

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP *MYSTERY*
BOX PERSPEKTIF ISLAM**

TESIS



Oleh:

**MOH. HALIMUR ROSYID
NIM 501190015**

**PROGRAM MAGISTER PRODI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PONOROGO
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya, **Moh. Haliimur Rosyid**, NIM 501190015, Program Magister Prodi Ekonomi Syariah menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis dengan judul “**Analisis Perilaku Konsumen Terhadap *Mystery Box* Perspektif Islam**” ini merupakan hasil karya mandiri yang diusahakan dari kerja-kerja ilmiah saya sendiri kecuali beberapa kutipan dan ringkasan yang saya rujuk dimana tiap-tiap satuan dan catatannya telah saya nyatakan dan jelaskan sumber rujukannya. Apabila di kemudian hari ditemukan bukti lain tentang adanya plagiasi, saya bersedia mempertanggungjawabkannya secara akademik dan secara hukum.

Ponorogo, 10 November 2021
Pembuat Pernyataan,

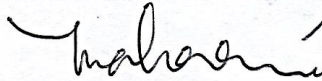


Moh. Haliimur Rosyid
NIM 501190015

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melalui pengkajian dan telaah mendalam dalam proses bimbingan intensif terhadap tesis yang ditulis oleh **Moh. Haliimur Rosyid**, NIM 501190015 dengan judul: “**Analisis Perilaku Konsumen Terhadap *Mystery Box* Perspektif Islam**”, maka tesis ini sudah dipandang layak diajukan dalam agenda ujian tesis pada sidang Majelis *Munāqashah* Tesis.

Ponorogo, 10 November 2021
Pembimbing



Dr. Shinta Maharani, S.E., M.Ak.
NIP 197905252003122002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
PASCASARJANA**

Terakreditasi B sesuai SK BAN-PT Nomor: 2619/SK/BAN-PT/Ak-SURV/PT/XI/2016
Alamat: Jln. Pramuka 156 Ponorogo 63471 Telp. (0352) 481277 Fax. (0352) 461893
Website: www.iainponorogo.ac.id Email: pasca@iainponorogo.ac.id

KEPUTUSAN DEWAN PENGUJI

Tesis yang ditulis oleh **Moh. Haliimur Rosyid**, NIM 501190015, Program Magister Prodi Ekonomi Syariah dengan judul: **“Analisis Perilaku Konsumen Terhadap *Mystery Box* Perspektif Islam”**, telah dilakukan ujian tesis dalam sidang Majelis *Munāqashah* Tesis Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada **Hari Rabu, tanggal 10 November 2021** dan dinyatakan **LULUS**

Dewan Penguji

No.	Nama Penguji	Tanda tangan	Tanggal
1	Iza Hanifuddin, M.Ag., Ph.D. NIP 196906241998031002 Ketua Sidang		17/10/2021
2	Dr. Wirawan Fadly, M.Pd. NIP 198707092015031009 Penguji Utama		15/10/2021
3	Dr. Shinta Maharani, S.E., M.Ak. NIP 197905252003122002 Anggota Penguji		19/10/2021

Ponorogo, 20 November 2021
Direktur Pascasarjana



Dr. Miftahul Huda, M.Ag.
NIP 197605172002121002

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

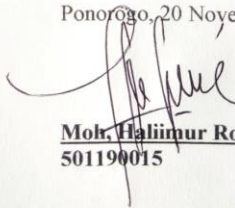
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Moh. Haliimur Rosyid
NIM : 501190015
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Analisis Perilaku Konsumen Terhadap
Mystery Box Perspektif Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 20 November 2021



Moh. Haliimur Rosyid
501190015

“ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP *MYSTERY BOX* PERSPEKTIF ISLAM”

ABSTRAK

Antusiasme masyarakat akan konsumsi *mystery box* semakin tinggi, terbukti dengan penjualan beberapa toko online yang ribuan barang terjual. Namun, nyatanya banyak yang kecewa dengan barang yang didapatnya karena tidak sesuai ekspektasi. Hal tersebut terlihat dari masifnya penjualan seperti pada toko “Jaya Serba” sebesar 8,800 barang terjual, dan toko “Cebanan Store” sebesar 3.852 barang terjual. Mereka beralasan membeli barang tersebut karena diselimuti rasa penasaran, namun banyak diantara mereka yang kecewa karena jauh dari ekspektasi sebelumnya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Adapun analisis data menggunakan teknik *deskriptif kualitatif* dengan metode penalaran *deduktif*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mekanisme jual beli, motif konsumen, dan dampak dari pembelian *mystery box* tersebut. Adapun hasil penelitian sebagai berikut: 1) Mayoritas konsumen menyatakan bahwa *mystery box* merupakan barang yang dirahasiakan isinya dengan tujuan untuk memberikan rasa penasaran kepada konsumen. Berdasarkan tinjauan dalam ekonomi Islam, *mystery box* seharusnya tidak boleh diperjualbelikan. 2) Mekanisme transaksi jual beli *mystery box* menggunakan akad salam bisa dikatakan tidak sah dikarenakan tidak memenuhi salah satu dari syarat-syarat yang ditentukan. 3) Motif konsumen dalam melakukan transaksi atau pembelian harta atas dasar mencari hiburan untuk mendapatkan barang yang mengandung unsur ketidakpastian (*gharar*) adalah tindakan yang kurang benar, seharusnya semua aktifitas termasuk konsumsi dilakukan atas dasar *mashlahah*. 4) Pembelian *mystery box* memberikan dampak buruk bagi sebagian konsumen. Secara psikologis, sebagian konsumen merasa kecewa dengan ekspektasi mereka sendiri. Padahal, mereka sadar bahwa membeli sesuatu barang yang belum pasti merupakan hal yang tidak diperbolehkan.

Kata Kunci: Perilaku Konsumsi, *Mystery Box*, Jual beli salam

ISLAMIC PERSPECTIVE ON CONSUMER BEHAVIOR ANALYSIS OF MYSTERY BOX

ABSTRACT

The popularity of mystery boxes is growing, as indicated by the sales of various online retailers that have sold thousands of goods. However, many people are dissatisfied with the products they receive because they do not satisfy their expectations. Massive sales, such as the "Jaya Serba" store, which sold 8,800 items, and the "Cebanan Store," which sold 3,852 items, demonstrate this. They claimed that they purchased the item because it piqued their interest, but many of them were disappointed. Field research is the method of investigation performed. Deductive reasoning approaches were employed in conjunction with descriptive qualitative techniques in the data analysis. The purpose of this research is to look into the buying and selling mechanism, as well as consumer motivations and the impact of mystery box purchases. The following are the findings of the study: 1) According to the majority of consumers, mystery boxes are things whose contents are kept hidden in order to pique consumers' interest. Mystery boxes should not be traded, according to an Islamic economics analysis. 2) The salam contract-based mystery box sale and purchase transaction method is invalid since it fails to meet one of the stipulated conditions. 3) Consumers' motives in making transactions or spending assets on the basis of seeking pleasure in order to obtain commodities with components of uncertainty (gharar) are not correct; all activities, including consumption, should be conducted on the basis of mashlahah. 4) Mystery box purchases have a detrimental impact on certain customers. Some customers are psychologically dissatisfied with their own expectations. In reality, they are well aware that purchasing something for which there is no guarantee is prohibited.

Keywords: Consumption Behavior, Mystery Box, Sale and Purchase
Salam

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk paling sempurna yang diciptakan oleh Allah Swt. Menurut fitrahnya, manusia merupakan makhluk sosial yang mempunyai keinginan untuk selalu berinteraksi dengan manusia lainnya.¹ Dengan adanya keinginan tersebut, manusia menggunakan kemampuan akalnya untuk berusaha mewujudkan keinginan tersebut dengan berbagai usaha yang dilakukan, salah satunya yaitu dengan menciptakan sebuah teknologi dan tepat pada pertengahan tahun 1980-an masyarakat dunia sudah mulai banyak menggunakan teknologi tersebut². Penggunaan teknologi tersebut diharapkan mampu memberikan kemudahan dalam mewujudkan keinginan yang beragam.

Di era globalisasi, transaksi jual beli tidak harus berbentuk tatap muka seperti pergi ke pusat perbelanjaan atau di pasar, melainkan sudah bergeser dengan sistem *online*/internet.

¹ Tri Worosetyaningsih, *Kehidupan Masyarakat Pada Masa Praaksara, Masa Hindu Budha, dan Masa Islam*, (Ponorogo: Myria Publisher, Cet. Ke-1, 2019), 19.

² Richardus Eko Indrajit, *Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2000), 12.

Dengan adanya internet, memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk melakukan perdagangan, karena dianggap praktis, cepat, mudah, murah, dan resiko pailit yang sangat rendah³. Kemajuan inilah yang melahirkan keinginan manusia semakin beragam untuk dapat dipenuhi secara cepat dan praktis.

E-Commerce merupakan sebuah aktivitas berbentuk penjualan, pembelian, penyebaran, dan pemasaran produk dengan memanfaatkan jaringan internet.⁴ Menurut CNN Indonesia, pada tahun 2019 sebanyak 90 persen dari pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun di Indonesia pernah melakukan pembelian produk dan jasa secara *online*.⁵ Bahkan dalam kondisi pandemi, penjualan produk lewat *e-commerce* mengalami peningkatan mencapai lima kali lipat. Utamanya adalah produk-produk rumah tangga atau kebutuhan sehari-hari.⁶ Namun, seiring meningkatnya aktifitas jual beli *online* untuk memenuhi kebutuhan. Nyatanya banyak dari transaksi

³ Nurul Atira, *Jual Beli Online Yang Aman Dan Syar'i*, (Skripsi, Universitas Alauddin Makassar Fakultas Syari'ah Dan Hukum, Makassar, 2017), 3.

⁴ Ika Puspita Karyati, "*E-Commerce* untuk UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia", BPPK Kemenkeu, 2019, diakses 02 Februari 2021.

⁵ Safir Makki, "Trend dan Peluang Industri *E-Commerce* di Indonesia 2020", CNN Indonesia, 2020, diakses 02 Februari 2021.

⁶ Anggun P. Situmorang, "Luar Biasa, Transaksi *E-Commerce* Naik 5 Kali Lipat Selama Pandemi", Liputan6.com, 2020, diakses 02 Februari 2021.

tersebut yang sudah bergeser dari orientasinya sebagai pemenuhan kebutuhan menjadi spekulasi.

Hal ini bisa dilihat dari banyaknya transaksi terkait *mystery box*.⁷ Berdasarkan pengamatan peneliti, di aplikasi “S” terdapat beberapa toko diantaranya Toko “Jaya Serba”⁸ dengan penjualan *mystery box* sebesar 8,8ribu barang terjual, di toko “yuanitade” *mystery box* yang terjual sebesar 8,2ribu, dan di toko “nunulisatan” *mystery box* yang terjual sebesar 5,9ribu. Sementara di Aplikasi “T”⁹ terdapat beberapa toko diantaranya toko “ARULLSTORE” *mystery box* yang terjual sebesar 4.512 barang, toko “CEBANAN STORE” *mystery box* yang terjual sebesar 3.852 barang, toko “KpopForAll store” *mystery box* yang terjual sebesar 2.319 barang. Sementara di aplikasi “B”¹⁰ dengan nama toko “WHITELANDS_ID Official” *mystery box* yang terjual sebesar 1.546 barang, toko “Tokokami221” *mystery box* yang terjual sebesar 438 barang, toko “Delive Official Mall” *mystery box* yang terjual sebesar 138 barang.

Menurut Sayid Sabiq, jual beli berarti saling menukar harta dengan harta atas dasar suka sama suka. Sementara Imam

⁷ Menurut Riska Astika, *Mystery Box* merupakan produk yang dijual dimana pembeli tidak mengetahui barang yang akan didapatkan secara jelas. (Riska Astika, *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Bisnis Subscription Box*. (Skripsi-UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, 2018), 5.

⁸ Peneliti, Pengamatan, Aplikasi “S”, 03 Februari 2021

⁹ Peneliti, Pengamatan, Aplikasi “T”, 03 Februari 2021

¹⁰ Peneliti, Pengamatan, Aplikasi “B”, 03 Februari 2021

Al-Nawawi mendefinisikan jual beli yaitu saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik. Pengertian ini tidak berbeda jauh dengan yang didefinisikan oleh Abu Qudamah bahwa jual beli yaitu saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik dan pemilikan. Lain hal dengan Hasbi Ash-Shiddieqy yang menyatakan jual beli adalah akad yang terdiri atas penukaran harta dengan harta lain, oleh karena itu terjadilah penukaran dengan milik tetap.¹¹ Singkatnya, jual beli merupakan perpindahan kepemilikan tetap antara dua pihak dengan saling tukar menukar harta.

Di sisi lain, tidak semua jual beli diperbolehkan dalam Islam. Karena di dalam Islam sangat memperhatikan unsur etika dalam pelaksanaan praktik mu'amalah. Islam sangat melarang keras segala bentuk kegiatan ekonomi yang didalamnya terdapat unsur eksploitasi berupa riba dan transaksi yang belum jelas bentuknya, yaitu *gharar*.¹² Pelarangan tersebut bertujuan untuk menghindari dampak buruk yang akan diterima oleh salah satu pihak yang melakukan kegiatan ekonomi.

Secara bahasa, *Gharar* adalah bahaya atau resiko. Sedangkan dalam bentuk lainnya, *gharar* dapat diasosiasikan

¹¹ Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Fiqg Muamalat*, (Cet, ke-3; Jakarta: Bulan Bintang, 1989), 97.

¹² Efa Rodiah Nur, "Riba dan Gharar: Suatu Tinjauan Hukum dan Etika dalam Transaksi Bisnis Modern", *Al-Adalah Journal Online* Vol. 12 No. 1 (2015): accessed Feb 5, 2021, <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/view/247/390>

dengan kata *taghrir* yang berarti menukarkan benda atau properti seseorang kepada orang lain dengan adanya unsur tersembunyi atau tidak diketahui dengan tujuan merugikan atau membahayakan.¹³ Bahkan secara jelas, Hashim Kamali menyebutnya dengan *khid'ah*, yang berarti penipuan.¹⁴ Penekanan makna tersebut bertujuan agar kegiatan ekonomi dengan adanya unsur tersembunyi bisa dihindari oleh pihak-pihak terkait hingga praktik tersebut bisa diminimalisir oleh seluruh elemen.

