur kejutan dan peluang mendapatkan barang bernilai tinggi, sementara sebagian lainnya justru khawatir terhadap ketidakjelasan isi (*gharar*) dan potensi unsur untung-untungan (*maysir*) yang mungkin muncul dalam transaksi tersebut. Perbedaan persepsi dan respons pembeli ini menjadi aspek penting untuk dikaji, terutama bagi konsumen muslim yang membutuhkan kejelasan mengenai kehalalan dan keabsahan suatu transaksi.

Melihat maraknya praktik jual beli *blind pouch* yang dilakukan secara *live* di aplikasi TikTok Shop, khususnya oleh pelaku usaha yang menasar konsumen muslim, maka perlu dilakukan kajian secara komprehensif dari sudut pandang hukum ekonomi syariah. Selain untuk memberikan kepastian hukum bagi umat Islam, penelitian ini juga bertujuan mengevaluasi kesesuaian strategi pemasarannya dengan prinsip-prinsip syariah. Berdasarkan hal tersebut, penulis menyusun skripsi dengan judul "**Jual Beli *Blind pouch* Secara *Live* di Aplikasi TikTok Shop Menurut Hukum Ekonomi Syariah**".

## **B. Rumusan Masalah**

Dari penjelasan di atas, ada beberapa hal penting yang perlu dipelajari lebih dalam agar kita bisa memahami dengan jelas tentang jual beli sistem *blind pouch* dari sisi hukum ekonomi syariah. Karena itu, penelitian ini akan fokus untuk menjawab beberapa pertanyaan berikut:

1. Bagaimana praktik jual beli *blind pouch* secara *live* di Aplikasi TikTok Shop?
2. Bagaimana tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap jual beli *blind pouch* secara *live* di Aplikasi TikTok Shop?

### C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah ditetapkan, penelitian ini bertujuan untuk mencapai beberapa hal penting sebagai berikut:

1. Menjelaskan praktik jual beli *blind pouch* secara *live* di Aplikasi TikTok Shop.
2. Menganalisis tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap jual beli *blind pouch* secara *live* di aplikasi TikTok Shop.

### D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat baik secara teori maupun praktik, khususnya bagi masyarakat muslim yang sering berbelanja secara *online* serta bagi pelaku usaha yang ingin menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain:

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi tambahan pengetahuan dalam bidang hukum ekonomi syariah, khususnya yang berkaitan dengan praktik jual beli modern seperti sistem *blind pouch* yang banyak digunakan di media sosial. Kajian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan teori di bidang hukum ekonomi syariah serta memperkaya pembahasan fiqh muamalah dengan contoh-contoh yang relevan dengan perkembangan zaman dan teknologi.<sup>9</sup>

#### 2. Manfaat Praktis

---

<sup>9</sup> Bambang Sigit Widodo, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Sistematis dan Komprehensif* (Yogyakarta: Eiga Media, 2021): hlm. 75.

Manfaat praktis adalah manfaat penelitian yang dapat digunakan secara langsung oleh berbagai pihak, seperti pengambil kebijakan, pelaksana kebijakan, praktisi, maupun peneliti lain, sebagai acuan, bahan pertimbangan, atau referensi dalam pengambilan keputusan, pelaksanaan kegiatan, dan penelitian lebih lanjut.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini, manfaat praktis dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Bagi Konsumen Muslim

Penelitian ini bisa membantu konsumen muslim untuk lebih memahami apakah praktik jual beli *blind pouch* sesuai dengan ajaran Islam atau tidak. Dengan pemahaman ini, konsumen diharapkan lebih berhati-hati dan tidak mudah tergiur oleh penawaran yang belum tentu halal menurut syariah.

b. Bagi Pelaku Usaha

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para pelaku usaha, khususnya yang menjual produk secara *online*. Mereka bisa mengevaluasi kembali strategi pemasarannya agar tetap menarik, tetapi tetap sesuai dengan prinsip kejujuran, transparansi, dan keadilan dalam Islam.

c. Bagi Pihak yang Berwenang

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang berwenang atau regulator untuk menyusun pedoman atau aturan yang lebih jelas terkait jual beli secara *online*, khususnya agar tetap menjaga perlindungan terhadap konsumen dan tidak menyimpang dari nilai-nilai Islam.

