

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi informasi di era digital saat ini telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk perdagangan. Digitalisasi mendorong munculnya berbagai inovasi dalam transaksi jual beli, khususnya secara online.¹ Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah *mystery box*, yaitu produk yang dikemas dalam bentuk kotak berisi barang-barang acak yang tidak diketahui oleh pembeli hingga transaksi selesai. Isi dari *mystery box* dapat berupa barang elektronik, aksesoris, produk kecantikan, mainan, hingga barang koleksi, dengan nilai dan jenis barang yang tidak dijelaskan secara pasti kepada konsumen.²

Daya tarik utama *mystery box* adalah unsur kejutan dan ketidakpastian yang membuat konsumen tertarik untuk membeli. Namun demikian, ketidakjelasan isi barang tersebut menimbulkan persoalan penting terkait pemenuhan hak atas informasi, khususnya bagi konsumen muslim yang membutuhkan kepastian mengenai kehalalan produk.³ Indonesia sebagai

¹ Ulya Hajar Dzakiah Yahya, "Wamendag Tegaskan RI Perlu Manfaatkan Transformasi Digital, Khususnya untuk Perdagangan," *Warta Ekonomi*, 12 Februari 2025, <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/wamendag-tegaskan-ri-perlu-manfaatkan-transformasi-digital-khususnya-untuk-perdagangan>, diakses 4 Agustus 2025 pukul 21.07 WIB.

² Muhammad Syamsudin, "Praktik Haram Jual Beli *Mystery box* yang Marak di Marketplace," *NU Online*, 10 Desember 2020, <https://islam.nu.or.id/ekonomi-syariah/praktik-haram-jual-beli-mystery-box-di-marketplace-xVNFI>, diakses 4 Agustus 2025, Pukul 21.16 WIB.

³ Kumparan, "Data Dukcapil 2024: Islam Agama Mayoritas di Indonesia, Dianut 245 Juta Jiwa," *kumparanNEWS*, 8 Agustus 2024, <https://kumparan.com/kumparannews/data-dukcapil-2024-islam-agama-mayoritas-di-indonesia-dianut-245-juta-jiwa-23Hnnzxwyq8>, diakses 4 Agustus 2025, Pukul 21.20 WIB.

negara dengan mayoritas penduduk muslim telah menetapkan aturan yang mewajibkan kejelasan informasi terkait kehalalan produk.⁴

Produk *Mystery box* secara potensial menimbulkan persoalan terhadap jaminan kehalalan produk, sebab sistem penjualan yang tidak mengungkap isi barang menimbulkan ketidakjelasan apakah produk tersebut halal atau tidak. Dalam perspektif UU JPH (UU JPH), ketentuan mengenai hak atas informasi diatur dalam Pasal 4 UU JPH yang menegaskan bahwa konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan kehalalan suatu produk, sehingga seluruh produk yang beredar wajib memberikan kejelasan informasi.⁵ Hal ini ditegaskan kembali dalam Pasal 1 ayat (4) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal, yang menjelaskan bahwa jaminan produk halal tidak hanya berkaitan dengan bahan dan proses produksi, tetapi juga menuntut adanya transparansi informasi yang menjauhkan produk dari unsur ketidakpastian (*gharar*). Dengan demikian, pemenuhan hak atas informasi terkait status kehalalan menjadi bagian integral dalam perlindungan konsumen muslim.⁶

Keterkaitan antara kejelasan informasi dan prinsip kehalalan berakar kuat dalam ajaran Islam. Ketika suatu transaksi tidak memberikan kejelasan

⁴ Hayyun Durrotul Faridah, "Halal Certification in Indonesia; History, Development, and Implementation," *Journal of Halal Product and Research*, Volume 2, No. 2, 2019, hlm. 68–78, <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78>, diakses 4 Agustus 2025 Pukul 21.34 WIB.

⁵ BincangSyariah, "Hukum Jual Beli *Mystery box* dalam Pandangan Islam," *BincangSyariah.com*, 2024, <https://bincangsyariah.com/kolom/hukum-jual-beli-mystery-box-dalam-pandangan-islam/>, diakses 4 Agustus 2025, Pukul 21.27 WIB.

⁶ Wahbah al-Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*, Jilid 5, Jakarta, Gema Insani, 2011, hlm. 100-101.

mengenai isi dan sifat barang, maka hal tersebut termasuk dalam kategori *gharar* yang dilarang. Namun demikian, konsep *gharar* tidak ditemukan secara eksplisit dalam undang-undang positif Indonesia, baik dalam UU JPH maupun peraturan lainnya, sehingga rujukan normatif utama mengenai larangan *gharar* berasal dari Al-Qur'an. Ayat yang paling relevan terkait larangan mengambil harta dengan cara yang batil adalah QS. Al-Baqarah ayat 188, yang digunakan sebagai dasar karena menjelaskan bahwa segala bentuk transaksi yang mengandung ketidakjelasan dan potensi merugikan termasuk tindakan yang dilarang. Ayat ini menjadi penting karena Al-Qur'an merupakan satu-satunya sumber otoritatif yang secara prinsipil menjelaskan larangan *gharar*, sementara peraturan-peraturan positif hanya mengatur transparansi tetapi tidak menyebut istilah *gharar* secara langsung.

QS. Al-Baqarah ayat 188 menegaskan larangan memakan harta orang lain dengan cara yang batil, yang dalam konteks transaksi modern mencakup praktik spekulatif dan tidak transparan. Penjelasan ini menjadi relevan karena *mystery box* mengandung ketidakpastian besar terkait isi dan nilai barang, dan dapat menjerumuskan konsumen pada ketidakadilan sebagaimana yang disebutkan dalam ayat tersebut. Pemilihan ayat ini didasarkan pada relevansinya terhadap unsur ketidakjelasan dan potensi penyalahgunaan transaksi, sehingga ayat ini lebih tepat dibanding ayat lain ketika membahas *gharar* dalam jual beli kontemporer. Berikut:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ
وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Dan janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil...”