Islam tidak melarang umatnya untuk melakukan aktifitas konsumsi dan belanja. Karena belanja dan konsumsi merupakan tindakan yang mendorong masyarakat memproduksi hingga terpenuhi segala kebutuhan hidupnya.¹⁵ Al-Qur'an menegaskan dalam surah al-Baqarah: 3, diantaranya:

الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِالْغَيْبِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ ﴿٣﴾

¹³ Siddiq Mohammad Ai-Ameen Al-Dhareer, *Gharar and Its Effects On Contemporary Transactions*, IRTI Islamic Development Bank, Jeddah, 1997 hlm. 6m lihat juga, Nabil A. Saleh, *Unlawful Gain and Legitimate Profit in Islamic Law*, Graham & Trotman, London, 1992, hlm. 16-17.

¹⁴ Muhammad Hashim Kamali, *Islamic Commercial Law; an Analysis of Futures and Options*, (2002: Kuala Lumpur, Ilmiah Publisher), 84.

¹⁵ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Cet. Ke-1 (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 122.

(yaitu) mereka yang beriman¹⁶ kepada yang ghaib¹⁷, yang mendirikan shalat, dan menafkahkan sebahagian rezeki¹⁸ yang Kami anugerahkan kepada mereka.

Menurut para pengamat, redaksi infak ini bertendensi seluruh bentuk infak, baik itu wajib ataupun sunat, untuk dirinya sendiri ataupun untuk keluarga, untuk masyarakat ataupun *fi sabilillah* (jalan Allah).¹⁹ Hal inilah yang semakin memperkuat representasi manusia sebagai makhluk sosial. Islam membolehkan umatnya menikmati kebaikan dunia dengan memperhatikan prinsip “mengencangkan ikat pinggang” dan mengutamakan kesederhanaan, tidak melewati batas-batas kewajaran.²⁰ Dalam al-Qur’an surah al-Maidah: 87 Allah Swt memerintahkan kepada kita, diantaranya:

¹⁶ Iman ialah kepercayaan yang teguh yang disertai dengan ketundukan dan penyerahan jiwa. tanda-tanda adanya iman ialah mengerjakan apa yang dikehendaki oleh iman itu.

¹⁷ Yang ghaib ialah yang tak dapat ditangkap oleh pancaindera. percaya kepada yang ghaib yaitu, mengi'tikadkan adanya sesuatu yang maujud yang tidak dapat ditangkap oleh pancaindera, karena ada dalil yang menunjukkan kepada adanya, seperti: adanya Allah, malaikat-malaikat, hari akhirat dan sebagainya.

¹⁸ Rezeki: segala yang dapat diambil manfaatnya. menafkahkan sebagian rezeki, ialah memberikan sebagian dari harta yang telah dianugerahkan oleh Tuhan kepada orang-orang yang disyari'atkan oleh agama memberinya, seperti orang-orang fakir, orang-orang miskin, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan lain-lain.

¹⁹ Yusuf, *Norma dan Etika*, 123.

²⁰ *Ibid*, 133.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحْرَمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا

إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”

Sebagaimana Islam melarang bermewah-mewahan, ia juga memerangi sikap boros dan mubazir.²¹ Telah banyak ayat al-Qur’an yang membahas dan menyinggung akan hal ini.²² Al-Qur’an melarang kita membelanjakan harta dan menikmati kehidupan ini dengan boros. Lebih dari itu, Allah sendiri tidak menyukai para pemboros.²³ Sikap boros yang berbahaya adalah merusak harta, meremehkannya, atau kurang merawatnya sehingga rusak atau binasa. Perbuatan semacam inilah yang termasuk kriteria menghambur-hamburkan uang yang dilarang oleh Nabi Muhammad Saw.²⁴ Padahal Allah Swt memberikan harta sebagai sarana untuk menegakkan keselamatan hamba-Nya. Sikap mubazir akan menghilangkan kemaslahatan harta, baik kemaslahatan pribadi ataupun kemaslahatan orang lain. Lain halnya jika harta atau uang itu dinafkahkan untuk kebaikan

²¹ Mubazir berarti menghambur-hamburkan uang tanpa ada kemaslahatan atau tanpa mendapatkan ganjaran pahala. Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Cet. Ke-1 (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 139.

²² *Ibid*, 138.

²³ *Ibid*, 139.

²⁴ *Ibid*, 141.

dan untuk memperoleh pahala, dengan tidak mengabaikan tanggungan yang lebih penting.²⁵ Pelarangan tersebut bertujuan untuk mendidik manusia sehingga stabilitas ekonominya dapat terjaga konstitusinya dalam jangka panjang.

Aturan Islam yang sudah jelas seharusnya dapat dijadikan sebagai pedoman dalam melakukan aktifitas konsumsi sehingga manusia dapat terhindar dari berbagai sifat-sifat yang dilarang oleh Allah Swt. Sehingga perlu diketahui motif konsumen dalam melakukan pembelian terhadap *mystery box*. Menurut Usman Thoyib, motif konsumen merupakan suatu dorongan yang muncul dan menggerakkan untuk melakukan pembelian terhadap suatu barang atau jasa tertentu yang bisa dipengaruhi dari diri sendiri ataupun orang lain.²⁶ Alasan konsumen dalam melakukan pembelian memiliki beberapa motif, diantaranya motif emosional, motif rasional, motif *biogenic*, motif *psikogenic*, dan motif *patronage*.²⁷ Motif-motif tersebut haruslah dapat memberikan keuntungan dan kebaikan konsumen dalam melakukan kegiatan ekonomi untuk menghindari hal yang tidak diinginkan.

²⁵ *Ibid.*

²⁶ Anita Dyah Juniarti, *Analisis Motif Konsumen Dilihat dari Status Perkawinan di Wilayah Serang dan Pandeglang*, Jurnal Intent, UBAJA, Vol. 2 No. 1 (2019), <http://ejournal.lppm-unbaja.ac.id/index.php/intent/article/view/503>, 10.

²⁷ *Ibid.*

Berbagai motif konsumen dalam melakukan pembelian pastinya memiliki tujuan tertentu. Tujuannya tentu untuk mencapai kebahagiaan²⁸, namun dalam ekonomi syari'ah semua hal perbuatan haruslah bertujuan yang berdasar pada tindakan personal sebagai bentuk ibadah, yang merupakan garis vertikal antara manusia dan Sang Pencipta sebagai bentuk ketaatan terhadap ajaran yang diyakininya.²⁹ Disisi lain, tujuan tersebut sebagai bentuk pengakuan manusia sebagai hamba yang lemah, yang mengakui setiap perbuatan pastinya ada campur tangan Sang Pencipta.

Adanya jual beli *mystery box* seperti ini sebenarnya menciderai hakikat jual beli yang harus memberikan kejelasan/transparansi produk yang akan dijual kepada pembeli. Kejelasan inilah yang akan mendorong pembeli untuk memberikan keputusannya terhadap barang yang akan dibelinya, apakah sesuai dengan kebutuhannya atau tidak, sementara *mystery box* tidak memenuhi kriteria tersebut (spekulasi).

Fenomena di atas tampak menarik untuk diteliti lebih jauh terkait motif dan tujuan konsumen dalam melakukan

²⁸ Poli, *Tonggak-tonggak Sejarah Pemikiran Ekonomi*, (Surabaya: Brilian Internasional, 2010), 19.

²⁹ Firdauska Darya Satria, Hakikat Ekonomi Syariah (Landasan, Pengertian dan Tujuan) Sumber dan Norma Ekonomi Syariah pada Lembaga Keuangan Syariah (Bank, Non-Bank), *Jurnal UIN Sunan Gunung Djati*, 2015, 7.

pembelian tersebut, yang mana barang/produk yang dijual masalah bersifat abstrak. Sehingga hal ini tentunya memberikan dampak tersendiri bagi konsumen. Terlebih lagi bagaimana pandangan ekonomi islam melihat fenomena ini sebagai hal yang harus memberikan pencerahan bagi konsumen, pelapak, dan platform tentunya.

Pembahasan mengenai *mystery box* sudah pernah dilakukan namun ditinjau dari segi hukum, seperti:

1. Penelitian yang berjudul “*Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Bisnis Subscription Box*”. Skripsi yang ditulis oleh Riska Astika pada tahun 2018 (Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung).³⁰
2. Penelitian yang berjudul “*Tinjauan Hukum Islam dan Perdata terhadap Jual Beli Sistem Mystery Box di Situs www.Bukalapak.Com*”, Ditulis oleh Muhamad Rokib Qomarudin pada tahun 2019 (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya).³¹
3. Penelitian yang berjudul “*Tinjauan Hukum Ekonomi Syari’ah Terhadap Jual Beli Mystery Box Di Online Shop Tokopedia*”. Ditulis oleh Wireksa Mulyadi pada tahun

³⁰ Riska Astika, *Tinjauan hukum ekonomi Syariah terhadap bisnis subscription box*. Skripsi. Bandung, UIN Sunan Gunung Djati, 2018

³¹ Muhamad, Qomarudin Rokib. *Tinjauan Hukum Islam Dan Perdata Terhadap Jual Beli Sistem Mystery Box di Situs www.Bukalapak.Com*. Skripsi. Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019

2020 (Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung).³²

4. Penelitian yang berjudul “*Transaksi Jual Beli Mystery Box Pada Situs Shopee Ditinjau Dalam Perspektif Ba’i Salam (Studi Kasus di Banda Aceh)*”. Ditulis oleh Miftahul Jannah pada tahun 2020.³³

Maka, peneliti memiliki ketertarikan untuk membahas persoalan diatas dikarenakan masih terdapat bagian lain yang belum diakomodir, terlebih lagi hal ini penting dikarenakan menyangkut pola konsumsi yang benar dan mendorong kesadaran konsumen untuk melakukan praktik konsumsi yang benar dan secara umum tidak mencederai hakikat jual beli. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Mystery Box Perspektif Islam**”. Penelitian ini penting dilakukan guna memperkaya penelitian ekonomi terutama di bidang ekonomi syariah.

³² Wireksa Mulyadi, *Tinjauan Hukum Ekonomi Syari’ah Terhadap Jual Beli Mystery Box di Online Shop Tokopedia*, Skripsi. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2020

³³ Miftahul Jannah, *Transaksi Jual Beli Mystery Box Pada Situs Shopee Ditinjau Dalam Perspektif Ba’I Salam (Studi Kasus di Banda Aceh)*, Skripsi. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2020

B. Masalah dan Rumusannya

Jual beli merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam prinsip syariah, jual beli yang dilakukan harus terhindar dari unsur-unsur yang merugikan salah satu pihak. Kaitannya dengan *Mystery box*, konsumen tidak mengetahui apa yang sedang dibelinya, namun beberapa konsumen tetap membelinya tanpa menghiraukan kerugian apa yang didapat. Oleh karena itu, dari kegelisahan ini, dapat diturunkan rumusan pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme jual beli *Mystery Box*?
2. Apa motif konsumen terhadap pembelian *Mystery Box*?
3. Bagaimana dampak pembelian *Mystery Box* terhadap konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis mekanisme jual beli *Mystery Box*
2. Untuk menganalisis motif konsumen dalam membeli *Mystery Box*
3. Untuk menganalisis dampak yang didapat konsumen setelah membeli *Mystery Box*

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat serta dapat memberikan sumbangsih pemikiran, diantaranya :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran tentang pelaksanaan jual beli *Mystery Box*. Diharapkan pula menjadi sumbangsih pemikiran bagi masyarakat dan para produsen *Mystery Box* agar dapat menemukan terobosan baru yang sama menariknya namun tidak menjadikan konsumen tabzir dalam mengelola keuangannya.
2. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan menerapkan pola pikir pembelajaran yang kritis dalam menganalisa pelaksanaan jual beli *Mystery Box* sehingga dapat mengetahui bagaimana pentingnya peran akad dalam sebuah transaksi jual beli.
3. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat memberikan wawasan dan pemahaman serta dapat dilaksanakan penelitian lebih lanjut.

E. Kajian Kepustakaan

Adapun penelitian yang memiliki relevansi dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian yang berjudul “*Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Bisnis Subscription Box*”. Skripsi yang ditulis oleh Riska Astika pada tahun 2018 (Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung).³⁴ Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah, praktik bisnis *Subscription Box* yang dikategorikan sebagai *Nonsurprised Subscription Box* dan *Hybrid Subscription Box* memenuhi keseluruhan rukun dan syarat atau ketentuan dari jual beli *Salam*, yang telah diatur dalam teori *fiqh mu’āmalah*, fatwa DSN MUI No. 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam* dan KHES Buku II tentang Akad Bab V tentang Akibat *Bai’* Bagian Ketiga tentang jual beli *Salam*, sehingga dapat disimpulkan jual beli ini sah. Sedangkan pelaksanaan bisnis *Subscription Box* yang dikategorikan sebagai *Surprised Subscription Box* tidak memenuhi syarat dan ketentuan dari objek jual beli *salam*, dikarenakan objek pesannya tidak diketahui secara spesifik dan jelas (jenis, macam dan sifatnya), tidak diketahui ukuran dan kuantitasnya, serta ketidakjelasan objek barang pesanan tersebut telah menjangkau keseluruhan parameter *gharar al-katsir*. Sehingga dapat disimpulkan status hukumnya adalah batal. Perbedaan

³⁴ Riska Astika, *Tinjauan hukum ekonomi Syariah terhadap bisnis subscription box*. (Skripsi-UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, 2018).

penelitian dengan yang akan dibahas terletak pada objek yang akan digunakan.

2. Penelitian yang berjudul *“Tinjauan Hukum Islam dan Perdata terhadap Jual Beli Sistem Mystery Box di Situs www.Bukalapak.Com”*, Ditulis oleh Muhamad Rokib Qomarudin pada tahun 2019 (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya).³⁵ Penelitian ini menjelaskan berdasarkan analisis hukum Islam dan perdata bahwa barang yang diperjualbelikan tidak diketahui namun diterangkan jenisnya termasuk jual beli yang diperbolehkan, karena menyebutkan jenisnya sama halnya dengan menerangkan sifat barang. Menurut hukum perdata pasal 1320, Jual Beli Sistem *Mystery Box* di situs www.bukalapak.com khususnya pada lapak Bimantoro dan TOKO_MYSTERIOUS_BOX batal demi hukum karena tidak memenuhi syarat objektif yaitu mengenai sebab yang halal, dimana melanggar ketentuan dari bukalapak yaitu aturan pelapak nomor 23. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dibahas terletak pada objek serta analisis yang digunakan.
3. Penelitian yang berjudul *“Tinjauan Hukum Ekonomi Syari’ah Terhadap Jual Beli Mystery Box Di Online Shop*

³⁵ Muhamad, Qomarudin Rokib. *Tinjauan Hukum Islam Dan Perdata Terhadap Jual Beli Sistem Mystery Box di Situs www.Bukalapak.Com*. (Skripsi- UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2019).