## E. Hasil Penelitian Terdahulu

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh sylvia Nuriiazizah dengan judul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli *Blind box* Pada *Marketplace* Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016

---

<sup>10</sup> Bambang Sigit Widodo, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Sistematis dan Komprehensif* (Yogyakarta: Eiga Media, 2021): hlm. 75.

Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik”, pada tahun 2020.<sup>11</sup> Penelitian ini membahas mengenai fenomena yang terdapat dalam salah satu fitur jual beli *online* pada *Marketplace* yang dinamakan *Blind box*. Penelitian tersebut menemukan bahwa transaksi *blind box* mengandung unsur *gharar* karena ketidakjelasan isi produk yang dijual, sehingga tidak memenuhi syarat jual beli salam sesuai fatwa DSN MUI 05/DSN-MUI/VI/2000. Oleh karena itu, jual beli *blind box* dalam konteks tersebut dianggap tidak sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah.

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Fausia Amelia berjudul “Tinjauan Hukum Islam tentang Jual Beli *Mystery box* di Toko *Online* (Studi Kasus Transaksi Masyarakat Belawa pada Toko *Online* Lazada)”, pada tahun 2023.<sup>12</sup> Penelitian ini membahas sistem transaksi jual beli *mystery box* yang dilakukan masyarakat Belawa di toko *online* Lazada serta meninjau praktik tersebut dari perspektif hukum Islam. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa praktik jual beli *mystery box* di Lazada tidak memenuhi salah satu syarat sah jual beli dalam hukum ekonomi Islam, yaitu kejelasan objek transaksi. Penjual hanya mencantumkan jenis barang tanpa menjelaskan sifat-sifatnya secara rinci. Selain itu, adanya ketidakpastian isi dan fakta bahwa barang hanya diketahui oleh pihak penjual menimbulkan unsur spekulasi dari pihak pembeli. Oleh karena itu, jual beli tersebut tergolong ke dalam jual beli *gharar* dan dinyatakan tidak diperbolehkan dalam Islam.

*Ketiga*, penelitian yang dilakukan oleh Alfi Saputra yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Dan Hukum Positif Tentang Praktik Jual Beli *Online Mystery box* Di *Marketplace* Shopee”, pada tahun 2024.<sup>13</sup> Penelitian ini berangkat dari permasalahan bahwa baik hukum Islam maupun hukum positif,

---

<sup>11</sup> Sylvia Nurazizah, “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli *Blind box* Pada *Marketplace* Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik,” *Al-Muamalat: Jurnal Eknomi Syariah*, Vol 7, No. 2 (2020): hlm 37.

<sup>12</sup> Fausia Amelia, *Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Mystery box Di Toko Online (Studi Kasus Transaksi Masyarakat Belawa Pada Toko Online Lazada)*, (Parepare: Institut Agama Islam Negeri, 2023): hlm 39-61

<sup>13</sup> Alfi Saputra, “Tinjauan Hukum Islam Dan Hukum Positif Tentang Praktik Jual Beli *Online Mystery box* Di *Marketplace* Shopee”, Vol 2, no. 0 (2024): hlm. 1-91.

khususnya KUHPerdata, sama-sama mensyaratkan kejelasan spesifikasi barang agar perjanjian jual beli dianggap sah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun produk dimiliki oleh penjual, mengandung unsur keuntungan, dan akad dilakukan sesuai syariah dengan ijab dan qabul yang sah secara daring, sistem jual beli ini tetap dinilai tidak sah menurut hukum Islam karena pembeli tidak mengetahui isi produk yang akan diterimanya, sehingga mengandung unsur *gharar* yang dilarang dalam syariah.