Seiring berkembangnya digitalisasi dalam dunia perdagangan, platform media sosial seperti TikTok tidak hanya menjadi sarana hiburan tetapi juga berkembang sebagai *marketplace* melalui fitur *TikTokShop*. Fitur ini memungkinkan pelaku usaha dan kreator konten memasarkan serta menjual produk secara langsung kepada konsumen melalui siaran langsung (*live streaming*) maupun konten video pendek.⁷ Model transaksi seperti ini memadukan hiburan dan perdagangan, di mana konsumen tergoda untuk melakukan pembelian impulsif karena efek visual, testimoni langsung dari seller, dan narasi kejutan isi box. Sistem penjualan ini pada akhirnya lebih menonjolkan unsur hiburan dan efek kejutan (*surprise effect*) daripada transparansi mengenai isi produk, sehingga aspek informasi menjadi minim dan tidak sesuai dengan prinsip kejelasan yang diwajibkan oleh hukum maupun syariah.⁸ Akibatnya, transaksi jual beli online melalui TikTokShop seringkali menempatkan konsumen pada posisi yang tidak ideal, di mana mereka tidak mendapatkan informasi yang memadai mengenai status halal dan spesifikasi produk, sehingga berpotensi melanggar prinsip keadilan dan kehalalan dalam jual beli menurut syariah.

⁷ Weni Mahyunita, Amrizal Hamsa, dan Ida Rahma, “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli pada Aplikasi TikTok Shop,” *JIMMI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, Volume 2, No. 2, 2025, hlm. 261–277, <https://doi.org/10.71153/jimmi.v2i2.334>, diakses 7 Agustus 2025, Pukul 19.22 WIB.

⁸ Resita Santoso, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Mystery box di E-Commerce (Studi Kasus di Online Shop TikTok Shop)*. Disertasi Doktoral, Universitas Islam Indonesia, 2024, hlm. 2. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/51236>. Diakses 6 Agustus 2025 pukul 18.05 WIB.

Dalam Islam, setiap transaksi harus terbebas dari ketidakjelasan (*gharar*), sebab hal itu dapat menimbulkan kerugian dan ketidakadilan.⁹ Hadis Nabi Muhammad ﷺ yang melarang jual beli *gharar*, sebagaimana diriwayatkan oleh Muslim dari Abu Hurairah ra, menjadi landasan bahwa hukum Islam melarang transaksi yang mengandung ketidakpastian besar.¹⁰ Terkait konteks mystery box, ketidaktahuan konsumen terhadap isi dan asal produk termasuk ketidakpastian besar yang bertentangan dengan prinsip transparansi dan kehalalan sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UU JPH dan diperkuat oleh prinsip syariah. Ketentuan ini menegaskan bahwa penyelenggaraan jaminan produk halal wajib menjamin kejelasan bahan, proses, serta informasi produk kepada konsumen.

Konteks penelitian ini menekankan pentingnya perlindungan hak atas informasi dalam kaitannya dengan jaminan produk halal bagi konsumen muslim. Pemenuhan hak atas informasi ini tidak hanya menjadi tanggung jawab moral, tetapi juga merupakan kewajiban hukum sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 4 UU JPH. Penerapan prinsip kejelasan dan keterbukaan informasi oleh pelaku usaha menjadi kunci dalam mewujudkan transaksi yang sesuai syariah dan bebas dari unsur *gharar* yang dilarang oleh Al-Qur'an.¹¹ langkah tersebut tidak hanya melindungi konsumen, tetapi juga

⁹ Khalid Bin Ali Al, *Buku Pintar Muamalah: Aktual & Mudah*, Wafa Press, Klaten, 2012, hlm. 29.

¹⁰ Atik Devi Kusuma, Lidya Zanti, Wan Elnayla Azzahra, Windi Alya Ramadhani, dan Wismanto, "Gharar dalam Transaksi Ekonomi: Analisis Hukum Islam dan Implikasinya," *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, Volume 2, No. 6, 2024, hlm. 142, <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i6.1413>, diakses 4 Agustus 2025, Pukul 21.49 WIB.

¹¹ Kusuma et al., "Gharar dalam Transaksi Ekonomi," hlm. 146. diakses 4 Agustus 2025, Pukul 21.49 WIB.

dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang beredar di pasar digital.¹²

Idealitanya, pelaku usaha harus memberikan hak atas informasi menurut Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.¹³ Jika mereka menjual produk melalui sistem elektronik, mereka wajib memberikan informasi yang lengkap, benar, dan tidak menyesatkan, terutama yang berkaitan dengan spesifikasi, asal, bahan, dan jaminan kehalalan produk. Informasi yang diberikan tidak boleh menimbulkan ekspektasi yang salah. Realitanya, penjualan mystery box di aplikasi TikTokShop tidak memenuhi hak atas informasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 UU JPH dan Pasal 9 UU ITE karena sifat dasar mystery box yang tidak mengungkapkan isi produk, sehingga menimbulkan ketidakpastian dan kekhawatiran konsumen muslim terhadap status kehalalan barang yang diterima.

Idealitanya pula, pelaku usaha wajib bertanggung jawab sebagaimana ketentuan Pasal 19 UUPK, yang menetapkan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh konsumen akibat barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, termasuk dalam kasus ketidaksesuaian antara informasi dan barang yang diterima.¹⁴ Selain itu, Pasal 1365 KUHPerdata menyatakan bahwa setiap perbuatan melanggar hukum yang menyebabkan kerugian kepada orang lain mewajibkan pihak yang

¹² Ibid, hlm.141, diakses 4 Agustus 2025, Pukul 21.49 WIB.

¹³ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

¹⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

melakukannya untuk mengganti kerugian.¹⁵ Dengan demikian, pelaku usaha yang menjual *mystery box* harus bertanggung jawab atas potensi kerugian konsumen muslim apabila gagal memberikan informasi yang jelas mengenai isi dan status kehalalan produk, karena ketidakpastian isi *mystery box* secara mendasar bertentangan dengan prinsip kejelasan yang wajib dipenuhi dalam transaksi syariah maupun hukum positif.

Dalam pandangan hukum Islam, tanggung jawab ini juga sejalan dengan prinsip amanah dan keadilan dalam muamalah. Fatwa MUI Sulawesi Selatan Nomor 01 Tahun 2021 tentang Transaksi *Mystery box* turut memperkuat pandangan bahwa praktik jual beli dengan sistem ketidakpastian dan spekulasi seperti ini bertentangan dengan prinsip syariah dan tidak memenuhi ketentuan jaminan produk halal. Dengan demikian, ketidakpastian isi dalam *Mystery box* tidak hanya menimbulkan unsur *gharar*, tetapi juga melanggar prinsip kehalalan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 UU JPH.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada pemenuhan hak atas informasi konsumen muslim terhadap jaminan produk halal pada penjualan *Mystery box* di aplikasi TikTokShop, dengan menelaah sejauh mana pelaku usaha memenuhi kewajiban hukum untuk memberikan informasi produk yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan sesuai peraturan perundang-undangan serta prinsip hukum Islam.