Tokopedia". Ditulis oleh Wireksa Mulyadi pada tahun 2020 (Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung).³⁶ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) pelaksanaan jual beli *Mystery Box* mekanismenya sama dengan jual beli *online* pada umumnya dilakukan dengan sistem pesanan dan bayar dimuka, (2) berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah belum memenuhi keseluruhan syarat/ketentuan dari bai' al-salam sebagaimana diatur dalam teori fiqh mu'āmalah, fatwa DSN MUI No.05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Salam, dan KHES Buku II tentang Akad Babk V tentang Akibat Bai' Bagian Kegiatan tentang Bai' Salam, jual beli *mystery box* tidak memenuhi syarat dari objek bai'al-salam karena objek tidak diketahui secara spesifik, tidak diketahui ukuran/kuantitas dan kualitasnya, dan ketidakjelasan objek barang yang akan didapat (3) manfaat dari jual beli *mystery box* banyak sekali yang merasa diuntungkan karena objek yang didapat pembeli sesuai ekspektasi bahkan lebih dari ekspektasi (menguntungkan). Tetapi kemudahan jual beli ini banyak merugikan pembeli yang mengakibatkan perselisihan, biasanya disebabkan oleh harga *Mystery Box* terlalu mahal sehingga tergolong kepada *gharar al-Katsir* dan hukum jual beli tersebut menjadi batal.

³⁶ Wireksa Mulyadi, *Tinjauan Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Jual Beli Mystery Box di Online Shop Tokopedia*, Skripsi. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2020

4. Penelitian yang berjudul “*Transaksi Jual Beli Mystery Box Pada Situs Shopee Ditinjau Dalam Perspektif Ba’i Salam (Studi Kasus di Banda Aceh)*”. Ditulis oleh Miftahul Jannah pada tahun 2020.³⁷ Penelitian ini menjelaskan praktik transaksi jual beli *Mystery Box* dilakukan dengan cara membeli pembeli memesan *Mystery Box* pada situs Shopee, melakukan proses pembayaran dan pembeli akan menerima produk tersebut dalam keadaan tidak mengetahui barang yang akan didapatkan. Bentuk pertanggungjawaban penjual terhadap jual beli *Mystery Box* pada situs Shopee tidak ada, karena sebelumnya penjual telah memberikan informasi secara lengkap mengenai produk yang ditawarkan pada kolom bagian deskripsi. Transaksi jual beli *Mystery Box* pada situs Shopee dalam praktiknya tidak sah, merujuk pada ketentuan akad *ba’i salam*, dikarenakan tidak terpenuhinya salah satu syarat *ba’i salam* yakni spesifikasi dan karakteristik barang. Dan transaksi seperti ini termasuk juga dalam kategori jual beli *gharar*.
5. Penelitian yang berjudul “*Faktor-faktor yang Menyebabkan Terjadinya Jual Beli Gharar Dalam Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Ikan Asin di Pasar Gayabaru 1 Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten Lampung*”

³⁷ Miftahul Jannah, *Transaksi Jual Beli Mystery Box Pada Situs Shopee Ditinjau Dalam Perspektif Ba’I Salam (Studi Kasus di Banda Aceh)*, Skripsi. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2020

Tengah)”. Ditulis oleh Daina Sari pada tahun 2018.³⁸ Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa praktek jual beli ikan asin di pasar Gayabaru terjadi ketidakjelasan atau *gharar* terdapat pada sistem takarannya. Dengan sistem takaran yang dipraktekkan tersebut, peneliti melihat terdapat tiga bentuk dari empat klasifikasi tentang *gharar*, yaitu *gharar* pada kualitas, *gharar* pada kuantitas dan *gharar* pada harga. *Gharar* dalam kuantitas terjadi karena takaran ikan asin yang dikirim dari supplier tersebut yang tidak diketahui secara langsung oleh pedagang. Selanjutnya adalah *gharar* dalam bentuk kualitas, terkadang ikan asin yang dijual tersebut ketika dilihat banyak yang kurang baik. Bahkan ketika harga ikan asin dari supplier turun tetapi pedagang menjual ke konsumen tidak menurunkan harga.

6. Penelitian yang berjudul “*Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Online dan Relevansinya terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen*”. Ditulis oleh Disa Nusia Nisrina pada tahun 2015.³⁹ Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa praktek jual beli *online* yang memberikan kemashlahatan pada dasarnya boleh (*mubah*). Menurut

³⁸ Daina Sari, *Faktor-faktor yang Menyebabkan Terjadinya Jual Beli Gharar Dalam Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Ikan Asin di Pasar Gayabaru 1 Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten Lampung Tengah)*, Skripsi. Lampung: IAIN Metro, 2018

³⁹ Disa Nusia Nisrina, *Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Online dan Relevansinya terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Skripsi. Makassar: UIN Alaudin, 2015

UUPK dan hukum Islam, konsumen berhak mendapatkan pelayanan yang baik entah dari barang tersebut maupun dari jasa penjual, serta hak untuk terhindar dari perilaku diskriminatif. Dalam artian UUPK dan hukum Islam memiliki peran dan fungsi yang sama dalam perlindungan hak-hak konsumen.

7. Penelitian yang berjudul "*Faktor-faktor Terjadinya Jual Beli Gharar (Studi Kasus Petani Kencur di Desa Lubuk Balam Kabupaten Bengkulu Utara)*". Ditulis oleh Komisa Yosi Sari pada tahun 2021.⁴⁰ Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa faktor-faktor penyebab tersebut disebabkan oleh dua faktor yaitu: Faktor internal, kebutuhan pokok sehari-hari, adanya kerakusan manusia untuk mendapatkan keuntungan lebih besar, serta minimnya pengetahuan agama. Faktor eksternal, yaitu faktor budaya yaitu kebiasaan masyarakat sejak dulu, serta referensi kelompok yang mengacu pada masyarakat yang merasa diuntungkan dengan jual beli tersebut sehingga dilakukan oleh masyarakat lainnya.
8. Penelitian yang berjudul "*Jual Beli Online dengan Menggunakan Sistem Dropshipping menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus pada Forum*

⁴⁰ Komisa Yosi Sari, *Faktor-faktor Terjadinya Jual Beli Gharar (Studi Kasus Petani Kencur di Desa Lubuk Balam Kabupaten Bengkulu Utara)*, Skripsi. Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2021

KASKUS)”. Ditulis oleh Putra Kalbuadi pada tahun 2015.⁴¹ Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa sistem jual beli *online* dengan sistem *dropshipping* memiliki kesamaan dengan skema akad salam maupun akad *wakalah*. Sistem *dropshipping* adalah bentuk muamalah yang diperbolehkan.

9. Penelitian yang berjudul “*Tinjauan Hukum Islam tentang Jual Beli Mystery Box*”. Ditulis oleh Adi Kurnia Sandy pada tahun 2020.⁴² Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa jual beli *mystery box* di toko *online* Lazada menurut hukum Islam hukumnya batal karena dalam prakteknya terdapat beberapa faktor yang tidak memenuhi ketentuan syarat jual beli menurut syara’ yakni ketidakjelasan barang yang diperjualbelikan serta penjual tidak memiliki itikad baik berupa jujur dalam memberikan pelayanan transaksi tersebut.
10. Penelitian yang berjudul “*Tinjauan Fiqih Muamalah terhadap Praktik Jual Beli Mystery Box di Lazada.*” Ditulis oleh Theresia Nadya Saronika pada tahun 2020.⁴³ Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa jual beli *mystery box* merupakan transaksi jual beli *online* dimana

⁴¹ Putra Kalbuadi, *Jual Beli Online dengan Menggunakan Sistem Dropshipping menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus pada Forum KASKUS)*, Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2015

⁴² Adi Kurnia Sandy, *Tinjauan Hukum Islam tentang Jual Beli Mystery Box*, Skripsi. Lampung: UIN Raden Intan, 2020

⁴³ Theresia Nadya Saronika, *Tinjauan Fiqih Muamalah terhadap Praktik Jual Beli Mystery Box di Lazada*, Skripsi. Surakarta: IAIN Surakarta, 2020

pembeli hanya mengetahui informasi mengenai jenis barang dan selebihnya barang hanya akan ditentukan oleh penjual. Menurut hukum Islam, bahwa jual beli *mystery box* diperbolehkan apabila barang yang dijual dijelaskan jenis dan takarannya, akan tetapi menurut Imam Syafi'i jual beli seperti *mystery box* tidak diperbolehkan dan termasuk ke dalam jual beli *gharar*.

Tabel 1.1 Kajian Terdahulu

No.	Penulis dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Riska Astika “ <i>Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Bisnis Subscription Box</i> ”, Skripsi, 2018	Membahas mengenai mekanisme jual beli <i>Mystery Box/ Subscription Box</i> di aplikasi <i>online shop</i>	Tesis ini membahas motif dan tujuan serta dampak konsumen dalam membeli <i>Mystery Box</i>
2	Muhamad Rokib Qomarudin “ <i>Tinjauan Hukum Islam dan</i>	Membahas mengenai mekanisme/praktik jual beli <i>Mystery</i>	Tesis ini membahas motif dan tujuan serta

	<p><i>Perdata terhadap Jual Beli Sistem Mystery Box di Situs www.Bukalapak.Com</i>”, Skripsi, 2019</p>	<p>Box di aplikasi online shop</p>	<p>dampak konsumen dalam membeli <i>Mystery Box</i></p>
3	<p>Wireksa Mulyadi “<i>Tinjauan Hukum Ekonomi Syari’ah Terhadap Jual Beli Mystery Box Di Online Shop Tokopedia</i>”, Skripsi, 2020</p>	<p>Membahas mengenai mekanisme jual beli <i>Mystery Box</i> di aplikasi online shop</p>	<p>Tesis ini membahas motif dan tujuan serta dampak konsumen dalam membeli <i>Mystery Box</i></p>
4	<p>Miftahul Jannah, “<i>Transaksi Jual Beli Mystery Box Pada Situs Shopee Ditinjau Dalam Perspektif Ba’i Salam (Studi Kasus di Banda</i></p>	<p>Membahas mengenai mekanisme jual beli <i>Mystery Box</i> di situs Shopee</p>	<p>Tesis ini membahas motif dan tujuan serta dampak konsumen dalam membeli</p>

	<i>Aceh)</i> ”, Skripsi, 2020		<i>Mystery Box</i>
5	Daina Sari, “ <i>Faktor-faktor yang Menyebabkan Terjadinya Jual Beli Gharar Dalam Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Ikan Asin di Pasar Gayabaru 1 Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten Lampung Tengah)</i> ”. Skripsi, 2018	Membahas mengenai mekanisme/praktik jual beli Ikan Asin di Pasar Gayabaru 1 Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten Lampung Tengah	Tesis ini membahas motif dan tujuan serta dampak konsumen dalam membeli <i>Mystery Box</i>
6	Disa Nusia Nisrina, <i>Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual</i>	Membahas mengenai hukum jual beli <i>online</i> dan perlindungan hak-	Tesis ini membahas motif dan tujuan serta

	<i>Beli Online dan Relevansinya terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen</i> , Skripsi, 2015	hak konsumen menurut UUPK dan hukum Islam.	dampak konsumen dalam membeli <i>Mystery Box</i>
7	Komisa Yosi Sari, <i>Faktor-faktor Terjadinya Jual Beli Gharar (Studi Kasus Petani Kencur di Desa Lubuk Balam Kabupaten Bengkulu Utara)</i> ". Skripsi, 2021	Membahas mengenai faktor yang menyebabkan terjadinya jual beli <i>gharar</i> , diantaranya kerasukan untuk mendapatkan keuntungan lebih, dan kebiasaan yang telah dilakukan sejak lama.	Tesis ini membahas motif dan tujuan serta dampak konsumen dalam membeli <i>Mystery Box</i>
8	Putra Kalbuadi, <i>Jual Beli Online dengan Menggunakan Sistem Dropshipping</i>	Membahas mengenai sistem jual beli <i>online</i> dengan sistem <i>dropshipping</i> memiliki kesamaan	Tesis ini membahas motif dan tujuan serta dampak konsumen

	<i>menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus pada Forum KASKUS), Skripsi, 2015</i>	dengan skema akad salam maupun akad wakalah. Sistem <i>dropshipping</i> adalah bentuk muamalah yang diperbolehkan.	dalam membeli <i>Mystery Box</i>
9	Adi Kurnia Sandy, <i>Tinjauan Hukum Islam tentang Jual Beli Mystery Box, Skripsi, 2020</i>	Membahas mengenai hukum praktek jual beli <i>mystery box</i> di toko <i>online</i> Lazada menurut hukum Islam.	Tesis ini membahas motif dan tujuan serta dampak konsumen dalam membeli <i>Mystery Box</i>
10	Theresia Nadya Saronika, <i>Tinjauan Fiqih Muamalah terhadap Praktik Jual Beli Mystery Box di Lazada (Studi Kasus pada</i>	Membahas mengenai hukum praktik jual beli <i>mystery box</i> di Lazada menurut fiqih muamalah, sedangkan Imam Syafi'i	Tesis ini membahas motif dan tujuan serta dampak konsumen dalam membeli

	<i>Akun Izzat Store</i>), Skripsi, 2020	menghukumi haram pada jual beli tersebut.	<i>Mystery Box</i>
--	---	---	--------------------

F. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.⁴⁴ Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia.⁴⁵ Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.⁴⁶

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Menurut Moleong, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. Ke-19 (Bandung: CV. Alfabeta, 2013), 2.