*Keempat*, penelitian yang dilakukan Ihsan Helmi Lubis berjudul “Jual Beli *Mystery box* dalam E-Marketplace Ditinjau dari Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”, pada tahun 2024.<sup>14</sup> Pada penelitian ini membahas mengenai hukum dari jual beli *mystery box* di *Marketplace* apakah sesuai dengan Hukum Ekonomi Syariah atau tidak. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa dalam praktik jual beli *mystery box* pada e-Marketplace, rukun dan syarat *al-‘aqidain* (penjual dan pembeli) serta *shighat al-‘aqd* (pernyataan kehendak/akad) telah terpenuhi. Namun, pada unsur *ma’qud ‘alaih* (objek jual beli), ditemukan adanya unsur *gharar* dan *maysir* akibat ketidakjelasan zat, bentuk, dan sifat produk yang akan diterima oleh pembeli. Ketidakpastian ini menjadikan transaksi tersebut tidak sah dan dihukumi haram dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

*Kelima*, penelitian yang dilakukan oleh Indra Nugraha Pasha dan Hisyam Asyiqin yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Barang *Mystery Box* Di Market Place Shopee”, pada tahun 2024.<sup>15</sup> Penelitian ini membahas praktik jual beli *mystery box* di Shopee, di mana pembeli tidak mengetahui jenis dan kondisi barang yang akan diterima, sehingga menimbulkan ketidakjelasan objek akad dan potensi kerugian bagi salah satu pihak. Dalam penelitian tersebut disimpulkan bahwa hukum jual beli *mystery box* adalah haram. Transaksi jual beli *mystery box* di Shopee dinyatakan batal

---

<sup>14</sup> Ihsan Helmi Lubis, “Jual Beli *Mystery box* Dalam E-Marketplace Ditinjau Dari Perspektif Hukum Ekonomi Syariah,” *Yurisprudencia*, Vol 10, no. 2 (2024): hlm 266–287.

<sup>15</sup> Indra Nugraha Pasha dan Hisyam Asyiqin, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Barang *Mystery Box* Di Market Place Shopee,” *Collegium Studiosum Journal*, Vol 7, no. 1 (2024): 20–27.

secara efektif berdasarkan syarat-syarat perjanjian bai' salam, khususnya karena tidak terpenuhinya syarat kejelasan jenis dan keistimewaan barang. Selain itu, transaksi tersebut juga termasuk dalam kategori jual beli *gharar* menurut hukum ekonomi syariah.

**Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian**

No	Penulis	Judul	Persamaan	Pembeda
1	Sylvia Nuriyazizah (2020)	Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli <i>Blind box</i> Pada <i>Marketplace</i> Dihubungkan dengan UU No. 19 Tahun 2016 tentang ITE	Persamaannya terdapat pada fokus utamanya, yaitu meninjau praktik jual beli produk misterius secara <i>online</i> ditinjau dari perspektif hukum ekonomi syariah.	Pada penelitian sebelumnya tidak dibahas mengenai mekanisme <i>live unboxing</i> di TikTok Shop yang memungkinkan pembeli melihat isi sebelum dikirim dan akan membahas mengenai sistem hadiannya.
2	Fausia Amelia (2023)	Tinjauan Hukum Islam tentang Jual Beli <i>Mystery box</i> di Toko <i>Online</i> (Studi Kasus Transaksi Masyarakat Masyarakat Belawa pada Toko <i>Online</i> Lazada)	Persamaannya terdapat dalam objek kajiannya, yaitu sama-sama menelaah praktik jual beli barang secara <i>online</i> yang bersifat misterius atau tidak diketahui isinya oleh pembeli.	Penelitian ini membahas <i>blind pouch</i> di TikTok Shop, bukan <i>mystery box</i> di <i>marketplace</i> lain, membahas mekanisme <i>live unboxing</i> , serta menambahkan aspek hadiah tambahan.
3	Alfi Saputra (2024)	Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif Tentang Praktik Jual Beli <i>Online Mystery box</i> di <i>Marketplace</i> Shopee	Kedua penelitian memiliki persamaan dalam hal objek kajian, yaitu praktik jual beli barang secara <i>online</i> dengan	Pembeda dari penelitian ini yaitu fokus pada TikTok Shop dan melihat bagaimana <i>unboxing</i> secara <i>live</i> mempengaruhi