B. Rumusan Masalah

¹⁵ Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pemenuhan hak atas informasi konsumen Muslim terhadap jaminan produk halal pada penjualan *Mystery box* melalui aplikasi TikTokShop?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha dalam menjamin kehalalan produk *Mystery box* yang diperjualbelikan melalui aplikasi TikTokShop?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang serta rumusan masalah, maka tujuan penelitian penulisan proposal ini adalah:

1. Untuk menganalisis pemenuhan hak atas informasi konsumen Muslim terhadap jaminan produk halal dalam transaksi jual beli *Mystery box* melalui aplikasi TikTokShop.
2. Untuk menganalisis tanggung jawab pelaku usaha dalam memastikan kehalalan produk *Mystery box* yang diperjualbelikan melalui aplikasi TikTokShop, sesuai dengan prinsip perlindungan konsumen dan hukum ekonomi Islam.

D. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat teoritis dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya di bidang hukum perlindungan konsumen dan hukum ekonomi Islam, melalui kajian mengenai pemenuhan hak atas informasi dan jaminan kehalalan produk dalam transaksi digital. Penelitian ini juga memperkaya kajian akademik mengenai penerapan prinsip halal, thayyib, dan transparansi informasi pada praktik jual beli modern seperti penjualan *Mystery box* di aplikasi TikTokShop.
2. Bagi Konsumen Muslim, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hak atas informasi produk yang dibeli, serta kesadaran akan pentingnya etika dalam transaksi digital, khususnya pada penjualan produk *Mystery box* di *TikTokShop*. Bagi Pelaku Usaha, penelitian ini mendorong peningkatan transparansi dalam pemasaran dan penjualan produk, serta penyesuaian strategi bisnis sesuai dengan prinsip perlindungan konsumen dan syariah Islam. Bagi Regulator (pemerintah dan lembaga pengawas perdagangan), penelitian ini dapat menjadi masukan dalam merumuskan kebijakan dan mengawasi praktik penjualan produk berbasis ketidakpastian seperti *Mystery box* di *TikTokShop*, guna memastikan perlindungan hak konsumen secara adil dan sesuai dengan prinsip agama. Harapannya, penelitian ini dapat menjadi sumber referensi yang berguna bagi penelitian lebih lanjut dalam ranah akademis, baik untuk analisis hukum secara sektoral maupun komprehensif.

E. Tinjauan Pustaka dan Orisinalitas Penelitian

Peneliti melakukan penelusuran terhadap penelitian sebelumnya yang terdapat persamaan dan perbedaan disajikan dengan tabel berikut:

NO	Nama Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Erha Jingga K.	Pemenuhan Hak Atas Informaasi Konsumen Dalam Jual Beli Tiket Konser Coldplay Melalui Jasa Titip di Instagram 2024	Sama-sama membahas perlindungan hak konsumen dalam jual beli online.	Fokus pada transaksi tiket konser Coldplay , tidak membahas aspek Jaminan Produk Halal.
2.	Harungi Alvi	Pemenuhan Hak atas Informasi Konsumen terhadap Barang Elektronik Cacat Tersembunyi dalam Transaksi Jual Beli Online pada Aplikasi TikTok Shop 2023	Sama-sama membahas perlindungan hak konsumen dalam jual beli online.	Fokus pada barang cacat tersembunyi , bukan pada aspek maysir dan gharar dalam perspektif syariah. Tidak mengkaji produk dengan unsur spekulasi seperti <i>Mystery box</i> .
3.	Zulfa Salsabila	Analisis Hukum Islam terhadap Praktik <i>Mystery box</i> dalam Perspektif Maslahah Mursalah 2023	Sama-sama mengkaji <i>Mystery box</i> dalam perspektif hukum Islam.	Menggunakan teori masalah mursalah , tidak fokus pada pemenuhan hak atas informasi atau UU JPH atau UUPK

4.	Lulu Ulfiati	Praktik Jual Beli <i>Mystery box</i> dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah 2022	Sama-sama mengkaji produk <i>Mystery box</i> .	Tidak membahas aspek hak atas informasi , lebih fokus pada keabsahan hukum ekonomi syariah secara umum .
5.	Gusti Rahayu Taslim	Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli Produk Kecantikan di Aplikasi Lazada 2021	Fokus pada hak konsumen dan transaksi <i>e-Commerce</i> .	Tidak membahas unsur Jaminan Produk Halal dan tidak berfokus pada objek <i>Mystery box</i> .
6.	Kelly Wiedyastuty Rezkyta Putri	Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Pemenuhan Hak Atas Informasi Penjualan Makanan Yang Tidak Berlabel Halal Di Yogyakarta 2020	Sama-sama membahas perlindungan hak konsumen .	Fokus pada makanan yang tidak memiliki label halal dan berlokasi di jogja , bukan pada aspek Jaminan Produk Halal dalam perspektif syariah. Tidak mengkaji produk dengan unsur spekulasi seperti <i>Mystery box</i> .
7.	Linda Nurhasanah	Perlindungan Hak Konsumen dalam Transaksi Online: Perspektif Hukum Islam dan Nasional 2019	Membahas konvergensi hukum Islam dan nasional dalam melindungi konsumen.	Tidak menyentuh aspek Jaminan Produk Halal dalam <i>Mystery box</i> . Fokus pada perlindungan secara umum.

Berdasarkan hasil dari penelusuran dari penelitian-penelitian sebelumnya, terdapat persamaan dan perbedaan dan dapat diketahui bahwa penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah orisinal.

F. Kerangka Teori

1. Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan upaya yang dilakukan untuk menjamin adanya kepastian hukum dalam melindungi hak-hak konsumen.¹⁶ Ketentuan mengenai perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Pasal 1 angka 1 Undang-Undang tersebut menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum ini diwujudkan melalui perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus. Tujuannya adalah agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang dalam menjalankan transaksi yang berpotensi merugikan konsumen.¹⁷ Menurut Az. Nasution, hukum konsumen merupakan hukum yang mengatur hubungan serta permasalahan antara berbagai pihak yang saling berkaitan dengan barang atau jasa dalam kehidupan bermasyarakat. Sedangkan hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang berfungsi untuk mengatur dan

¹⁶Alfina Maharani dan Adnand Darya Dzikra, "Fungsi Perlindungan Konsumen dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen di Indonesia: Perlindungan, Konsumen dan Pelaku Usaha (Literature Review)," *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Sosial Indonesia*, Volume 2, No. 6 (Juli 2021), hlm. 659, <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6>. Diakses 5 Agustus 2025, Pukul 23.07 WIB.