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶ *Ibid.*

perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁴⁷ Jenis Penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian terhadap kasus yang terjadi di lapangan atau terjadi di masyarakat. Penelitian lapangan hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistik apa yang tengah terjadi pada suatu saat di tengah masyarakat.⁴⁸ Pendekatan yang sesuai pada penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi. Menurut Creswell, pendekatan fenomenologi merupakan sebuah studi yang menjelaskan makna pengalaman hidup bagi beberapa individu tentang sebuah konsep atau fenomena.⁴⁹ Pendekatan ini sebagai upaya untuk memahami makna dari suatu peristiwa dan saling pengaruhnya dengan pelaku, mengungkapkan intepretasi yang khas hasil dari

⁴⁷ Oky Sugianto, *Penelitian Kualitatif, Manfaat, dan Alasan Penggunaan*, <https://binus.ac.id/bandung/2020/04/penelitian-kualitatif-manfaat-dan-alasan-penggunaan/>, diakses pada Senin, 22 Februari 2021, 11:31 wib

⁴⁸ Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Mu'amalah*, (Ponorogo: STAIN PO Press, 2010), hlm. 6.

⁴⁹ Engkus Kuswarno, *Tradisi Fenomenologi pada Penelitian Komunikasi Kualitatif: Sebuah Pengalaman Akademis*, *Jurnal Mediator*, Vol. 7, No. 1, Juni, 2006, 49.

wawancara tanpa adanya asumsi sebelum melakukan penelitian.⁵⁰

2. Data dan Sumber Data

a. Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah jenis data kualitatif. Data kualitatif merupakan data yang disajikan dalam bentuk kata, kalimat, atau gambar yang meliputi hal-hal sebagai berikut :

- 1) Data tentang mekanisme pelaksanaan jual beli *Mystery Box* di *online shop*.
- 2) Data tentang motif dan tujuan konsumen dalam membeli *Mystery Box* di *online shop*.

b. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian yang atau bersangkutan. Data primer ini disebut juga dengan data asli atau baru. Sedangkan, data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan

⁵⁰ Dwi Kurniawan dan Farida Hodayati, Penyalahgunaan Seksual dengan Korban Anak-anak (Studi Kualitatif Fenomenologi Terhadap Pelaku Penyalahgunaan Seksual dengan Korban Anak-anak), *Jurnal Empati*, Vol. 6(1), 120-127, Januari 2017, 124.

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/view/15159>

orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber ada.⁵¹

3. Penggalian Data

Untuk mendapatkan data yang mendukung penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi adalah sebagai aktivitas untuk memperhatikan sesuatu dengan menggunakan alat indra, yaitu penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba, dan pengecap.⁵² Dalam teknik ini, peneliti berusaha mengumpulkan data dengan cara mengamati aktivitas-aktivitas di *online shop*.

b. Interview/Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self-report, atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan atau

⁵¹ M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 82.

⁵² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi 2*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), 107.

keyakinan pribadi.⁵³ Selain itu, peneliti juga menggunakan angket/kuesioner⁵⁴ yaitu google form sebagai instrumen yang digunakan dalam penelitian.

Dalam penelitian kualitatif, sering menggabungkan teknik observasi partisipatif dengan wawancara mendalam. Selama melakukan observasi, peneliti juga melakukan interview kepada orang-orang ada di dalamnya.⁵⁵

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen

⁵³ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. Ke-19 (Bandung: CV. Alfabeta, 2013), 231.

⁵⁴ Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Sugiyono, *Metode Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 199.

⁵⁵ *Ibid*, 232.

merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁵⁶

4. Analisis Data

Analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian.⁵⁷

1) Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.⁵⁸

⁵⁶ *Ibid*, 240.

⁵⁷ *Ibid*, 245.

⁵⁸ *Ibid*, 247.

2) Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Dalam hal ini, penyajian data berarti bahwa *“The most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text”*. Data yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.⁵⁹

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan dan pemahaman dalam penelitian ini, maka penulis menyusun kerangka dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang penjelasan dan gambaran secara umum tentang penelitian yang dari: Latar Belakang Masalah, Masalah dan Rumusannya, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Kajian Pustaka, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

⁵⁹ *Ibid*, 249.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang penjelasan teoritik tentang jual beli gharar dalam Islam, Jual beli salam, Perilaku konsumen, dan Perilaku konsumsi dalam Islam

BAB III: MEKANISME JUAL BELI *MYSTERY BOX*

Bab ini berisi tentang penjelasan definisi *Mystery Box*, Mekanisme Pembelian *Mystery Box* di Shopee, Mekanisme Pembelian *Mystery Box* di Tokopedia, Mekanisme Pembelian *Mystery Box* di Bukalapak, *Mystery Box* dalam Tinjauan Ekonomi Islam, dan Hukum Jual Beli *Mystery Box* dalam Islam, dan Tinjauan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Jual Beli *Mystery Box*, yang didalamnya akan mengulas: paparan data lapangan, analisis data lapangan dan sintesis.

BAB IV: MOTIF KONSUMEN DALAM PEMBELIAN *MYSTERY BOX*

Bab ini berisi tentang penjelasan *Mystery Box* Menurut Konsumen, Motif Pembelian Konsumen pada *Mystery Box*, Produk yang diperoleh Pasca Membeli *Mystery Box*, Intensitas dalam Membeli *Mystery Box*, Pendapat Konsumen Pasca Membeli *Mystery Box*, Manfaat *Mystery Box* terhadap

Konsumen, Manfaat *Mystery Box* terhadap Konsumen, Harapan Konsumen terhadap *Mystery Box*, Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Pendapat Konsumen tentang *Mystery Box*, dan Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Motif Transaksi Konsumen, yang didalamnya akan mengulas: paparan data lapangan, analisis data lapangan dan sintesis

BAB V: DAMPAK PEMBELIAN *MYSTERY BOX* TERHADAP KONSUMEN

Bab ini berisi tentang penjelasan Dampak Keputusan Konsumen dalam Pembelian *Mystery Box*, dan Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Dampak Pembelian *Mystery Box* bagi Konsumen, yang didalamnya akan mengulas: paparan data lapangan, analisis data lapangan dan sintesis

BAB VI: PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari setiap rumusan masalah, saran dan kata penutup yang juga dilengkapi dengan daftar pustaka.

BAB II

JUAL BELI *ONLINE* DAN PERILAKU KONSUMSI DALAM ISLAM

A. Jual Beli *Gharar* dalam Islam

Al-Bay' merupakan satu kata yang mempunyai dua makna yang berlawanan, yaitu makna membeli (*syira'*) dan menjual (*bay'*). Secara terminologi, jual beli yaitu menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.¹ Hal yang sama juga diutarakan oleh Sayyid Sabiq, jual beli merupakan pertukaran harta tertentu dengan harta lain berdasarkan keridhaan antara keduanya. Atau dengan pengertian lain memindahkan hak milik dengan hak milik orang lain berdasarkan persetujuan dan hitungan materi.²

Dalam al-Qur'an dijelaskan di surah al-Baqarah : 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ
الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا
إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ

¹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Press), 2011), 67.

² Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah* (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006), 120.

جَاءَهُر مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِء فَأَنْتَهَىٰ فَلَهُر مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُر إِلَىٰ
 اللَّهُر وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
 خَالِدُونَ

“Oang-orang yang makan (mengambil) riba³ tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila⁴. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu⁵ (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”

³ Riba itu ada dua macam: *nasiah* dan *fadh*l. Riba *nasiah* ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. Riba *fadh*l ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya. Riba yang dimaksud dalam ayat ini Riba *nasiah* yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliyah.

⁴ Maksudnya: orang yang mengambil Riba tidak tenteram jiwanya seperti orang kemasukan syaitan.

⁵ Riba yang sudah diambil (dipungut) sebelum turun ayat ini, boleh tidak dikembalikan.

Sedangkan dari Hadith, Rasulullah Saw. bersabda :

عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

“Penghasilan seseorang dari jerih payah tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur” (HR. Ahmad).

Berdasarkan ijma' ulama, jual beli dibolehkan dan telah dipraktekkan sejak masa Rasulullah sampai sekarang.⁶

Dalam melaksanakan praktik jual beli, hal yang harus diperhatikan adalah mencari barang yang baik dan halal dengan jalan yang halal pula. Hal ini bermakna bahwa praktek tersebut harus dilakukan dengan sejujur-jujurnya. Bersih dari segala sifat yang dapat merusak jual beli, seperti penipuan, pencurian, perampasan, riba, dan sebagainya.⁷ Namun dalam kenyataannya, terdapat bermacam-macam bentuk jual beli sampai ada yang mengandung sifat *gharar*.

Syariat Islam melarang melakukan transaksi atau memberikan syarat dalam akad yang terdapat unsur *gharar* didalamnya, sebagaimana Hadith Rasulullah Saw:

نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن بيع الغرر

“Rasulullah Saw melarang jual beli yang mengandung *gharar*”

⁶ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, 121.

⁷ Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2004), 18.

Dalam al-Qur'an surah al-An'am: 152 terdapat larangan bahwa segala bentuk transaksi dilarang terdapat unsur *gharar*, diantaranya :

وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَالْمِيزَانِ بِالْقِسْطِ ۗ لَّا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۗ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۚ ذَٰلِكُمْ وَصَّيْنَاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾

“... dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu Berlaku adil, Kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.”

Berdasarkan penjelasan pasal 2 ayat 3 peraturan Bank Indonesia No. 7/46/PBI/2005 tentang akad penghimpunan dan penyaluran dana bagi bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah menjelaskan bahwa *gharar* merupakan transaksi yang mengandung tipuan dari salah satu pihak sehingga pihak yang lain dirugikan.⁸ Secara operasional, *gharar* bisa diartikan; kedua belah pihak dalam transaksi tidak memiliki kepastian terhadap barang yang menjadi objek

⁸ Trisadini P. Usanti, Abdul Shomad, Ari Kurniawan, *Absorpsi Hukum Islam pada Akad Pembiayaan di Bank Syariah*, (Surabaya: Lutfansah Mediatama, 2013), 10.

transaksi baik terkait kualitas, kuantitas, harga dan waktu penyerahan barang sehingga pihak kedua dirugikan.⁹ *Gharar* ini terjadi bila mengubah sesuatu yang pasti menjadi tidak pasti.¹⁰ Beberapa contoh praktik *gharar* diantaranya :

- a. *Gharar* dalam kualitas, seperti penjual yang menjual anak sapi yang masih dalam kandungan.
- b. *Gharar* dalam kuantitas, seperti dalam kasus ijon.
- c. *Gharar* dalam harga (*gabn*), seperti murabahah rumah satu tahun dengan margin 20 persen atau murabahah rumah dua tahun dengan margin 40 persen.
- d. *Gharar* dalam waktu penyerahan, seperti menjual barang yang hilang.¹¹

Islam sebagai agama dengan visi keadilan menolak secara tegas praktik jual beli *gharar*. Selain merugikan pihak yang terlibat secara langsung, kehadirannya juga akan membuat

⁹ Adiwarmar A. Karim dan Oni Sahroni, *Riba, Grarar dan Kaiddah-kaidah Ekonomi Syariah: Analisis Fikih dan Ekonomi*, (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2019), 77.

¹⁰ Dalam literatur fikih, *taḍlis* adalah sinonim dengan *gharar*. Tetapi beberapa ahli ekonomi membedakan antara *gharar* dan *taḍlis*. Dimana *gharar* salah satu pihak menyembunyikan informasi, sedangkan dalam *taḍlis* kedua belah pihak sama-sama tidak memiliki kepastian tentang sesuatu yang ditransaksikan. Sesungguhnya perbedaan tersebut bukan perbedaan substansif, tetapi hanya perbedaan cara menjelaskan saja. Maka dalam buku *Riba, Grarar dan Kaiddah-kaidah Ekonomi Syariah: Analisis Fikih dan Ekonomi*. *taḍlis* dibahas sebagai bagian dari *gharar*, sedangkan dalam bahasan aspek ekonomi, jenis dan contoh-contoh *gharar* dibedakan dan terpisah dari *taḍlis*.

¹¹ Adiwarmar A. Karim dan Oni Sahroni, *Riba, Grarar*, 78.

masyarakat gelisah.¹² Jual beli *gharar* yang dimaksud adalah semua jenis jual beli yang mengandung spekulasi (*mukhatarah*) atau permainan taruhan (*qumar*). Hukum Islam melarang jenis jual beli seperti ini.¹³

Tujuan dilarangnya praktik *gharar* agar dalam melaksanakan transaksi, tidak ada pihak-pihak yang dirugikan, karena tidak mendapatkan apa yang diinginkan atau haknya, dan agar tidak terjadi perselisihan dan permusuhan diantara keduanya.¹⁴ Maka dari itu, transaksi dalam Islam sesungguhnya harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak. Prinsip ini berarti setiap pihak mempunyai informasi yang sama terhadap barang tersebut, sehingga tidak ada yang merasa dicurangi atau ditipu karena ada suatu yang *unknown to one party*.¹⁵

1. Jenis dan Tingkatan *Gharar*

Menurut para ulama', *gharar* terdapat jenis dan tingkatan yang berbeda-beda, diantaranya:

- a. *Gharar* berat. Abu al-Walid al-Baji menjelaskan batasan (*dhabit*) *gharar* berat tersebut, yaitu:

¹² Purbayu Budi Santosa, *Larangan Jual beli Gharar: Tela'ah Terhadap Hadis Dari Musnad Ahmad Bin Hanbal*, IAIN Kudus: Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 3 No. 1. Juni 2015
<https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1277>, 158

¹³ Sayyid Sabiq, *Fiqih Sunnah Jilid 12*, (Bandung: Alma'arif, 1987), 75.

¹⁴ Adiwarman A. Karim dan Oni Sahroni, *Riba, Grarar*, 80.

¹⁵ *Ibid.*

هو ما كان غالباً في العقد حتى صار العقد يوصف به
 “*Gharar (berat)* itu adalah *gharar* yang sering terjadi
 pada akad hingga menjadi sifat akad tersebut”.

Singkatnya, *gharar berat* adalah *gharar* yang bisa dihindarkan dan menimbulkan perselisihan diantara para pihak yang melakukan akad.¹⁶ Diantara contoh *gharar berat* yaitu menjual buah-buahan yang belum tumbuh, menyewakan suatu manfaat barang tanpa batas waktu, memesan barang untuk barang yang tidak pasti ada pada waktu penyerahan.¹⁷

b. *Gharar ringan*

Gharar ringan merupakan *gharar* yang tidak bisa dihindarkan dalam setiap akad dan dimaklumi menurut ‘*urf tujjār*’ (tradisi pebisnis) sehingga pelaku akad tidak dirugikan dengan *gharar* tersebut.¹⁸ Dalam beberapa contoh transaksi seperti membeli rumah tanpa melihat fondasinya, menyewakan rumah dalam beberapa bulan yang berbeda-beda jumlah hariya, menjual buah-buahan yang ada didalam tanah, menjual sesuatu yang hanya bisa diketahui jika dipecahkan atau dirobek.¹⁹

¹⁶ *Ibid*, 82.