No	Penulis	Judul	Persamaan	Pembeda
			sistem kejutan seperti <i>mystery box</i> dan <i>blind pouch</i> yang isi produknya tidak diketahui secara pasti oleh pembeli saat melakukan transaksi.	kejelasan barang yang dijual dan bagaimana hukum dari hadiah tambahannya.
4	Ihsan Helmi Lubis (2024)	Jual Beli <i>Mystery box</i> dalam E- <i>Marketplace</i> Ditinjau dari Perspektif Hukum Ekonomi Syariah	Sama-sama membahas praktik jual beli produk yang bersifat tidak diketahui secara pasti isi atau jenisnya oleh pembeli saat akad dilakukan, baik dalam bentuk <i>mystery box</i> di e- <i>Marketplace</i> maupun <i>blind pouch</i> di TikTok Shop. Keduanya menggunakan perspektif hukum ekonomi syariah	Penelitian ini akan membahas tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap sistem hadiah tambahan dalam praktik penjualan, yang belum dibahas pada penelitian Ihsan Helmi Lubis. Dan pada penelitian ini akan membahas mekanisme <i>live unboxing</i> di TikTok.
5	Indra Nugraha Pasha & Hisyam Asyiqin (2024)	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Barang <i>Mystery box</i> di <i>Marketplace</i> Shopee	Kedua penelitian ini memiliki persamaan dari sisi substansi kajian, yaitu sama-sama membahas praktik jual beli barang yang isi atau bentuknya tidak diketahui secara pasti oleh	Pembeda dari penelitian ini yaitu fokus pada TikTok Shop dan melihat bagaimana <i>unboxing</i> secara <i>live</i> mempengaruhi kejelasan barang yang dijual dan bagaimana hukum dari

No	Penulis	Judul	Persamaan	Pembeda
			pembeli pada saat transaksi dilakukan	hadiah tambahannya.

Dari beberapa penelitian sebelumnya, kebanyakan membahas tentang jual beli *mystery box* atau *blind box* di berbagai *marketplace*. Hasilnya menunjukkan bahwa sistem jual beli seperti itu mengandung unsur *gharar* karena pembeli tidak tahu isi barang yang akan diterima, sehingga dianggap tidak sesuai dengan hukum ekonomi syariah.

Namun, penelitian mengenai praktik jual beli *blind pouch* di TikTok Shop masih sangat terbatas. Padahal, sistem ini semakin populer dan memiliki karakteristik tersendiri, seperti adanya hadiah tambahan serta proses *live unboxing*, di mana penjual membuka isi barang secara langsung saat siaran berlangsung, sehingga pembeli dapat melihat barang sebelum dikirim.

Hal ini menimbulkan pertanyaan baru, apakah sistem tersebut masih mengandung *gharar* atau justru menguranginya karena pembeli bisa melihat isi barang. Oleh sebab itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kekosongan penelitian sebelumnya dan memberikan pemahaman hukum ekonomi syariah yang sesuai dengan perkembangan jual beli di era digital saat ini.

## E. Kerangka Berpikir

Hukum ekonomi syariah merupakan sistem hukum yang mengatur kegiatan ekonomi berdasarkan prinsip-prinsip Islam yang bersumber dari Al-Quran dan Hadis Nabi Muhammad SAW. Hukum ekonomi syariah di Indonesia menunjukkan kemajuan yang signifikan, yang sebagian besar didorong oleh hadirnya berbagai regulasi dan perundang-undangan yang mengatur sektor ekonomi berbasis syariah.<sup>16</sup>

Hukum ekonomi syariah memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dengan sistem ekonomi konvensional, yaitu adanya larangan

<sup>16</sup> Fitrianur Syarif, "Perkembangan Hukum Ekonomi Syariah Di Indonesia," *Pleno Jure*, Vol 8, no. 2 (2019): hlm. 1–16.

terhadap praktik riba, *gharar*, *maysir*, dan transaksi yang mengandung unsur haram. Larangan-larangan ini dibuat untuk memastikan setiap kegiatan ekonomi berjalan secara adil, transparan, dan tidak merugikan salah satu pihak, sehingga transaksi yang dilakukan benar-benar sesuai dengan nilai dan etika Islam.