¹⁷ Ibid., hlm. 661. Diakses 5 Agustus 2025, Pukul 23.10 WIB.

melindungi kepentingan konsumen.¹⁸ Asas dan tujuan perlindungan konsumen tercantum dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yang menyebutkan beberapa asas penting yang dapat digunakan untuk melindungi konsumen. Kelima asas tersebut meliputi asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.¹⁹ Kelima asas ini wajib dipenuhi oleh pelaku usaha sebagai bentuk tanggung jawab dalam menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen.

2. Konsumen

Konsumen adalah setiap individu yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia di masyarakat untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lain, dan bukan untuk dijual kembali.²⁰ Konsumen tidak hanya memiliki hak yang dilindungi oleh undang-undang secara khusus, tetapi juga memiliki kewajiban yang harus dipenuhi. Kewajiban tersebut antara lain:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk tentang cara memakai atau memanfaatkan barang dan/atau jasa untuk keamanan dan keselamatan;

¹⁸ Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial, Ekonomi, dan Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995), hlm. 72.

¹⁹ Tim Hukumonline, "Asas Perlindungan Konsumen dan Tujuannya," *Hukumonline*, 23 Juni 2023, <https://www.hukumonline.com/berita/a/asas-perlindungan-konsumen-dan-tujuannya-1t623bc8fd4931f/>, diakses 27 Juli 2025, Pukul 11.10 WIB..

²⁰ Alfina Maharani dan Adnand Darya Dzikra, "Fungsi Perlindungan Konsumen dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen di Indonesia: Perlindungan, Konsumen dan Pelaku Usaha (Literature Review)," *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Sosial Indonesia*, Volume 2, No. 6 (Juli 2021), hlm. 659, [549029608.pdf](https://doi.org/10.24127/je.v2i6.549029608). diakses 8 Agustus 2025, pukul 14.47 WIB.

- b. Berhati-hati saat membeli barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian sengketa perlindungan berdasarkan hukum konsumen dengan patut.²¹

3. Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah setiap individu atau badan usaha, baik berbadan hukum maupun bukan badan hukum, yang didirikan, berkedudukan, atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia. Aktivitas usaha dapat dilakukan secara perseorangan atau bersama-sama melalui suatu perjanjian, dan mencakup kegiatan dalam berbagai bidang ekonomi. Kategori pelaku usaha meliputi produsen, distributor, pengecer, importir, serta pihak lain yang memiliki peran dalam rantai pasokan barang dan jasa hingga sampai kepada konsumen akhir.²² Secara lebih rinci, pelaku usaha dapat berupa individu yang menjalankan usaha secara mandiri, maupun perusahaan berbadan hukum seperti Perseroan Terbatas (PT), koperasi,

²¹ H. Syahrudin Nawi, "Hak dan Kewajiban Konsumen Menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen," *Pleno De Jure*, Volume 7, No. 1 (Juni 2018), hlm. 4, <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1500313&val=15307&title=HAK%20DAN%20KEWAJIBAN%20KONSUMEN%20MENURUT%20UU%20NO8%20TAHUN%201999%20TENTANG%20PERLINDUNGAN%20KONSUMEN>, diakses 8 Agustus 2025 pukul 14.51 WIB

²² *Hukumonline*, definisi "Pelaku Usaha," diperbarui 29 Agustus 2022, <https://www.hukumonline.com/kamus/p/pelaku-usaha>, diakses 27 Juli 2025 pukul 12.44 WIB.

yayasan, dan bentuk badan usaha lainnya.²³ Setiap pelaku usaha memiliki hak untuk mendirikan dan menjalankan usaha, serta mengelola dan mengawasi seluruh aset yang dimiliki oleh usahanya. Selain itu, pelaku usaha juga memiliki kewajiban untuk menaati ketentuan hukum dan peraturan yang berlaku, menjaga kepentingan konsumen, serta bertanggung jawab secara sosial dan terhadap lingkungan sekitar.²⁴

Ketentuan mengenai kewajiban pelaku usaha tercantum dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang menetapkan bahwa pelaku usaha harus beritikad baik, memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur, menjamin mutu produk atau jasa, serta memberikan kompensasi atau ganti rugi apabila terjadi kerugian akibat produk yang tidak sesuai dengan perjanjian.²⁵

4. Perjanjian Jual Beli

Perjanjian jual beli adalah bentuk kesepakatan antara dua pihak, yaitu penjual dan pembeli, yang saling mengikatkan diri.²⁶ Penjual berjanji untuk menyerahkan suatu benda atau barang, sementara pembeli berjanji untuk membayar harga yang telah disepakati. Definisi ini sejalan dengan

²³ *Hukumonline*, “Arti Pelaku Usaha dalam Hukum,” Magister Ilmu Hukum UMA, 13 November 2023, <https://mh.uma.ac.id/arti-pelaku-usaha-dalam-hukum/>, diakses 27 Juli 2025 pukul 15.23 WIB.

²⁴ *Hukumonline*, “Mengenal Tentang Pelaku Usaha,” *Lex Mundus*, 12 Januari 2023, <https://lexmundus.com/articles/mengenal-tentang-pelaku-usaha/>, diakses 27 Juli 2025 pukul 15.44 WIB.

²⁵ Randi, Randi. “Tanggung Jawab Keperdataan Terkait Wanprestasi Pasal 7 Huruf F UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.” *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora* 1, no. 3 (Juli 2023): 176. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i3.345>, diakses 4 Agustus 2025 pukul 16.09 WIB.