¹⁷ *Ibid*.

¹⁸ *Ibid*, 83.

¹⁹ *Ibid*.

Gharar ringan ini dibolehkan menurut Islam sebagai bentuk keringanan (dispensasi) khususnya bagi pelaku bisnis. Karena *gharar* ini tidak bisa dihindarkan dan sebaliknya sulit sekali melakukan bisnis tanpa *gharar* ringan tersebut.²⁰

Konsep *gharar* ini pun sama halnya dengan konsep *maisir* (perjudian) yang dimana keduanya merupakan bentuk kejahatan. Kata *maisir* dalam bahasa arab yang arti harfiahnya adalah memperoleh sesuatu dengan sangat mudah tanpa kerja keras atau mendapat keuntungan tanpa bekerja, oleh karena itu disebut berjudi.²¹ Prinsip berjudi ini adalah terlarang, baik terlibat secara mendalam maupun hanya berperan sedikit saja atau tidak berperan sama sekali menggantungkan keuntungan semata.²²

Terdapat dalil yang menjadi dasar atas pengharaman *maisir*, diantaranya adalah firman Allah Swt dalam surah al-Maidah ayat 90-91, sebagai berikut:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ
 وَالْأَزْلَمُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ

²⁰ *Ibid.*

²¹ Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid IV*, (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 2003), 141.

²² *Ibid*, 142.

لَعَلَّكُمْ تَفْلَحُونَ ﴿٦١﴾ إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ
 بَيْنَكُمْ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ
 وَيَصُدَّكُمْ عَن ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ ۗ فَهَلْ أَنْتُمْ
 مُنتَهُونَ ﴿٦٢﴾

“Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah²³, adalah Termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan. Sesungguhnya syaitan itu bermaksud hendak menimbulkan permusuhan dan kebencian di antara kamu lantaran (meminum) khamar dan berjudi itu, dan menghalangi kamu dari mengingat Allah dan sembahyang; Maka berhentilah kamu (dari mengerjakan pekerjaan itu).”

Pada umumnya, *maisir* (perjudian) dan *azlām* (penjualan undian) dan segala bentuk taruhan, undian, atau lotre yang

²³ *Al-Azlaam* artinya: anak panah yang belum pakai bulu. orang Arab Jahiliyah menggunakan anak panah yang belum pakai bulu untuk menentukan Apakah mereka akan melakukan suatu perbuatan atau tidak. Caranya ialah: mereka ambil tiga buah anak panah yang belum pakai bulu. setelah ditulis masing-masing yaitu dengan: lakukanlah, jangan lakukan, sedang yang ketiga tidak ditulis apa-apa, diletakkan dalam sebuah tempat dan disimpan dalam Ka'bah. bila mereka hendak melakukan sesuatu Maka mereka meminta supaya juru kunci ka'bah mengambil sebuah anak panah itu. Terserahlah nanti Apakah mereka akan melakukan atau tidak melakukan sesuatu, sesuai dengan tulisan anak panah yang diambil itu. kalau yang terambil anak panah yang tidak ada tulisannya, Maka undian diulang sekali lagi.

berdasarkan pada bentuk-bentuk perjudian adalah haram didalam Islam. Rasulullah Saw melarang segala bentuk bisnis yang mendatangkan hasil yang diperoleh dari untung-untungan, spekulasi, dan ramalan atau terkaan dan buka diperoleh dari bekerja.²⁴

B. Jual beli Salam

Akad Jual beli dalam Islam memiliki banyak sekali bentuknya seperti yang telah dibahas oleh para ulama fiqh, salah satu diantaranya adalah akad dalam jual beli dengan metode salam. Menurut ulama Syafi'iyah dan Hanabilah, jual beli salam merupakan akad atas barang pesanan dengan spesifikasi tertentu yang penyerahannya ditangguhkan pada waktu tertentu, dimana pembayaran dilakukan secara tunai di majlis akad.²⁵ Ulama Malikiyah menyatakan bahwa, salam merupakan akad jual beli dimana modal (pembayaran) dilakukan secara tunai (dimuka) dan objek pesanan diserahkan kemudian dengan jangka waktu tertentu.²⁶ Ulama fiqh mendefinisikan jual beli salam secara terminologis sebagai berikut :

²⁴ *Ibid.*

²⁵ Dimyauddin, Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 128.

²⁶ *Ibid.*

بَيْعٌ أَجَلٍ بِعَاجِلٍ، أَوْ بَيْعٌ شَيْءٍ مَوْصُوفٍ فِي الذَّمِّ أَيَّ أَنَّهُ يَتَقَدَّمُ فِيهِ رَأْسُ الْمَالِ وَيَتَأَخَّرُ الْمُتَمِينُ لِأَجَلٍ.

Menjual barang yang penyerahannya ditunda atau menjual suatu (barang) yang ciri-cirinya jelas dengan pembayaran modal awal, sedangkan barangnya diserahkan kemudian hari.

1. Dasar Hukum Jual Beli Salam

Dasar hukum jual beli salam adalah diperbolehkan, hal ini mengacu pada dalil-dalil yang terdapat dalam al-Qur'an, diantaranya:

- a. Surah al-Baqarah: 282 yaitu :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ
 أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ...

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya...”

- b. Hadist tentang jual beli salam

“Ibn Abbas menyatakan bahwa ketika Rasul datang ke Madinah, penduduk Madinah melakukan jual beli salam pada buah-buahan untuk jangka satu tahun atau dua tahun. Kemudian Rasul bersabda: Siapa yang melakukan salam hendaknya melakukan dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas

pula, sampai batas waktu tertentu”. (Muslich, 2015: 243).

c. Ijma’

Kesepakatan ulama (ijma’) akan bolehnya jual beli salam dikutip dari pernyataan Ibnu Mundzir yang mengatakan bahwa semua ahli ilmu telah sepakat bahwa jual beli salam dibolehkan, karena terdapat kebutuhan dan keperluan untuk memudahkan urusan manusia. Pemilik lahan pertanian, perkebunan ataupun perniagaan terkadang membutuhkan modal untuk mengelola usaha mereka hingga siap dipasarkan, maka jual beli salam diperbolehkan untuk mengakomodir kebutuhan mereka. Ketentuan ijma’ ini secara jelas memberikan legalisasi praktik pembiayaan/jual beli salam.²⁷

2. Rukun dan Syarat Jual Beli Salam

Dalam transaksi akad *salam* terdapat rukun yang harus dipenuhi agar transaksi tersebut menjadi sah, di antaranya :

- a. Pelaku akad, yaitu *muslam* (pembeli) yang mana bertindak sebagai pihak yang membutuhkan dan memesan barang, dan *muslam alaih* (penjual) yang

²⁷ Rozalinda, *Fiqih Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 131.

mana pihak yang memproduksi atau menyediakan barang pesanan;

- b. Objek akad, yaitu barang atau hasil produksi (*muslam fih*) dengan spesifikasi dan harga (*tsaman*); dan
- c. *Shighah*, yaitu *ijab* dan *qabul*.²⁸

Rasulullah Saw memperbolehkan salam dengan syarat-syarat yang harus dipenuhi,²⁹ yakni :

- a. *Ra'sul mal* (harga asal) disyaratkan: diketahui jumlahnya; jelas jenisnya, transaksi dengan uang yang sah; dan diserahkan pada waktu akad baik tunai maupun cek sebelum para pihak berpisah dari tempat akad.

Jika uang diserahkan setelah para pihak berpisah dari tempat akad maka akad salam menjadi batal. Karena yang dimaksud dengan salam atau salaf adalah mendahulukan menyerahkan uang (uang muka). Dalam akad salam, barang merupakan utang yang berada dalam tanggungan. Apabila mengakhirkan penyerahan uang akan memunculkan jual beli hutang dengan hutang. Padahal itu dilarang dalam hadis Nabi yang diterima dari Ibn Umar:

²⁸ *Ibid*, 91.

²⁹ *Ibid*. 90.

عَنْ ابْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا: أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ هَيَّ عَنْ بَيْعِ الْكَالِيِّ بِالْكَالِيِّ

“Dari Ibn Umar r.a. sesungguhnya Rasulullah saw. melarang jual beli hutang dengan hutang.”

Ini merupakan syarat yang disepakati antara ulama Hanafiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah. Namun, berbeda dengan Imam Malik yang membolehkan dengan cara mengakhirkan penyerahan uang dalam waktu tiga hari.³⁰

b. *Muslam fih* (barang)

- 1) Barang yang dipesan merupakan barang dapat diketahui dari sifat atau kriterianya yang membedakannya dari yang lain. Misalnya jenis pakaian, jenis wol, katun, dan sutra tertentu.
- 2) Pembeli menyebutkan sifat atau kriteria barang meliputi jenis, macam, dan kualitas.
- 3) Diketahui ukurannya baik melalui takaran, timbangan, hitungan, atau biji. Sesuai dengan hadis Nabi saw. yang diriwayatkan Bukhari dan Muslim yang memerintahkan agar orang yang melakukan akad salam hendaklah dengan

³⁰ Wahbah az-Zuhailly, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz 4 (Lebanon: Dar al-Fikr, 1984), 603.

ukuran yang jelas, timbangan yang jelas, dan batas waktu yang jelas.

- 4) Barang diserahkan kemudian (waktu tunda). Bila barang diserahkan pada waktu akad, akad salam tidak sah karena tidaklah dinamakan salam bila barang diserahkan pada waktu akad. Demikianlah pendapat ulama Hanafiyah, Malikiyah dan Hanabilah. Namun, Ulama Syafi'iyah membolehkan penyerahan barang pada waktu akad.
- 5) Jelas batas waktu dan tempat penyerahan barang.
- 6) Jenis barang dari segi sifat dan kriterianya merupakan barang yang ada di pasaran.
- 7) Akad bersifat tetap, tidak ada khiyar syarat bagi kedua belah pihak atau salah seorang dari keduanya.
- 8) Barang yang dipesan merupakan utang dan menjadi tanggungan penjual.
- 9) Tidak menimbulkan *riba fadhal*.³¹

Sayyid sabiq dalam buku Fikih Sunnah jilid 12 menyatakan, selain syarat-syarat di atas, syarat barang yang diperjualbelikan dengan sistem *salam* ialah barang tersebut berada dalam tanggungan, barang tersebut

³¹ *Ibid*, 604-613.

memiliki kriteria yang dapat memberikan kejelasan kadar dan sifat-sifat yang membedakannya dengan barang lainnya agar tidak mengandung *gharar* dan terhindar dari perselisihan, serta bahwa batas waktu diketahui dengan jelas.³²

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Pasal 101 s/d Pasal 103, disebutkan bahwa syarat *ba'i salam* sebagai berikut :

- 1) Kualitas dan kuantitas barang sudah jelas. Kuantitas barang dapat diukur dengan takaran, atau timbangan, dan/atau meteran.
- 2) Spesifikasi barang yang dipesan harus diketahui secara sempurna oleh para pihak.
- 3) Barang yang dijual, waktu, dan tempat penyerahan dinyatakan dengan jelas.
- 4) Pembayaran barang dapat dilakukan pada waktu dan tempat yang disepakati.³³

Semua ahli hukum Islam berpendapat bahwa akad *salam* akan menjadi sah jika memenuhi tujuh syarat yang harus dipenuhi,³⁴ di antaranya :

- 1) Pembeli harus membayar penuh barang yang dipesan pada saat akad *salam* disepakati. Hal ini dibutuhkan

³² Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah*..., 113.

³³ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2012), 115.

³⁴ Ascarya, *Akad dan Produk*..., 93.

jika pembayaran belum penuh, maka akan terjadi penjualan utang dengan utang yang secara eksplisit dilarang.

- 2) *Salam* hanya boleh digunakan untuk transaksi pada komoditas yang kuantitas dan kualitasnya dapat ditentukan dengan tepat (*fungible goods* atau *dhawat al-amthal*). Komoditas yang tidak memenuhi dua hal ini tidak dapat dijual menggunakan akad *salam*.
- 3) Transaksi dengan akad *salam* untuk jual beli komoditas tertentu atau produk dari lahan pertanian atau peternakan tertentu tidak dapat dilakukan.
- 4) Kualitas dari komoditas yang akan dijual dengan akad *salam* perlu mempunyai spesifikasi yang jelas sehingga menghindarkan para pihak timbul perselisihan. Semua yang dapat dirinci harus disebutkan secara eksplisit.
- 5) Ukuran kuantitas dari komoditas perlu disepakati dengan tegas. Jika komoditas tersebut dikuantifikasi dengan berat sesuai kebiasaan dalam perdagangan, beratnya harus ditimbang, dan jika biasa dikuantifikasi dengan diukur, ukuran pastinya harus diketahui. Komoditas yang biasa ditimbang tidak boleh diukur dan sebaliknya.
- 6) Tanggal dan tempat penyerahan barang yang pasti harus ditetapkan dalam kontrak.

7) Salam tidak dapat dilakukan untuk barang-barang yang harus diserahkan langsung. Seperti emas yang dibeli ditukar dengan perak, sesuai syariah, penyerahan kedua barang harus dilakukan bersamaan. Sama halnya jika terigu dibarter dengan gandum, penyerahan bersamaan keduanya perlu dilakukan agar jual beli sah secara syariah, sehingga akad salam tidak dapat dilaksanakan.³⁵

3. **Etika dalam Jual Beli *Salam***

Etika memiliki makna yang sama dengan moral yang berarti kebiasaan, sedangkan dalam bahasa arab disebut dengan “akhlak” bentuk jamak dari “*khuluq*” yang berarti budi pekerti, yang merujuk kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap benar atau baik.³⁶ Dengan demikian bahwa etika dalam jual beli merupakan pondasi dalam menjalankan jual beli sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan transaksi tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.³⁷

Di antara etika dalam jual beli salam, sebagai berikut :

³⁵ *Ibid*, 92-93.

³⁶ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 171.

³⁷ *Ibid*.