Jual beli dalam perspektif syariah merupakan akad pertukaran harta dengan harta lainnya yang dilakukan secara sukarela antara dua pihak atau lebih dengan tujuan memperoleh keuntungan yang halal dan berkah. Jual beli adalah jenis akad (perjanjian) yang paling awal dikenal manusia dan masih sering digunakan sampai sekarang. Karena itulah, dalam hukum Islam, jual beli sering disebut *abu al-uqud* atau induk dari semua akad, untuk menunjukkan bahwa jual beli adalah akad yang paling dasar dan penting di antara akad-akad lainnya.<sup>17</sup> Konsep jual beli dalam fiqh muamalah memiliki aturan-aturan khusus yang harus dipenuhi agar transaksi tersebut sah menurut syariah Islam.

Dalam fiqh muamalah, jual beli dipahami sebagai akad pertukaran harta dengan harta lainnya yang dilakukan secara sukarela antara dua pihak untuk mendapatkan keuntungan yang halal dan berkah. Untuk dianggap sah menurut syariah, jual beli harus memenuhi rukun dan syarat yang telah ditetapkan, yaitu adanya penjual (*ba'i*), pembeli (*musytari*), barang yang diperjualbelikan (*mabi'*), harga (*tsaman*), serta ijab dan *qabul* sebagai bentuk kesepakatan kedua belah pihak.<sup>18</sup>

Salah satu bentuk aktivitas ekonomi yang berkembang pesat saat ini adalah praktik jual beli secara digital melalui platform *e-commerce* dan *live streaming*, salah satunya yaitu jual beli *blind pouch* di aplikasi TikTok Shop. Jual beli *blind pouch* sendiri merupakan praktik penjualan di mana barang dikemas secara tertutup, dan pembeli tidak mengetahui isi pasti dari kemasan sebelum membeli dan membukanya. Konsep ini hampir serupa dengan *mystery*

---

<sup>17</sup> Zakiyah Nafsah, "Jual Beli Dalam Ekonomi Islam (Aplikasi Jual Beli Dalam Fiqih Dan Perbankan Syariah)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 9, no. 2 (2023): hlm. 2071.

<sup>18</sup> Sri Ulfa Rahayu, Sahrudin Sahrudin, and Sandrina Malakiano Ritonga, "Analisis Jual Beli Dalam Perspektif Islam," *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol 4, No. 2 (2023): hlm. 1173-1175

*box* yang menawarkan unsur kejutan dan hiburan bagi pembeli. Namun, dari sisi hukum Islam, sistem ini menimbulkan pertanyaan mengenai kejelasan objek barang serta keabsahan akad. Karena dalam Islam, kejelasan dan transparansi merupakan hal penting agar tidak mengandung unsur *gharar* atau *maysir*. Oleh karena itu, jual beli *blind pouch* perlu dikaji lebih dalam untuk menilai kesesuaiannya dengan hukum ekonomi syariah.

Prinsip jual beli dalam ekonomi syariah dibangun atas dasar keadilan, transparansi, dan kemaslahatan bersama yang harus dipenuhi dalam setiap transaksi perdagangan. Prinsip pertama adalah prinsip kerelaan (*rida*) dimana kedua belah pihak harus melakukan transaksi atas dasar kerelaan tanpa ada paksaan. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Quran Surat An-Nisa ayat 29, dilarang mengambil harta dengan cara yang tidak benar, kecuali melalui perdagangan yang dilakukan atas dasar kerelaan bersama.<sup>19</sup>