²⁶ Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia dalam Perspektif Perbandingan*, FH UII Press, Yogyakarta, 2013, hlm. 13

ketentuan Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang menyatakan bahwa jual beli merupakan perjanjian di mana pihak yang satu berjanji untuk menyerahkan suatu benda dan pihak lainnya berjanji untuk membayar harga tersebut.²⁷ Komponen utama dari suatu perjanjian jual beli adalah keberadaan barang dan harga, yang harus disepakati oleh kedua belah pihak. Perjanjian ini bersifat timbal balik karena masing-masing pihak memiliki hak dan kewajiban. Penjual berkewajiban untuk menyerahkan barang yang diperjualbelikan dan menerima pembayaran, sementara pembeli berkewajiban untuk membayar harga dan memiliki hak untuk menerima barang tersebut.²⁸ Penjual juga wajib mengganti kerugian apabila mengingkari kewajibannya.²⁹

Syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata juga berlaku pada perjanjian jual beli. Syarat-syarat tersebut meliputi:

- a. Adanya kesepakatan antara dua pihak, yaitu penjual dan pembeli yang mengikat secara sukarela tanpa adanya paksaan.
- b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan, dalam konteks ini akad.
- c. Adanya objek yang jelas

²⁷ Triyana Syahfitri, "Tinjauan Yuridis Jual Beli Menurut Hukum Perdata," *Jurnal Hukum Das Sollen*, Volume 2, No. 2 (2018), hlm. 2. [View of Tinjauan Yuridis Jual Beli Menurut Hukum Perdata](#) diakses 8 Agustus 2025 Pukul 14.55 WIB

²⁸ Glenn Kevin Cailla, Angelina Jacqueline Sugiarto, dan Patricia Jeanne Hans, "Analisa Hukum Perdata Tentang Perjanjian Jual Beli Online di Indonesia," *Jurnal Kewarganegaraan*, Volume 8, No. 1 (Juni 2024), hlm. 911. [Analisa Hukum Perdata Tentang Perjanjian Jual Beli Online di Indonesia | Jurnal Kewarganegaraan](#), diakses 8 Agustus 2025 pukul 14.56 WIB.

²⁹ Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2018, hlm. 12

d. Sebab yang halal, tidak bertentangan dengan hukum, kesusilaan, maupun ketertiban umum.³⁰

Berdasarkan hal tersebut, perjanjian jual beli merupakan kesepakatan yang memuat syarat-syarat terkait suatu transaksi. Konteks transaksi *Mystery box* mengharuskan perjanjian antara penjual dan pembeli memuat informasi yang jelas mengenai isi produk, harga, serta ketentuan lainnya yang relevan. Ketidakjelasan dalam perjanjian, terutama jika mengandung unsur maysir dan *gharar*, dapat menimbulkan ketidakpastian dan merugikan konsumen.

5. Produk / Barang

Barang atau produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha kepada konsumen disebut sebagai produk atau barang.³¹ Konteks penelitian ini merujuk pada produk berupa *Mystery box*, yaitu sebuah paket yang berisi barang-barang dengan isi yang tidak diketahui oleh pembeli sebelum melakukan pembelian. Karena produk ini mengandung unsur ketidakpastian, maka penting untuk menganalisis sejauh mana produk ini memenuhi standar perlindungan hak atas informasi. Berdasarkan Pasal 1 angka 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, barang atau jasa didefinisikan sebagai setiap benda, baik bergerak maupun tidak bergerak,

³⁰ Renata Christha Auli, "Pasal 1320 KUH Perdata tentang Syarat Sah Perjanjian," *Klinik Hukumonline.com*, 5 Desember 2023, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/pasal-1320-kuh-perdata-tentang-syarat-sah-perjanjian-lt656f1d2fff0d7/>, diakses 27 Juli 2025 pukul 15.01 WIB.

³¹ "Produk," *Wikipedia bahasa Indonesia*, <https://id.wikipedia.org/wiki/Produk>, diakses 4 Agustus 2025 pukul 01.12 WIB.

yang dapat dihabiskan atau tidak, serta memiliki manfaat dari fungsi barang atau jasa tersebut.³²

Saat ini hampir semua jenis produk bisa diperjualbelikan melalui internet dengan memanfaatkan platform *e-Commerce* seperti Tokopedia, *TikTok Shop*, *Shopee*, dan lainnya. Platform-platform ini menampilkan berbagai jenis produk yang dibutuhkan konsumen. Konsep *e-Commerce* memberikan alternatif berbelanja yang memudahkan konsumen karena mereka tidak perlu datang langsung ke pusat perbelanjaan, cukup membuka aplikasi melalui ponsel, dan produk akan dikirim langsung ke rumah dalam bentuk paket.

Selain menggunakan platform *e-Commerce*, beberapa pelaku usaha juga memasarkan barang dan jasa mereka melalui media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *X*. Akses ini memungkinkan penjual menghemat biaya operasional dan meningkatkan angka penjualan.³³ Sistem penjualan secara daring ini turut membuka peluang bisnis baru dalam bidang jasa pengiriman karena kebutuhan logistik yang tinggi serta harga dan ongkos kirim yang kompetitif.

³² Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, ditetapkan pada 20 April 1999 dan mulai berlaku 20 April 2000, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara No. 3821, https://gatrik.esdm.go.id/assets/uploads/download_index/files/e39ab-uu-nomor-8-tahun-1999.pdf, diakses 4 Agustus 2025 pukul 23.36 WIB.

³³ Ambar Wariati dan Nani Irma Susanti, “*E-Commerce* dalam Perspektif Perlindungan Konsumen,” *PRO-BANK: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Volume 1, No. 2 (November 2014), hlm. 1. <https://web.archive.org/web/20180410061357id/http://www.e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank/article/viewFile/67/68>. Diakses 8 Agustus 2025 pukul 15.05 WIB.

Salah satu konsekuensi dari sistem ini adalah minimnya kontak langsung antara penjual dan pembeli. Konsumen tidak dapat melihat dan memeriksa langsung barang yang mereka beli sebelum menerima produk tersebut. Kondisi ini dapat menimbulkan kekecewaan apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan harapan. Di situasi seperti itu, konsumen seringkali tidak memiliki dasar kuat untuk melakukan klaim karena posisi mereka hanya sebagai pihak penerima yang rentan terhadap eksploitasi oleh produsen. Ketika terjadi pengaduan, produsen biasanya menyatakan bahwa produk yang dikirim telah sesuai dengan deskripsi yang tersedia saat pembelian dilakukan.³⁴

6. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Berdasarkan ketentuan dalam Pasal 19, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk mengganti kerugian yang dialami konsumen, baik karena kerusakan, pencemaran, maupun kerugian lainnya yang ditimbulkan oleh barang atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan. Tanggung jawab ini dimaksudkan untuk menjamin hak konsumen agar terlindungi dari praktik usaha yang merugikan.³⁵

³⁴ Ibid., hlm. 2.