- a. Masing-masing hendaklah bersikap jujur dan tulus ikhlas serta hendaklah amanah dalam perjanjian-perjanjian yang telah dibuat;
- b. Penjual hendaklah berusaha memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan tersebut;
- c. Pembeli janganlah mencoba untuk menolak barang-barang yang telah dijanjikan itu dengan membuat berbagai alasan-alasan palsu;
- d. Sekiranya barang yang dibawa itu berkurang sedikit daripada syarat-syarat yang telah dibuat, masing-masing hendaklah bertolak ansur dan mencari keputusan yang sebaik-baiknya.³⁸

C. Perilaku Konsumen

Menurut Swastha dan Handoko, perilaku konsumen merupakan perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.³⁹

³⁸ Saprida, *Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli*, Jurnal Mizan, Universitas Ibn Khaldun, Bogor, Vol. 4 No. 1, 2016, 125-126, <https://www.academia.edu/31855597>

³⁹ Lydua Goenadhi, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Kota Banjarmasin, STIEI Banjarmasin: *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 12, No. 2 Oktober 2011, 157. <http://journal.stiei-kayutangi-bjm.ac.id/index.php/jma/article/view/44>

1. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi dari pembeli.⁴⁰

a. Faktor-faktor kebudayaan

- 1) Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Seorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, preferensi, dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial penting lainnya.
- 2) Subbudaya. Setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya.
- 3) Kelas sosial. Kelas-kelas sosial merupakan kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya

⁴⁰ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media, 2019), 9.

mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa.⁴¹

b. Faktor-faktor Sosial

- 1) **Kelompok referensi.** Terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa diantaranya kelompok primer, yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti keluarga, teman, tetangga, dan teman sejawat. Kelompok sekunder, yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan. Kelompok yang seseorang ingin menjadi anggotanya disebut kelompok aspirasi. Sebuah kelompok diasosiatif (memisahkan diri) merupakan sebuah kelompok yang nilai atau perilakunya tidak disukai oleh individu.⁴²
- 2) **Keluarga.** Didalamnya terdapat dua keluarga dalam konteks pembeli, yang pertama yaitu keluarga orientasi yang merupakan orangtua seseorang. Dari orangtualah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik,

⁴¹ *Ibid.*

⁴² *Ibid.*

ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri, dan cinta. Keluarga yang kedua yaitu keluarga prokreasi, adalah pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga yang merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.⁴³

- 3) **Peran dan status.** Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

c. Faktor Pribadi

- 1) **Umur dan tahapan dalam siklus hidup.** Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.
- 2) **Pekerjaan.** Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja

⁴³ *Ibid*, 10.

yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

- 3) **Keadaan ekonomi.** Terdiri dari pendapatan yang dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk presentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan tabungan.
- 4) **Gaya hidup.** Diekspresikan dalam bentuk kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Keseluruhannya menggambarkan bagaimana berinteraksi dengan lingkungan yang sekaligus mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.
- 5) **Kepribadian dan konsep diri.** Merupakan karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responsnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.⁴⁴

d. Faktor-faktor Psikologis

- 1) **Motivasi.** Menurut teori motivasi Freud, mengasumsikan bahwa kekuatan psikologis yang sebenarnya membentuk perilaku manusia sebagian besar bersifat di bawah alam sadar. Freud melihat bahwa seseorang akan menekan

⁴⁴ *Ibid*, 10-11.

berbagai keinginan seiring dengan proses pertumbuhannya dan proses penerimaan aturan sosial. Keinginan ini tidak pernah berhasil dihilangkan atau dikendalikan secara sempurna, dan biasanya muncul kembali dalam bentuk mimpi, salah bicara, dan perilaku manusia.⁴⁵

- 2) **Persepsi.** Sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.
- 3) **Proses belajar.** Menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.
- 4) **Kepercayaan dan sikap.** Merupakan suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.⁴⁶

D. Perilaku Konsumsi dalam Islam

Setiap makhluk hidup pasti melakukan aktivitas konsumsi termasuk manusia. Dalam ilmu ekonomi konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.⁴⁷ Konsumsi merupakan satu dari tiga pokok ekonomi

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶ *Ibid.*, 12.

⁴⁷ Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 178.

selain produksi dan distribusi. Konsumsi secara umum dimaknai sebagai tindakan untuk mengurangi atau menghabiskan guna ekonomi suatu benda, seperti memakan makanan, memakai baju, mengendarai sepeda motor, menempati rumah, dan lain-lain. Dalam berkonsumsi seseorang atau rumah tangga cenderung untuk memaksimalkan daya guna atau *utility*-nya.⁴⁸

Konsumsi itu sendiri bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan. Dengan konsumsi, seseorang dapat terhindar dari kesulitan dan problem yang menghalanginya. Oleh karena itu dengan konsumsi kelangsungan kehidupan bisa diteruskan.⁴⁹

1. Urgensi Konsumsi dalam Islam

Dalam kehidupan, manusia tidak akan mampu untuk menunaikan kewajiban *rūhīyah* (spiritual) dan *māliyah* (material) tanpa terpenuhinya kebutuhan primer seperti makan, tempat tinggal, maupun keamanan. Kebutuhan-kebutuhan tersebut merupakan elemen kehidupan manusia. Akan tetapi, presentase kebutuhan yang dimiliki oleh manusia sangat beragam. Terkadang muncul tindakan ekstrim dalam mengakses kebutuhan. Ada sebagian orang yang sangat berlebihan dalam memenuhi kebutuhannya sehingga timbul timbul sikap berlebih-lebihan (*isrāf*).

⁴⁸ Dede Nurohman, *Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Teras, 2011), 95.

⁴⁹ *Ibid.*, 96.

Sebaliknya, kita dapatkan sifat kikir dalam memenuhinya, baik untuk dirinya ataupun keluarganya.⁵⁰

Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tidak ada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Oleh karenanya, kegiatan ekonomi mengarah kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Mengabaikan konsumsi berarti mengabaikan kehidupan dan juga mengabaikan penegakan manusia terhadap tugasnya dalam kehidupan. Begitu pentingnya pengaturan konsumsi, maka khalifah Umar bin Khattab di masa kekhalfahannya memberikan perhatian penting terhadap konsumsi, di antaranya:

- a. Umar r.a. sangat antusias dalam memenuhi tingkat konsumsi yang layak bagi setiap rakyatnya. Contoh untuk itu banyak jumlahnya. Di antaranya, ketika Umar r.a. pergi ke negeri Syam, dan beliau mengetahui kondisi sebagian orang miskin yang kebutuhan dasarnya tidak mencukupi, maka beliau memerintahkan untuk menetapkan kadar makanan yang mencukupi, yang diberikan kepada setiap orang diantara mereka setiap bulannya. Di antara bukti lain yang juga menunjukkan perhatian Umar r.a. tentang komisi adalah bahwa upaya-upaya beliau dalam pengembangan ekonomi difokuskan

⁵⁰ Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Ekonomi Global* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), 71.

dalam memerangi masalah kemiskinan dan memenuhi kebutuhan yang mendasar bagi umat.

- b. Umar r.a. berpendapat bahwa seorang muslim bertanggung jawab dalam memenuhi tingkat konsumsi yang layak bagi keluarganya dan mengingkari orang-orang yang mengabaikan hal tersebut. Salah satu contohnya adalah ketika beliau melihat anak perempuan yang jatuh bangun karena pingsan keluarga?” ketika beliau diberitahu bahwa anak perempuan tersebut putrinya Abdullah bin Umar, maka beliau berkata pada Abdullah, “berjalanlah di muka bumi untuk mencukupi keluargamu, dan carilah untuk putrimu apa yang dicari oleh orang-orang untuk putri mereka.”
- c. Umar r.a. tidak memperkenankan keengganan mengonsumsi hal-hal yang mubah sampai tingkat yang membahayakan diri, meskipun dengan tujuan ibadah. Di antara riwayat tentang sikap tegas beliau dalam hal tersebut, bahwa Abu Umar As-Syaibani berkata, “Kami berada di sisi Umar bin Al-Khathab, ketika makanan dibawakan kepadanya, seseorang dari kaum menjauhkan diri, maka Umar berkata, “Mengapa dia? Mereka menjawab, “Dia berpuasa, maka Umar berkata, “Puasa apa? Mereka menjawab, “Puasa sepanjang tahun, maka Umar mengetuk kepala orang tersebut dengan tongkat yang dibawanya seraya berkata,

“Makanlah wahai Dahr! Makanlah wahai Dahr! (Riwayat Abdurrazaq dalam musnadnya). Umar bersikap demikian karena puasa seperti itu bukanlah sunnah dan mendatangkan mudharat terhadap diri, karena menghalangi haknya dalam berkonsumsi.”⁵¹

Ketentuan dalam ekonomi Islam yang berlandaskan nilai-nilai spiritualisme, menafikan karakteristik perilaku konsumen yang berlebihan dan materialistik. Perilaku konsumen dalam sistem kapitalisme dan sosialisme cenderung didominasi oleh nilai-nilai materialisme. Kebutuhan yang harus dipenuhi, hanya merupakan kebutuhan materialis dan tidak pernah menyentuh nilai-nilai spiritualis. Hasilnya kebutuhan manusia terhadap barang dan jasa hanya berorientasi pada nilai-nilai materialisme.

Pemenuhan kebutuhan barang dan jasa haruslah bermanfaat secara materi. Dalam melakukan konsumsi, nilai *utility* yang diterima harus sebanding dengan apa yang telah dikeluarkan sehingga terjadi keseimbangan antara yang diberikan dan yang didapat. Kendatipun demikian, pemahaman konsep *utility* yang dijelaskan para ekonom sangat beragam. *Utility* merupakan sebuah konsep abstrak tentang nilai guna dan manfaat atas barang dan jasa yang dikonsumsi. Sebuah konsep tentang cita rasa dan referensi

⁵¹ Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam* (Jakarta: Erlangga, 2012), 87-88.

seseorang sepanjang barang dan jasa untuk mendapatkan kepuasan. *Utility* akan didapatkan oleh seseorang sepanjang barang dan jasa yang dikonsumsi sesuai dengan preferensi yang ada. Tingkat *utility* yang diterima konsumen atas barang dan jasa yang berbeda, akan mengalami perbedaan. Namun sampai saat ini, *utility* tetap digunakan sebagai standar untuk mengukur nilai kepuasan.⁵²

Dalam analisis ekonomi, preferensi seorang konsumen terhadap sebuah komoditas sangat dipengaruhi oleh kecerdasan orang tersebut dalam memahami konsep *reference function* (preferensi) dan *utility function* (nilai guna). Dalam praktiknya, terkadang kedua konsep tersebut tidak berlaku dalam mempengaruhi konsumsi seseorang terhadap komoditas tertentu.⁵³

2. Unsur-unsur yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi

Dalam perkembangannya, preferensi seorang terhadap komoditas sangat beragam dimana sangat dipengaruhi oleh keyakinan dan pemahaman manusia terhadap kehidupan. preferensi seorang muslim akan sangat jauh berbeda dengan preferensi seorang non-muslim, dan seterusnya. Karena itu, ada tiga unsur yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen

⁵² Said Sa'ad, *Ekonomi Islam*, 72.

⁵³ *Ibid.*, 73.

dalam berkonsumsi, yaitu rasionalitas, kebebasan ekonomi, dan *utility*.⁵⁴

a. Rasionalitas

Dalam konsep ekonomi Islam, kecerdasan yang dimiliki oleh konsumen tidak bersifat mutlak. Allah telah memberikan beberapa kenikmatan dan kemampuan kepada manusia, diantaranya yang paling agung adalah kenikmatan akal dan nalar. Kedua elemen otak manusia ini dapat digunakan untuk membedakan sebuah kemaslahatan dan kemudharatan. Selain itu, Allah juga telah menurunkan beberapa petunjuk dan kaidah serta jalan menuju kebaikan dan kebenaran. Pengetahuan dan pemahaman manusia yang sangat terbatas membutuhkan *hidāyah rabbāniyyah* (hidayah Tuhan) yang telah dibawa oleh para rasul dan dituliskan dalam kitab *samawiyah*. dengan akal pikiran dan hidayah dari Allah, konsumen dapat lebih cerdas dalam menentukan pilihannya.⁵⁵

b. Kebebasan Berekonomi

Dalam konsep ekonomi Islam, seorang konsumen diberi kebebasan untuk melakukan tawar-menawar dan menentukan kesepakatan dalam sebuah transaksi, tetapi tidak bersifat mutlak. Kebebasan dalam sistem ekonomi

⁵⁴ *Ibid.*, 73-74.

⁵⁵ *Ibid.*, 74-75.

Islam merupakan kebebasan yang diwarnai oleh nilai-nilai agama yang bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan individu dan masyarakat.⁵⁶

c. Maksimalisasi nilai guna (*Maximize Utility*)

Dalam berkonsumsi, seorang muslim bisa memaksimalkan nilai *utility* yang ingin ia dapatkan dari sebuah komoditas dengan catatan tidak melampaui batas-batas yang telah ditentukan syariah.⁵⁷

3. Dasar-Dasar dan Prinsip-Prinsip Konsumsi dalam Islam

Dalam hal konsumsi, al-Qur'an memberi petunjuk yang sangat jelas dan mudah dipahami, al-Qur'an mendorong untuk menggunakan barang-barang yang baik (halal) dan bermanfaat serta melarang untuk hidup boros dan melakukan kegiatan konsumsi untuk hal-hal yang tidak penting, al-Qur'an juga melarang untuk bermewah-mewahan dalam hal pakaian ataupun makan, sesuai dengan firman Allah surat al-Baqarah: 168.

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا
تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti

⁵⁶ *Ibid.*, 81.

⁵⁷ *Ibid.*, 82.

langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu."⁵⁸

Di sini Islam memerintahkan agar manusia dalam mengkonsumsi segala sesuatu di dunia ini terbatas pada barang atau jasa yang baik dan halal yang telah disediakan oleh Allah kepada mereka. Mereka juga diperintahkan agar tidak mengikuti langkah-langkah syaitan yang berusaha menggoda manusia untuk mau mengharamkan sesuatu yang dihalkan Allah.⁵⁹

Dalam Al-Qur'an dijelaskan bahwa dalam hal pemanfaatan nikmat dan karunia Allah Swt harus dilakukan secara adil dan seimbang sesuai dengan prinsip syariah, sehingga selain nantinya akan mendapatkan manfaat dari segi material, juga merasakan kepuasan dari segi spiritual. Islam memperbolehkan kepada manusia untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia yang diberikan oleh Allah Swt, seperti dalam firmanNya surat al-A'rāf: 32.



⁵⁸ Al-Qur'an, 2:168.

⁵⁹ Lilik Nurjannah, "*Analisis Terhadap Pemikiran Yusuf Qardawi dan Afzalur Rahman tentang Konsep Konsumsi Dalam Islam*" (Skripsi Strata Satu, STAIN Ponorogo, 2011), 19-20.

قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ ۖ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ
الرِّزْقِ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ ءَامَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً
يَوْمَ الْقِيَامَةِ ۗ كَذَٰلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ ﴿٦٧﴾

*"Katakanlah: "Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah dikeluarkan-Nya untuk hamba-hamba-Nya dan (siapa pulakah yang mengharamkan) rezki yang baik?" Katakanlah: "Semuanya itu (disediakan) bagi orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, khusus (untuk mereka saja) di hari kiamat." Demikianlah Kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi orang-orang yang mengetahui."*⁶⁰

Islam mengajarkan kepada seluruh manusia agar dalam mengeluarkan (membelanjakan) harta, tidak berlebihan dan juga tidak kikir atau pelit, karena sifat berlebih-lebihan merupakan sifat yang akan merusak jiwa, harta, dan juga memberikan efek negatif terhadap masyarakat. Sedangkan kikir atau pelit merupakan sikap yang dapat menahan harta untuk tidak dikeluarkan meskipun untuk kebutuhan yang penting. Seperti dalam firman Allah surat al-Furqān ayat 67.

⁶⁰ Al-Qur'an, 7:32.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ

ذَلِكَ قَوَامًا

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”⁶¹

Salah satu pakar ekonomi muslim Muhammad Abdul Mannan menawarkan lima prinsip konsumsi dalam Islam di antaranya:

- a. Prinsip keadilan, mengandung pengertian bahwa dalam berkonsumsi tidak boleh menimbulkan kedzaliman baik bagi individu yang bersangkutan maupun bagi orang lain. Dalam soal makanan dan minuman, yang terlarang adalah darah, daging binatang yang telah mati sendiri, daging babi, daging binatang, daging binatang yang ketika disembelih diserukan nama selain nama Allah dengan maksud dipersembahkan sebagai kurban untuk memuja berhala atau tuhan-tuhan lain, dan persembahan bagi orang-orang yang dianggap suci atau siapa pun selain Allah.⁶²

⁶¹ Al-Qur'an, 25:67.

⁶² *Ibid.*, 45.

- b. Prinsip kebersihan, mengandung makna yang sempit dan luas. Makna yang sempit berarti barang dikonsumsi harus bersih dan sehat (bebas dari penyakit) yang bisa diindra secara konkrit. Makna yang luas berarti harus bersih dari larangan *sharā'*.
- c. Prinsip kesederhanaan, mengandung maksud sesuai dengan kebutuhan dan tidak berlebih-lebihan karena hal ini merupakan pangkal dari kerusakan dan kehancuran baik bagi individu maupun masyarakat. Seperti firman Allah dalam Al-Qur'an surat al-A'rāf : 31

.... وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ

الْمُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾

*“Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”*⁶³

- d. Prinsip kemurahan hati, mengandung maksud tindakan konsumsi seseorang harus bersifat ikhlas dan bukan dipaksakan serta mempertimbangkan aspek sosial seperti pemberian sedekah.
- e. Aspek moralitas, mengandung arti bahwa perilaku konsumen muslim harus tetap tunduk pada norma-norma yang berlaku dalam Islam yang tercermin baik

⁶³ Al-Qur'an, 7:31.

sebelum, sewaktu dan sesudah konsumsi. Dengan demikian, ia akan merasa kehadiran Ilāhī pada waktu memenuhi keinginan-keinginan fisiknya. Hal ini penting artinya karena Islam menghendaki perpaduan nilai-nilai kebahagiaan hidup material dan spiritual.⁶⁴

4. Perilaku Konsumen Muslim

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Islam mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia bisa melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Islam telah mengatur jalan hidup manusia lewat al-lur'an dan al-Hadits, supaya manusia dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku konsumsinya.⁶⁵

Menurut Dharmmesta dan Hani Handoko, sebagaimana dikutip oleh Wafiyatushaliha, "Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terikat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di

⁶⁴ Muhammad Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Bhakti Wakaf, 1997), 9.

⁶⁵ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), 151.

dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut”.⁶⁶

James F. Engel et al., seperti dikutip oleh Anwar Prabu Mangkunegara, berpendapat bahwa, “perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut”.⁶⁷ Sedangkan Gerald Zaltman dan Melanie Wallendorf, seperti dikutip oleh Anwar Prabu Mangkunegara, menjelaskan bahwa “Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan, dan sumber-sumber lainnya.”⁶⁸

Dalam ilmu ekonomi konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi

⁶⁶ Waffiyyatusholiha, “*Analisis Perilaku Santri Dalam Penggunaan Jasa Laundry Di Tata Usaha Laundry Pondok Pesantren Walisongo Ngabar Ponorogo*” (Skripsi Strata Satu, STAIN Ponorogo, 2015), 34.

⁶⁷ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2005), 3.

⁶⁸ *Ibid.*, 4.

kebutuhan hidupnya. Jadi, perilaku konsumsi tidak hanya menyangkut perilaku makan dan minum saja, tetapi juga perilaku ekonomi lainnya seperti membeli dan memakai baju, membeli dan memakai kendaraan, membeli dan memakai sepatu dan sebagainya.⁶⁹

b. Konsumsi Muslim dalam Ekonomi Islam

Seorang muslim dalam berkonsumsi didasarkan atas beberapa pertimbangan:

- 1) Manusia tidak kuasa sepenuhnya mengatur detail permasalahan ekonomi masyarakat atau negara. Terselenggaranya keberlangsungan hidup manusia diatur oleh Allah. Dalam surat al-Wāqī'ah (68) ayat 68-69, Allah Berfirman;

أَفَرَأَيْتُمُ الْمَاءَ الَّذِي تَشْرَبُونَ ﴿٦٨﴾ ءَأَنْتُمْ

أَنْزَلْتُمُوهُ مِنَ الْمُزْنِ أَمْ نَحْنُ الْمُنزِلُونَ ﴿٦٩﴾

*"Adakah kamu lihat air yang kamu minum? Kamukah yang menurulkannya dari awan atautakah Kami yang menurulkannya?"*⁷⁰

Ketidakmampuan manusia dalam mengatur gejala-gejala ekonomi dinyatakan al-Ghazālī


⁶⁹ Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, (Yogyakarta: Lembaga Pengkajian dan Pengamalan Islam (LPPI), 2001), 178-179

⁷⁰ Al-Qur'an, 56:68-69.

sebagai sesuai yang dialami, karena manusia mengkondisikan pemenuhan kebutuhan hidupnya berdasarkan tempat di mana dia hidup. Manusia tidak bisa memaksakan cara pemenuhan hidup orang lain kepada dirinya ataupun sebaliknya. Seorang muslim yakin bahwa Allah akan memenuhi segala kebutuhan hidupnya.

- 2) Dalam konsep Islam kebutuhan yang membentuk pola konsumsi seorang muslim, di mana batas-batas fisik merefleksikan pola yang digunakan seorang muslim untuk melakukan aktifitas konsumsi, bukan dikarenakan pengaruh preferensi semata yang mempengaruhi pola konsumsi seorang muslim. Keadaan ini akan menghindari pola hidup yang berlebih-lebihan, sehingga stabilitas ekonomi dapat terjaga konsistensinya dalam jangka panjang. Sebab, pola konsumsi yang didasarkan atas kebutuhan akan menghindari dari pengaruh-pengaruh pola konsumsi yang tidak perlu. Allah berfirman dalam surat Āli ‘imrān ayat 180;

وَلَا تَحْسَبَنَّ الَّذِينَ يَبْخُلُونَ بِمَا آتَاهُمُ اللَّهُ مِنْ

فَضْلِهِ هُوَ خَيْرًا لَهُمْ 

“Sekali-kali janganlah orang-orang yang bakhil dengan harta yang Allah berikan kepada mereka dari karuniaNya menyangka, bahwa kebakhilan itu baik bagi mereka...”⁷¹

- 3) Perilaku berkonsumsi seorang muslim diatur perannya sebagai makhluk sosial. Maka, berperilaku dikondisikan untuk saling menghargai dan menghormati orang lain, yang perannya sama sebagai makhluk yang mempunyai kepentingan guna memenuhi kebutuhan. Perilaku konsumsi dalam pandangan Islam akan melihat bagaimana suasana psikologi orang lain. Dengan keadaan ini maka Islam menjamin terbangunnya pembangunan masyarakat yang berkeadilan, terhindar dari kesenjangan sosial atau diskriminasi sosial. Allah berfirman dalam surat an-Nisā ayat 29;

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ
بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنِ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ... ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan

⁷¹ Al-Qur’an, 3:180.

yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu”

72

Bahwa dalam pandangan Islam perilaku konsumsi tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan jasmani tetapi juga sekaligus memenuhi kebutuhan rohani. Dalam arti, perilaku konsumsi bagi seorang muslim juga sekaligus merupakan bagian dari ibadah sehingga perilaku konsumsinya hendaklah selalu mengikuti aturan Islam. Dalam kaitannya dengan perilaku konsumsi, aspek kesucian merupakan aspek yang sangat penting dalam kehidupan seseorang. Kesucian di sini tidak hanya diartikan bersih secara lahiriah dari unsur-unsur yang kotor dan najis tetapi juga suci dan bersih dari hasil atau proses yang tidak sesuai aturan Islam dalam hal memperoleh suatu barang, yang akan dikonsumsi seperti dari hasil korupsi, suap, menipu, mencuri, berjudi dan sebagainya. Makanan dan minuman yang terkontaminasi dengan unsur-unsur yang kotor dan najis akan berakibat buruk bagi kesehatan. Islam menganjurkan umatnya untuk mengonsumsi makanan dan minuman yang halal serta mengandung unsur yang dibutuhkan oleh tubuh seperti vitamin, protein dan mineral. Secara seimbang pada sisi lain

⁷² Heri, *Konsep Ekonomi*, 151-152.

Islam mengharamkan makanan seperti babi, anjing, darah, bangkai, dan binatang sembelihan yang disembelih tidak atas nama Allah dan minuman keras.⁷³

Demikian jua makanan dan minuman yang diperoleh dari hal-hal yang menyimpang aturan Islam akan berakibat buruk secara rohaniah dan psikologi seseorang. Dalam suatu hadits, Rasulullah saw mengingatkan bahwa, manakala seseorang memasukkan dengan sengaja makanan yang haram ke dalam perutnya, ibarat seperti memasukkan bara api neraka ke dalam perutnya. Hadits ini bisa kita maknai secara harfiah, bahwa kelak di akhirat orang yang suka dan sengaja mengkonsumsi barang haram akan dimasukkan ke dalam neraka. Tetapi, hadits Nabi tersebut bisa dimaknai perspektif psikologi sosial di mana orang yang mengkonsumsi makanan yang mengandung unsur yang haram akan berpengaruh secara psikologis terhadap perilaku dan karakter yang bersangkutan sehingga mendorong munculnya perilaku negatif dan destruktif baik terhadap pribadi maupun lingkungannya.⁷⁴

5. Tingkat Kebutuhan Muslim

Islam menolak perilaku manusia yang selalu memenuhi segala keinginannya, karena pada dasarnya

⁷³ Imamudin, *Ekonomi Islam*, 181-182.

⁷⁴ *Ibid.*, 183.

manusia memiliki kecerendungan terhadap keinginan yang baik dan keinginan yang buruk sekaligus (*ambivalen, al izhiwajiyah*). Keinginan manusia didorong oleh suatu kekuatan dari dalam diri manusia (*inner power*) yang bersifat pribadi, dan karenanya seringkali berbeda dari satu orang dengan orang lain (bersifat subyektif). Keinginan seringkali tidak selalu sejalan dengan rasionalitas, karenanya bersifat tak terbatas dalam kuantitas maupun kualitasnya. Kekuatan dari dalam ini disebut jiwa atau hawa nafsu (*nafs*) yang memang menjadi penggerak utama seluruh manusia. Karena keadaan kualitas hawa nafsu manusia berbeda-beda, maka amatlah logis jika keinginan manusia satu dengan lainnya berbeda-beda pula. Dalam ajaran Islam manusia harus mengendalikan dan mengarahkan keinginannya sehingga dapat membawa kemanfaatan (*maṣlahah*) dan bukan kerugian (*muḍārat*) bagi kehidupan dunia dan akhirat.⁷⁵

Keinginan yang sudah dikendalikan dan diarahkan sehingga membawa kemanfaatan ini dapat disebut sebagai kebutuhan (*need*). Kebutuhan lahir dari suatu pemikiran atau identifikasi secara obyektif atas berbagai sarana yang diperlukan untuk mendapatkan suatu manfaat bagi kehidupan. Kebutuhan dituntun oleh rasionalitas normatif

⁷⁵ Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), 124.

dan positif, yaitu rasionalitas ajaran Islam, sehingga bersifat terbatas dan terukur dalam kuantitas dan kualitasnya.⁷⁶

Kebutuhan itu berasal dari fitrah manusia, bersifat objektif, serta mendatangkan manfaat dan kemashlahatan disamping kepuasan. Pemenuhan terhadap kebutuhan akan memberikan manfaat, baik secara fisik, spiritual, intelektual maupun material. Sementara itu, keinginan berasal dari hasrat manusia yang bersifat subjektif. Bila keinginan itu terpenuhi, hasil yang diperoleh adalah dalam bentuk kepuasan atau manfaat psikis disamping manfaat lainnya.⁷⁷

Dalam Islam kebutuhan manusia juga mempunyai tingkatan-tingkatan yang berbeda yang berarti mempunyai konsekuensi pula dalam penentuan prioritas pemenuhannya. Menurut Mannan, klasifikasi (hirarki) kebutuhan dibagi menjadi tiga, yaitu; (1) Kebutuhan primer/dasar yang segera harus dipenuhi (*al-Hajjah al-Darūrīyah*); (2) Kebutuhan sekunder yang bertujuan meningkatkan efektifitas (*al-hajjah al-Hajjīyah*); dan (3) Kebutuhan tersier yang merupakan kebutuhan yang tidak mempengaruhi efisiensi dan efektifitas (*al-Hajjah al-Tahsinīyah*).⁷⁸

⁷⁶ *Ibid.*, 124-125.

⁷⁷ Mustafa Edwin Nasution, dkk., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2010), 69.