Prinsip kedua adalah prinsip transparansi dan kejelasan (*bayan*) yang mengharuskan adanya kejelasan mengenai barang yang diperjualbelikan, harga, dan spesifikasi produk sehingga tidak terjadi penipuan atau ketidakpastian yang dapat merugikan salah satu pihak dalam transaksi. Prinsip ketiga adalah prinsip larangan *gharar* yang melarang adanya ketidakpastian berlebihan dalam transaksi, dimana barang yang diperjualbelikan harus jelas spesifikasinya dan dapat diserahkan sesuai dengan kesepakatan.<sup>20</sup>

Prinsip keempat adalah larangan riba, yaitu tidak boleh ada tambahan keuntungan yang diambil tanpa adanya imbalan yang seimbang. Jadi, dalam jual beli harus ada keseimbangan antara barang yang dijual dan harga yang disepakati. Prinsip kelima adalah prinsip larangan *maysir* yang melarang adanya unsur spekulasi atau taruhan dalam transaksi jual beli, dimana hasil transaksi tidak boleh bergantung pada keberuntungan semata tetapi harus berdasarkan nilai riil dari barang yang diperjualbelikan.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Aida Nur Afifah, "Jual Beli Yang Sah Menurut Islam: Ayat Al-Qur'an Dan Hadist Sebagai Pedoman," *Al-A'mal Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, Vol. 1 (2024): hlm. 3

<sup>20</sup> Runto Hediananda and Ahmad Dasuki Aly, "Transaksi Jual Beli *Online* Perspektif Ekonomi Syariah," *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, (2020): hlm. 41–53.

<sup>21</sup> Zakiyah Nafsah, "Jual Beli Dalam Ekonomi Islam (Aplikasi Jual Beli Dalam Fiqih Dan Perbankan Syariah)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 9, no. 2 (2023): hlm. 2071.

Prinsip keenam adalah prinsip keadilan (*'adl*), yang menekankan bahwa dalam transaksi tidak boleh ada pihak yang dirugikan. Baik penjual maupun pembeli harus mendapatkan manfaat yang adil sesuai dengan peran dan kontribusinya masing-masing. Prinsip ketujuh adalah prinsip keberkahan dimana transaksi harus membawa manfaat dan keberkahan bagi kedua belah pihak serta tidak menimbulkan mudharat atau kerugian yang berlebihan bagi salah satu pihak.<sup>22</sup>

Dalam QS. An-Nisa: 29, Allah SWT berfirman:<sup>23</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu."

Ayat ini menjadi landasan bahwa setiap transaksi dalam Islam harus dilakukan dengan cara yang jelas, jujur, dan saling rida antara penjual dan pembeli. Dengan saling *rida*, transaksi menjadi sah secara syariat dan mencerminkan nilai keadilan dalam Islam.

Selain itu, dalam hadits riwayat Muslim, Rasulullah SAW bersabda:<sup>24</sup>

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ: نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ، وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ.

"Dari Abu Hurairah, ia berkata: Rasulullah melarang jual beli dengan cara lempar batu (*bai' al-hashah*), dan jual beli yang mengandung *gharar* (ketidakjelasan)." (HR. Muslim)

*Bai' al-hashah* merupakan bentuk jual beli yang dilakukan dengan cara melempar batu ke arah barang, dan barang yang terkena lemparan itulah yang dianggap terbeli.<sup>25</sup> Praktik ini jelas mengandung ketidakpastian karena tidak

<sup>22</sup> Yusup Azazy and Rusmani, "Prinsip Bisnis Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 02 (2018): hlm. 103–104.

<sup>23</sup> Ranti Afifah, "Qs. An-Nisa (4) Ayat 29: Jual-Beli Berdasar Paradigma Ekonomi Islam," *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, Vol. I, No. 4 (2023): hlm. 116

<sup>24</sup> Jaenudin, *Hukum Ekonomi Syariah: Sebuah Perspektif Keilmuan*, (Kabupaten Bandung, Jawa Barat: Widdina Bhakti Persada, 2022), hlm. 57.

<sup>25</sup> Hamnah Hamnah, "Validitas Hadis Tentang Jual Beli *Gharar*," *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, Vol. 7, No. 2 (2021): hlm. 94

ada kejelasan mengenai barang, harga, ataupun kesepakatan antara kedua belah pihak.