³⁵ Puteri Hikmawati, Anin Dhita Kiky Amrynudin, Sulasi Rongiyati, Marfuatul Latifah, dan Monika Suhayati, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Perlindungan Konsumen: Perbandingan Pengaturan Beberapa Negara (Foreign Legislation Analysis)* (Jakarta: Pusat Perancangan Undang-Undang Badan Keahlian DPR RI, 2023).

7. Teori Tanggung Jawab secara Hukum Perdata

Teori pertanggungjawaban perdata umumnya dibagi menjadi dua kelompok utama, yaitu pertanggungjawaban berdasarkan kesalahan (*liability based on fault*) dan pertanggungjawaban mutlak (*strict liability*). Pertanggungjawaban berdasarkan kesalahan muncul akibat adanya kerugian dan hubungan sebab akibat diantara keduanya. Hanya dalam kasus ini seseorang dapat dimintai pertanggungjawaban jika terbukti melakukan tindakan yang melanggar hukum yang mengakibatkan kerugian pada pihak lain. Ini diatur dalam Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer), yang menetapkan bahwa unsur perbuatan melawan hukum harus terpenuhi, serta kesalahan, kerugian, dan hubungan kausalitas di antara unsur-unsur tersebut.³⁶ Penggugat atau pihak yang dirugikan bertanggung jawab untuk membuktikan kesalahan pihak lain. Sedangkan pertanggungjawaban mutlak (*strict liability*) tidak perlu ada unsur kesalahan untuk meminta pertanggungjawaban mutlak. Seseorang dapat dimintai pertanggungjawaban hanya karena adanya kerugian yang disebabkan oleh perbuatannya, bukan karena adanya unsur kesengajaan atau kelalaian. Konsep ini dikenal sebagai tanggung jawab ketat (*strict liability*) dan biasanya diterapkan pada situasi tertentu, seperti risiko tertentu yang melekat pada suatu tindakan atau produk.³⁷

³⁶ Y. Sari Murti Widiyastuti, *Asas-Asas Pertanggungjawaban Perdata (Bagian Pertama)* (Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka, 2020). Hlm 10.

³⁷ Widiyastuti, *Asas-Asas Pertanggungjawaban Perdata*, hlm. 85-86.

8. Jaminan Produk

Jaminan produk merupakan bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap mutu, keamanan, dan keaslian suatu barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Dalam konteks perlindungan konsumen, jaminan produk berfungsi memberikan kepastian hukum bahwa barang yang diperjualbelikan sesuai dengan informasi, label, serta klaim yang disampaikan oleh pelaku usaha. Jaminan ini mencakup aspek kualitas, keamanan, dan keaslian produk agar tidak merugikan konsumen baik secara materiil maupun immateriil.³⁸ Dalam praktik perdagangan modern, terutama pada platform digital seperti TikTokShop, jaminan produk menjadi semakin penting karena konsumen tidak dapat memeriksa barang secara langsung, sehingga kejelasan informasi, label, dan keterangan produk menjadi dasar utama dalam membentuk kepercayaan dan keputusan pembelian.³⁹

Dalam perspektif hukum Islam, jaminan produk tidak hanya menyangkut kualitas dan keamanan, tetapi juga mencakup jaminan kehalalan. Bagi konsumen Muslim, kehalalan suatu produk merupakan hak mendasar yang harus dijamin oleh pelaku usaha. Hal ini sejalan dengan

³⁸ Atiqi Chollisni, "Analisis Maqashid Syariah dalam Keputusan Memilih Hunian Islami pada Perumahan Ilhami Tangerang," *Islamomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, Vol. 7, No. 1 (April 2016), hlm. 50. [42-libre.pdf](#), diakses 8 Agustus 2025 Pukul 15.14 WIB

³⁹ Muhammad Royhan Assaiq, "Al-Maslahah Al-Mursalah sebagai Metode Pendekatan dalam Studi Hukum Islam," *Educatia: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, Volume 15, No. 1 (Juni 2025), hlm. 91–109. [Maslahah Mursalah Sebagai Metode Pendekatan Dalam Studi Hukum Islam | Educatia : Jurnal Pendidikan dan Agama Islam](#), diakses 8 Agustus 2025 pukul 15.13 WIB.

prinsip halalan thayyiban yang berarti produk harus halal secara hukum syariah dan baik untuk dikonsumsi. Jaminan produk halal menuntut adanya transparansi informasi mengenai bahan, proses produksi, dan distribusi yang bebas dari unsur haram atau najis.⁴⁰

Oleh karena itu, pelaku usaha wajib memberikan informasi yang jujur dan bertanggung jawab, serta mengikuti regulasi yang berlaku seperti UU JPH. Dengan adanya jaminan tersebut, kepercayaan konsumen dapat terjaga, dan praktik perdagangan menjadi lebih etis serta sesuai dengan prinsip keadilan dan kepastian hukum dalam Islam.⁴¹

9. Fatwa DSN-MUI

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) hingga saat ini belum mengeluarkan fatwa khusus yang secara eksplisit membahas terkait hukum transaksi *mystery box* secara online. Namun, Majelis Ulama Indonesia Wilayah Sulawesi Selatan telah mengeluarkan Fatwa Nomor 1 Tahun 2022 yang mengharamkan praktik penjualan *Mystery box* di *ecommerce*. Menurut fatwa tersebut, transaksi *mystery box* mengandung unsur-unsur yang dilarang dalam hukum Islam yaitu *gharar* (ketidakjelasan), *maisir* (perjudian atau spekulasi), dan *jahalah* (ketidakpastian mengenai objek akad). Dalam praktiknya, konsumen tidak tahu apa yang akan mereka beli, sehingga mereka berisiko menerima barang

⁴⁰ Zaenal Abidin, *Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Spekulasi dalam Jual Beli Saham Syariah di Bursa Efek Indonesia Cabang Semarang* (Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Walisongo, 2017, hlm. 20. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/8136/1/122311116.pdf> diakses 5 Agustus 2025 pukul 15.35 WIB.

⁴¹Ibid, hlm 20.

yang nilainya lebih rendah, tidak sesuai dengan harapan, atau bahkan rusak. Kondisi ini menimbulkan kemungkinan kerugian dan ketidakadilan, yang bertentangan dengan prinsip jual beli Islam yang menuntut kejelasan objek transaksi (ta'ayyun).⁴²

10. Landasan Yuridis

UUPK (UUPK) mengatur berbagai hak konsumen yang wajib dijamin oleh pelaku usaha. Di antaranya, hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur; hak atas kenyamanan, keamanan, serta keselamatan dalam menggunakan barang atau jasa sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 UUPK.⁴³ Pasal 7 UUPK juga mewajibkan pelaku usaha untuk bertindak dengan itikad baik, menyampaikan informasi yang akurat dan jujur, menjamin mutu produk, serta memberikan kompensasi atau ganti rugi apabila produk yang diberikan tidak sesuai dengan perjanjian.⁴⁴

Terkait dengan jaminan produk halal, dasar hukum utamanya terdapat dalam UU JPH (UU JPH) terutama pasal 4. Undang-undang ini menegaskan bahwa setiap produk yang beredar di Indonesia wajib bersertifikat halal,

⁴² “MUI Haramkan Penjualan *Mystery box*, Ini Alasan MUI Sulsel,” *Majelis Ulama Indonesia*, <https://mui.or.id/baca/mui/haramkan-penjualan-mystery-box-ini-alasan-mui-sulsel>, diakses 22 September 2025.

⁴³ Intan Kumalasari, Asfiani, Zainal Said, dan Suarning, “Implementasi UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen: Relasi Produk Perawatan Kecantikan di Kota Parepare,” *Sighat: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Volume 1, No. 1, 2022, hlm. 81–92. [Implementasi UU Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen: Relasi Produk Perawatan Kecantikan di Kota Parepare - Repository IAIN PAREPARE](#). Diakses 8 Agustus 2025 pukul 15.16 WIB.

⁴⁴ Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42), <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/43644/uu-no-8-tahun-1999>, diakses 27 Juli 2025 pukul 23.26 WIB.

kecuali produk yang dinyatakan tidak halal. Tujuan pengaturan ini adalah memberikan kepastian hukum dan perlindungan bagi konsumen Muslim agar memperoleh produk yang sesuai dengan syariat Islam.⁴⁵ Selain itu, pelaku usaha juga berkewajiban memastikan kehalalan bahan, proses produksi, hingga distribusi produk sebelum dipasarkan kepada konsumen.⁴⁶ Dalam konteks transaksi digital seperti penjualan Mystery Box di TikTokShop, kewajiban ini meliputi kejelasan informasi terkait status kehalalan produk yang ditawarkan. Ketidakjelasan atau ketiadaan label halal dapat dianggap melanggar hak konsumen atas informasi yang benar sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c UUPK, sekaligus bertentangan dengan prinsip jaminan produk halal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 UU JPH.

G. Definisi Operasional

1. Pemenuhan Hak atas informasi

⁴⁵Dina Ilham Nurjanah, Fitriana, Riski Anisa, Donny Darmawan, Priya Mitra Cahya Jaweda, dan Sulastri, "Konsep *Gharar* dan *Maysir* dalam Transaksi Ekonomi Fikih Mu'amalah," *AL-FIQH: Journal of Islamic Studies*, Volume 2, No. 3, 2024, hlm. 159–166, <https://doi.org/10.59996/al-fiqh.v2i3.368>. Diakses 27 Juli 2025 pukul 23.33 WIB.

⁴⁶ Dinda Nur Safitri dan Tanti Puspitasari, "*Mystery box* Ditinjau dari Perspektif Hukum Islam," *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah*, Volume 7, No. 1 (2023), hlm. 1–17, <https://doi.org/10.47467/al-mashrafiyah.v7i1.1515>. Diakses 8 Agustus 2025 pukul 15.19 WIB.

Ketidakjelasan atau ketiadaan label halal dapat dianggap melanggar hak konsumen atas informasi yang benar sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c UUPK, ditambah dengan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Pasal 7 huruf b dan huruf g UUPK. Hak tersebut meliputi hak atas informasi yang akurat, kenyamanan, keamanan, dan keadilan dalam bertransaksi. Semua hak ini harus sesuai dengan prinsip syariah dan melindungi konsumen dari praktik yang merugikan seperti adanya unsur maysir dan *gharar*.

2. Jaminan Produk Halal

Jaminan produk halal dalam penelitian ini dioperasionalkan sebagai suatu sistem dan kewajiban hukum yang memastikan bahwa setiap produk yang diperdagangkan,⁴⁷ khususnya yang dikonsumsi oleh masyarakat Muslim, telah memenuhi ketentuan kehalalan sebagaimana diatur dalam UU JPH beserta Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 dan PP Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal. Jaminan produk halal mencakup proses sertifikasi, pelabelan, dan penyampaian informasi yang transparan kepada konsumen terkait bahan, proses produksi, dan distribusi produk agar terbebas dari unsur yang diharamkan, termasuk *gharar* (ketidakpastian)

⁴⁷ Nabila Zulfaa, "Bentuk Maysir dalam Transaksi Keuangan," *Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, Volume 2, No. 1 (2018), <https://www.jhei.appheisi.or.id>. Diakses 8 Agustus 2025 pukul 15.20 WIB.

dan mayisir (unsur spekulatif yang dapat menimbulkan kerugian). Dalam konteks penelitian ini, jaminan produk halal menjadi instrumen perlindungan hukum bagi konsumen Muslim dalam transaksi digital, khususnya pada produk *Mystery box* yang dijual melalui aplikasi TikTokShop, dengan fokus pada sejauh mana pelaku usaha memenuhi kewajiban memberikan informasi yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan mengenai kehalalan produk tersebut.

3. Produk *Mystery box*

Produk *Mystery box* merupakan strategi jual beli di mana konsumen membeli sebuah kotak tertutup, baik berbentuk fisik maupun digital, tanpa mengetahui isi sebenarnya sebelum transaksi dilakukan. Informasi yang diterima konsumen biasanya hanya sebatas kategori umum dari produk, dan isi yang sesungguhnya baru akan diketahui setelah pembelian selesai. Metode ini sering digunakan sebagai bentuk promosi yang menawarkan kemungkinan mendapatkan barang bernilai tinggi dengan harga yang relatif murah.⁴⁸ Fokus utama penelitian ini adalah menilai kehalalan transaksi tersebut berdasarkan hukum Islam serta meninjau aspek perlindungan konsumen sesuai peraturan perundang-undangan.