Untuk memperjelas landasannya, ada kaidah fikih yang berbunyi:<sup>26</sup>

الضرر يزال

“Setiap bentuk bahaya atau kerugian harus dihilangkan.”

Maksud dari kaidah ini adalah bahwa dalam Islam, segala hal yang bisa membahayakan atau merugikan orang lain harus dihindari dan dihilangkan. Hal ini sejalan dengan tujuan ajaran Islam, yakni melindungi kebaikan hidup manusia dan menghindarkan mereka dari berbagai hal yang bisa membawa kerusakan atau kesulitan.

الأصل في المعاملات الإباحة إلا أن يدل دليل على تحريمها

“Pada dasarnya segala bentuk muamalah (transaksi) itu dibolehkan, kecuali ada dalil yang menunjukkan keharamannya”<sup>27</sup>

Kaidah tersebut menjelaskan bahwa pada dasarnya, hukum setiap muamalah dan transaksi seperti murabahah (jual beli), Ijarah (sewa menyewa), rahn (gadai), mudharabah atau musyarakah (kerjasama), wakalah (perwakilan), dan lain-lain adalah boleh. Kegiatan muamalah tersebut diperbolehkan selama tidak ada dalil yang secara tegas mengharamkannya. Dalam menjalankan bisnis, suatu hal yang sangat penting adalah masalah akad (perjanjian). Akad sebagai salah satu cara untuk memperoleh harta dalam syariat islam yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Akad merupakan cara yang diridhai Allah dan harus ditegakkan isinya.<sup>28</sup>

Sebuah transaksi bisa dianggap sah kalau sudah memenuhi syarat-syarat dasar seperti adanya kejelasan, keadilan, dan tidak mengandung unsur penipuan atau ketidakpastian. Tapi kalau transaksi itu melanggar prinsip-prinsip tersebut, maka bisa dianggap tidak sesuai atau bahkan haram menurut hukum Islam.

<sup>26</sup> Mustafa Ahmad Al-Zarqa, *Syarah Al-Qawaid Al-Fiqhiyyah*, 2020. Hlm 78

<sup>27</sup> Mustafa Ahmad Al-Zarqa, *Syarah Al-Qawaid Al-Fiqhiyyah*, 2020. hlm 61

<sup>28</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 71.

Praktik jual beli *blind pouch* di TikTok Shop berkaitan dengan beberapa Fatwa DSN-MUI yang mengatur aspek jual beli dalam ekonomi syariah. Fatwa DSN-MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli menjadi rujukan utama yang menegaskan bahwa barang yang diperjualbelikan harus jelas spesifikasinya, diketahui sifat dan jumlahnya, serta tidak mengandung unsur *gharar* atau ketidakpastian yang berlebihan. Ketentuan ini penting karena dalam jual beli *blind pouch* pembeli tidak mengetahui isi barang sebelum transaksi dilakukan.<sup>29</sup>

Selain itu, Fatwa DSN-MUI No. 144/DSN-MUI/2021 tentang *Marketplace* Berdasarkan Prinsip Syariah memberikan panduan bagi penyelenggaraan perdagangan digital agar transaksi berjalan sesuai prinsip syariah,<sup>30</sup> sedangkan Fatwa DSN-MUI No. 146/DSN-MUI/IX/2021 tentang *online shop* Berdasarkan Prinsip Syariah mengatur kewajiban pelaku usaha untuk menjelaskan objek transaksi secara transparan dan menghindari unsur spekulatif yang dapat merugikan salah satu pihak. Dengan demikian, ketiga fatwa ini menjadi pedoman penting dalam menilai keabsahan praktik jual beli *blind pouch* secara *live* di TikTok Shop.<sup>31</sup>

Pembahasan mengenai jual beli *blind pouch* dilihat dari hukum ekonomi syariah, khususnya berkaitan dengan sah atau tidaknya transaksi berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli. Penelitian ini mengkaji apakah praktik *blind pouch* sudah sesuai dengan prinsip jual beli dalam syariah, seperti adanya kejelasan barang dan tidak adanya unsur ketidakpastian. Karena itu, penting memastikan cara jual beli *blind pouch*, termasuk yang dilakukan melalui TikTok Shop, berjalan sesuai aturan syariah agar transaksinya dianggap sah. Selain itu, Fatwa DSN-MUI No. 144/DSN-MUI/2021 tentang *marketplace* syariah dan Fatwa DSN-MUI No. 146/DSN-