⁴⁸ Sindonews, “Heboh Belanja *Mystery box* di Marketplace, Hasilnya Random Terkadang Juga Zonk,” *Sindonews.com*, <https://tekno.sindonews.com/read/216606/207/heboh-belanja-mystery-box-di-marketplace-hasilnya-random-terkadang-juga-zonk-1604283094>, diakses 26 Juli 2025 pukul 20.29 WIB.

H. Metode Penelitian

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), "metode" berarti cara kerja yang bersistem untuk memudahkan pelaksanaan suatu tugas guna mencapai tujuan tertentu. Kata "penelitian" dijelaskan sebagai kegiatan yang dilakukan menurut kaidah dan metode ilmiah secara sistematis untuk memperoleh data, informasi, serta kesimpulan tertentu mengenai suatu masalah.⁴⁹ Definisi tersebut menunjukkan bahwa metode merupakan komponen penting dalam penelitian ilmiah karena berfungsi sebagai pedoman dalam proses pencarian data dan informasi yang valid, sistematis, dan terukur. Keterkaitan antara metode dan penelitian sangat erat dalam proses ilmiah. Proses pelaksanaan penelitian dapat berjalan secara sistematis dan bertanggung jawab secara akademik apabila menggunakan metode yang tepat. Pemilihan metode yang sesuai dalam penelitian hukum akan sangat memengaruhi kualitas hasil penelitian serta kedalaman analisis terhadap objek hukum yang sedang diteliti.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini berjenis yuridis normatif ialah penelitian hukum tentang ketentuan hukum normatif. Tujuan utamanya adalah memperoleh pemahaman mengenai hukum yang berlaku di masyarakat (*law in action*).⁵⁰

⁴⁹ *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/penyalahgunaan>, diakses 26 Juli 2025 pukul 20.33 WIB.

⁵⁰ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), hlm. 1.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif atau doktrinal⁵¹ yaitu penelitian yang berfokus pada pemahaman hukum kumpulan peraturan tertulis yang dibuat dan disahkan oleh lembaga atau pejabat yang berwenang, baik menggunakan pendekatan Perundang-Undangan (*Statue Approach*), pendekatan konseptual (*Conceptual Approach*) maupun pendekatan analisis (*Analytical Approach*).⁵²

3. Objek Penelitian

Objek penelitian ini mencakup Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) beserta Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 dan PP Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), serta Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang berkaitan dengan pemenuhan hak atas informasi bagi konsumen Muslim. Penelitian ini menitikberatkan pada analisis pemenuhan hak atas informasi konsumen Muslim terhadap jaminan produk halal dalam transaksi jual beli produk *Mystery box* melalui aplikasi TikTokShop, dengan melihat sejauh mana kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi kehalalan produk telah sesuai dengan ketentuan hukum positif di Indonesia.

⁵¹ M. Syamsudin, *Mahir Meneliti Permasalahan Hukum* (Jakarta: Kencana, 2021), hlm. 126–127.

⁵² Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), hlm. 134.

4. Sumber Data Penelitian

Menggunakan data sekunder yang terdiri dari:

a. Bahan hukum primer:

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang mengikat secara yuridis.⁵³

- 1) Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH).
- 2) Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 dan PP Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal.
- 3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).
- 4) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

b. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder berhubungan erat dengan bahan hukum primer yang membantu proses penelitian. Bahan hukum sekunder meliputi literatur dan publikasi mengenai hukum yang bukan merupakan dokumen meliputi:⁵⁴

- 1) Jurnal hukum
- 2) Buku

⁵³ Suteki, *Metodologi Penelitian Hukum, Filsafat, Teori, dan Praktik*, Rajagrafindo Persada, Bandung, 2018, hlm. 130

⁵⁴ Mukti Fajar dan Yulianto, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2015, hlm. 318.

3) Elektronik

5. Metode Pengumpulan

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data studi dokumen dan studi pustaka, studi dokumen merupakan metode pengumpulan data yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan masalah yang diteliti, sedangkan studi pustaka menurut M. Syamsudin adalah metode pengumpulan buku yang dilakukan oleh peneliti berkaitan dengan masalah penelitian.⁵⁵ Data yang dikumpulkan dari hasil penelitian akan dianalisis menggunakan metode analisis normatif kualitatif. Data akan dianalisis dalam bentuk kalimat yang teratur, runtut, logis, tidak tumpang tindih, dan efektif, dan setelah itu akan dilakukan diskusi.⁵⁶

6. Analisis Data

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis normatif dengan menghubungkan fakta atau kejadian yang relevan dengan norma hukum.⁵⁷ Menurut Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, normatif kualitatif dilakukan dengan menjabarkan data yang diperoleh berdasarkan teori, norma, dan prinsip hukum yang relevan.⁵⁸

⁵⁵ M. Syamsudin, *Mahir Meneliti Permasalahan Hukum*, Kencana, Jakarta, 2021, hlm. 145

⁵⁶ Harungi Alvi, Pemenuhan Hak atas Informasi Konsumen terhadap Barang Elektronik Cacat Tersembunyi dalam Transaksi Jual Beli Online pada Aplikasi TikTok Shop, Skripsi *Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia*, 2023, hlm. 25. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/46443>, diakses 11 Agustus 2025 pukul 11.19 WIB.

⁵⁷ M. Syamsudin, *Mahir Meneliti*, hlm.192

⁵⁸ Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta: PT.Grafindo Media Pratama, 2010, hlm. 98.

I. Sistematika Skripsi

Pengaturan penulisan mencakup susunan kerangka pemikiran peneliti yang dinyatakan dalam bagian atau bab yang disusun menurut tata tertib tertentu. Tata tertib ini mencakup elemen-elemen berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Orisinalitas Penelitian, Kerangka Teori, Definisi Operasional, serta Metode Penelitian.

BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN

KONSUMEN PELAKU USAHA, JUAL BELI DAN JAMINAN PRODUK HALALDALAM HUKUM ISLAM

Bab ini menguraikan hasil kajian tentang perlindungan Konsumen, Pelaku Usaha, Transaksi Jual-Beli juga konsep Jaminan Produk Halal yang ada pada MysteryBox.

BAB III PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN MUSLIM DALAM JUAL BELI *MYSTERY BOX*

Bab ini menganalisis mengenai masalah pemenuhan hak atas informasi konsumen muslim dan tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen dan terdapatnya unsur Jaminan Produk Halal yang ada dalam produk *Mystery box*.

BAB IV PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir atau bab penutup yang berisi mengenai kesimpulan dan saran atas permasalahan yang telah diteliti.