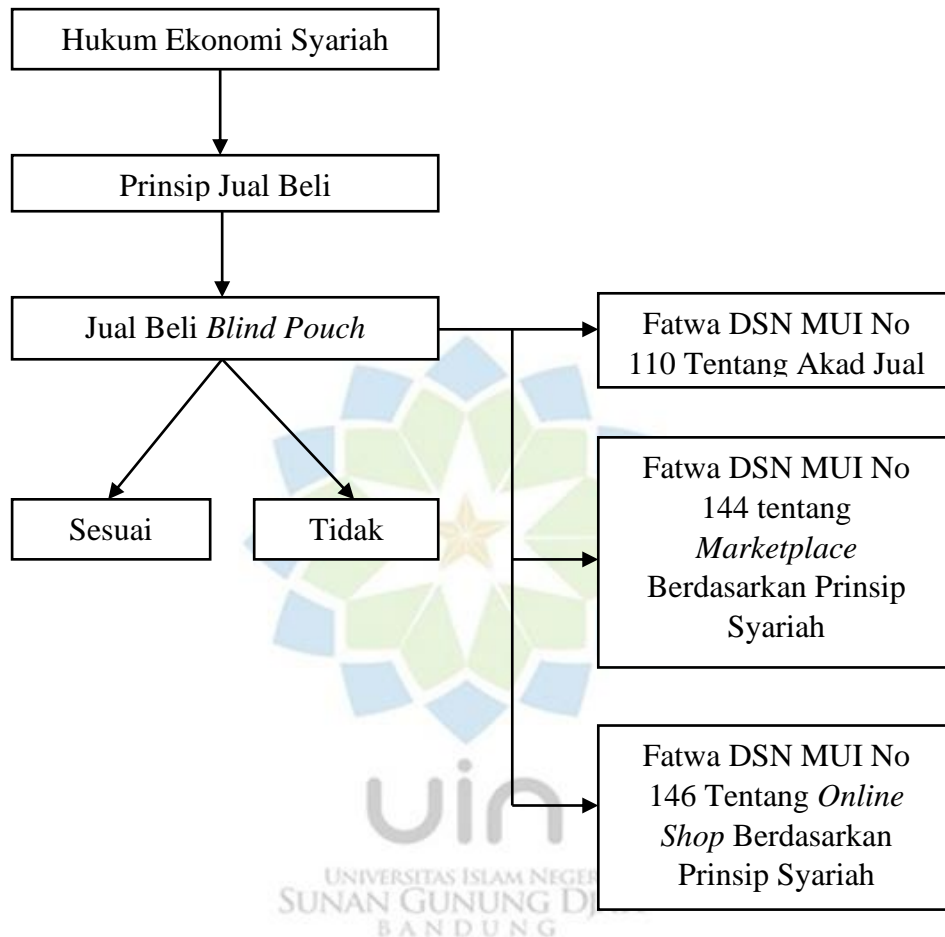
---

<sup>29</sup> Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa tentang Akad Jual Beli*, No 110/DSN- MUI/IX/2017 (Jakarta, 2017): hlm. 3-6

<sup>30</sup> Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa tentang Marketplace Berdasarkan Prinsip Syariah, No: 144/DSN-MUI/XII/2021* (Jakarta, 2021): hlm. 6-14

<sup>31</sup> Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa tentang Online shop Berdasarkan Prinsip Syariah, No: 146/DSN-MUI/IX/2021* (Jakarta, 2021): hlm. 6-9

MUI/IX/2021 tentang *online shop* syariah juga menjadi acuan penting karena menekankan perlunya transparansi barang dan larangan unsur spekulatif dalam transaksi.



**Gambar 1.3 Kerangka Berpikir**