⁷⁸ Ely Masykuroh, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Pada Teori Ekonomi Mikro Islami* (Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2008), 143.

a. *Al-Hajjah al-Darūīyah*

Kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang bersifat mendasar yang pemenuhannya adalah wajib (sesuai dengan kemampuan), dan juga bersifat segera. Jika kebutuhan ini diabaikan, maka akan membahayakan eksistensi manusia dalam menjalankan kehidupannya. Kebutuhan ini meliputi kebutuhan makan, minum, pakaian dan tempat tinggal baik bersifat sementara maupun permanen. Risiko dari tidak terpenuhinya kebutuhan ini dengan segera adalah kelaparan, kehausan/dehidrasi, kedinginan, sakit atau bahkan dapat menimbulkan kematian. Kebutuhan *darūīyah* menurut ulama' fiqh Khalāf, merupakan kebutuhan pokok demi kemaslahatan manusia yang berpangkal dari memelihara lima hal: agama, jiwa, akal kehormatan, dan harta.⁷⁹

b. *Al-hajjah al-Hajīyah*

Kebutuhan *al-Hajīyah* adalah suatu yang diperlukan oleh manusia dengan maksud untuk membuat ringan, lapang dan nyaman dalam menanggulangi kesulitan-kesulitan kehidupan.⁸⁰

Kebutuhan ini merupakan kebutuhan sekunder yang bersifat melengkapi (*complementories needs*)

⁷⁹ Ibid, 144.

⁸⁰ Zaki Fuad Chalil, *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam* (Jakarta: Erlangga, 2009), 96.

kebutuhan dasar. Pemenuhan akan kebutuhan barang/jasa ini akan meningkatkan efisiensi dan efektifitas dan nilai tambah bagi eksistensi manusia tersebut. Namun jika kebutuhan ini tidak terpenuhi juga tidak akan mengganggu eksistensi manusia dalam kehidupannya. Artinya tingkat pemenuhannya tidak bersifat segera.

c. *Al-hajjah al-Taḥsinīyah*

Merupakan kebutuhan tersier yang bersifat kemewahan (*amelioratories needs*) dan menimbulkan tingkat kepuasan. Namun jika kebutuhan ini tidak dipenuhi maka tidak akan mengurangi efektifitas, efisiensi dari eksistensi manusia dalam kehidupannya. Hal yang dikategorikan dalam kebutuhan ini misalnya rumah yang mewah, kendaraan yang mewah ataupun pakaian yang mewah.⁸¹

6. Etika Muslim dalam Berkonsumsi

Islam sebagai pedoman hidup tidak menonjolkan standar atau sifat kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi sebagaimana yang dianut dalam ilmu ekonomi konvensional seperti utilitas dan kepuasan marginal, melainkan lebih menonjolkan aspek normatif. Kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi menurut Islam harus berlandaskan pada tuntunan ajaran Islam itu sendiri. Dalam hal ini Muhammad

⁸¹ Ely, *Pengantar Teori*, 145.

Nejatullah Siddiqi mengatakan, konsumen harus puas akan perilaku konsumennya dengan mengikuti norma-norma Islam. Konsumen muslim seharusnya tidak mengikuti gaya konsumsi kaum *xanthous* (orang-orang berkulit kekuning-kuningan dan berambut kecoklat-coklatan) yang berkarakteristik menuruti hawa nafsu.

Islam tidak melarang umatnya untuk melakukan aktifitas konsumsi dan belanja. Karena belanja dan konsumsi merupakan tindakan yang mendorong masyarakat memproduksi hingga terpenuhi segala kebutuhan hidupnya.⁸² Al-Qur'an menegaskan dalam surah al-Baqarah: 3, diantaranya:

الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِالْغَيْبِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ
يُنْفِقُونَ ﴿٣﴾

(yaitu) mereka yang beriman⁸³ kepada yang ghaib, yang mendirikan shalat, dan menafkahkan sebahagian rezeki yang Kami anugerahkan kepada mereka.

Menurut para pengamat, redaksi infak ini bertendensi seluruh bentuk infak, baik itu wajib ataupun sunat, untuk

⁸² Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Cet. Ke-1 (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), hlm. 122

⁸³ Iman ialah kepercayaan yang teguh yang disertai dengan ketundukan dan penyerahan jiwa. tanda-tanda adanya iman ialah mengerjakan apa yang dikehendaki oleh iman itu.

dirinya sendiri ataupun untuk keluarga, untuk masyarakat ataupun fii sabilillah (jalan Allah).⁸⁴

Islam membolehkan umatnya menikmati kebaikan dunia dengan memperhatikan prinsip “menggencangkan ikat pinggang” dan mengutamakan kesederhanaan, tidak melewati batas-batas kewajaran.⁸⁵ Dalam al-Qur’an surah al-Maidah: 87 Allah Swt memerintahkan kepada kita, diantaranya:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ
وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”

Sebagaimana Islam melarang bermewah-mewahan, ia juga memerangi sikap boros dan mubazir.⁸⁶ Telah banyak ayat al-Qur’an yang membahas dan menyinggung akan hal ini.⁸⁷ Al-Qur’an melarang kita membelanjakan harta dan

⁸⁴ Yusuf, *Norma dan Etika*, 123.

⁸⁵ *Ibid*, 133.

⁸⁶ Mubazir berarti menghambur-hamburkan uang tanpa ada kemaslahatan atau tanpa mendapatkan ganjaran pahala. Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Cet. Ke-1 (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 139.

⁸⁷ *Ibid*, 138.

menikmati kehidupan ini dengan boros. Lebih dari itu, Allah sendiri tidak menyukai para pemboros.⁸⁸ Sikap boros yang berbahaya adalah merusak harta, meremehkannya, atau kurang merawatnya sehingga rusak atau binasa. Perbuatan semacam inilah yang termasuk kriteria menghambur-hamburkan uang yang dilarang oleh Nabi Muhammad Saw.⁸⁹ Padahal Allah Swt memberikan harta sebagai sarana untuk menegakkan keselamatan hamba-Nya. Sikap mubazir akan menghilangkan kemaslahatan harta, baik kemaslahatan pribadi ataupun kemaslahatan orang lain. Lain halnya jika harta atau uang itu dinafkahkan untuk kebaikan dan untuk memperoleh pahala, dengan tidak mengabaikan tanggungan yang lebih penting.⁹⁰

a. Sasaran Pembelanjaan Harta

Islam mengajarkan bahwa Pembelanjaan harta harus dilakukan atas dua sasaran, diantaranya:

- 1) *Fi sabilillah*; memiliki beberapa maksud, diantaranya:
 - a) Ajakan untuk menafkahkan harta di jalan Allah dengan bentuk perintah dan larangan, seperti dalam al-Qur'an surah al-Baqarah: 195, berikut ini:

⁸⁸ *Ibid*, 139.

⁸⁹ *Ibid*, 141.

⁹⁰ *Ibid*.

... وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ
 اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ (١٩٥)

“...Dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”⁹¹

- b) Ajakan dalam bentuk ingkar dan anjuran, Allah berfirman dalam al-Qur’an surah al-Hadid: 10, berikut ini:

وَمَا لَكُمْ أَلَّا تُنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلِلَّهِ مِيرَاتُ السَّمٰوٰتِ
 وَالْأَرْضِ... (١٠)

“Dan mengapa kamu tidak menafkahkan sebagian hartamu pada jalan Allah, padahal Allahlah yang memusakai (mempunyai) langit dan bumi...”⁹²

- c) Ajakan dalam bentuk ganjaran mulia, Allah berfirman dalam al-Qur’an surah al-Baqarah: 261, berikut ini:

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ
 كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلَ فِي كُلِّ

⁹¹ QS al-Baqarah: 195.

⁹² QS al-Hadid: 10.

سُنْبَلَةٌ مِّائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ
وَاللَّهُ وَسِعَ عَلِيمٌ (٢٦١)

“Perumpamaan nafkah yang dikeluarkan oleh orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipatgandakan ganjaran bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas karunia-Nya lagi Maha Mengetahui.”⁹³

- d) Ajakan dalam bentuk ancaman keras,⁹⁴ Allah berfirman dalam al-Qur’an surah at-Taubah: 34-35, berikut ini:

... وَالَّذِينَ يَكْتُمُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا
يُنْفِقُوهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ
(٣٤) يَوْمَ يُحْمَىٰ عَلَيْهَا فِي نَارِ جَهَنَّمَ فُتْكُوىٰ
بِهَا جِبَاهُهُمْ وَجُنُوبُهُمْ وَظُهُورُهُمْ هَذَا مَا كُنْتُمْ
لِأَنفُسِكُمْ فَذُوقُوا مَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ (٣٥)

“Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahkanya pada jalan

⁹³ QS al-Baqarah: 261.

⁹⁴ Yusuf, *Norma dan Etika*, 124.

*Allah, maka beritahukanlah pada mereka, bahwa mereka akan mendapat siksa yang pedih. Pada hari dipanaskan emas dan perak itu dalam neraka jahannam, lalu dibakar dengannya dahi mereka, lambung dan punggung mereka lalu dikatakan kepada mereka, Inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, maka rasakanlah sekarang akibat dari apa yang kamu simpan itu.*⁹⁵

- 2) Diri dan keluarga.⁹⁶ Sasaran kedua yakni nafkah untuk dirinya sendiri dan keluarga yang ditanggungnya. Seorang muslim tidak diperbolehkan mengharamkan harta halal yang baik untuk diri dan keluarganya, padahal ia mampu mendapatkannya apakah terdorong oleh sikap zuhud dan hidup serba kekurangan atau karena pelit dan bakhil.⁹⁷ Al-Qur'an juga tidak membenarkan kesengsaraan yang disengaja dijalani oleh seseorang dengan alasan untuk beribadah atau untuk menghemat uang. Nabi pun melarang orang yang menjalani kesengsaraan dengan dalih seperti

⁹⁵ QS. At-Taubah: 34-35.

⁹⁶ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2016), 123.

⁹⁷ Yusuf, *Norma dan Etika*, 126.

itu dan beliau memandangnya sebagai faktor yang membinasakan kehidupan manusia.⁹⁸ Ath-Thabari berkata, “Nafkah dimulai dari keluarga, termasuk didalamnya untuk pribadi sendiri. Memberi nafkah untuk pribadi termasuk kewajiban yang lebih besar dibandingkan dengan menafkahkan untuk keluarga. Tidak seharusnya seseorang menghidupkan orang lain dengan cara merusak diri sendiri.”⁹⁹

b. Rasionalitas dalam Berkonsumsi

Seorang konsumen harus mengetahui secara detail tentang pemasukan harta (*income*) dan kebutuhan yang ada dalam hidupnya serta pengetahuan terhadap jenis, karakteristik, dan keistimewaan yang ada. Harapannya, komoditas yang telah dikonsumsi oleh konsumen dapat mendatangkan tingkat *utility* yang memuaskan. Beberapa aturan yang dapat dijadikan pegangan untuk mewujudkan rasionalitas dalam konsumsi, diantaranya:

1) Tidak boleh hidup bermewah-mewahan (*Tarf*)

Tarf adalah sebuah sikap berlebih-lebihan dan bermewah-mewahan dalam menikmati keindahan dan kenikmatan dunia. Islam sangat membenci *tarf* karena merupakan yang

⁹⁸ *Ibid*, 127.

⁹⁹ *Ibid*, 129.

menyebabkan turunnya azab dan rusaknya kehidupan umat.¹⁰⁰ Diriwayatkan dari Muadz bin Jabal (ketika dia ditugaskan ke Yaman), Rasulullah Saw bersabda, “*Jauhkanlah hidup bermewah-mewahan, sesungguhnya tidak termasuk hamba Allah orang yang hidup bermewah-mewahan.*” (HR. Ahmad dan Al-Baihaqi)

Dampak negatif dari hidup bermewah-mewahan adalah adanya stagnasi dalam peredaran sumber daya ekonomi serta terjadinya distorsi dalam pendistribusian. Selain itu, dana investasi akan terkuras demi memenuhi kebutuhan konsumsi, hingga akhirnya terjadi kerusakan dalam setiap sendi perekonomian.

2) Menjauhi *Isrāf*, *Tabdhīr*, dan *Safīh*.

Isrāf adalah melampaui batas hemat dan keseimbangan dalam berkonsumsi. *Isrāf* merupakan perilaku di bawah *Ṭarf*. *Tabdhīr* adalah melakukan konsumsi secara berlebihan dan tidak proposional. Syariah Islam melarang perbuatan tersebut karena dapat menyebabkan distorsi dalam distribusi harta kekayaan yang seharusnya tetap

¹⁰⁰ Said, *Ekonomi Islam*, 76.

terjaga demi menjaga kemaslahatan hidup masyarakat.¹⁰¹

Ulama fiqh mendefinisikan *safih* adalah orang yang tidak cerdas di mana ia melakukan perbuatan yang bertentangan dengan syariah dan senantiasa menuruti hawa nafsunya. Muhammad al-Arabi menambahkan, *safih* harus ada pembatasan, baik secara kualitatif maupun kuantitatif yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan *safih* berada. Makna *safih* tidak bisa disederhanakan dengan orang yang tidak cerdas sebab segala perbuatannya dapat menyebabkan kemudharatan bagi pribadi dan masyarakat. Akan tetapi, pemahaman *safih* harus disesuaikan dengan perubahan zaman dan lingkungan *safih*. Seorang *safih* pada zaman dahulu kemungkinan bukan merupakan orang *safih* pada saat ini dikarenakan adanya perubahan standar.¹⁰²

❁ ... وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ

PONOROGO

المُسْرِفِينَ

¹⁰¹ *Ibid.*, 77-78.

¹⁰² *Ibid.*, 78.

Allah Swt berfirman, "...makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan." (QS. al-A'rāf: 31)

3) Melakukan konsumsi yang seimbang

Konsumsi yang dijalankan oleh seorang muslim tidak boleh mengorbankan kemaslahatan individu dan masyarakat. Selain itu, tidak boleh mendikotomikan antara kenikmatan dunia dan akhirat. Bahkan sikap ekstrim pun harus dijauhan dalam berkonsumsi. Larangan atas sikap *ṭarf* dan *isrāf* bukan berarti mengajak seorang muslim untuk bersikap kikir. Akan tetapi, mengajak kepada konsep keseimbangan, karena sebaik-baiknya perkara adalah tengah-tengahnya.¹⁰³

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا

كُلَّ الْبَسِطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا ﴿٢٩﴾

Allah Swt berfirman, *"Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya, karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal." (QS. al-Isrā': 29)*

¹⁰³ *Ibid.*, 79.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا
 وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

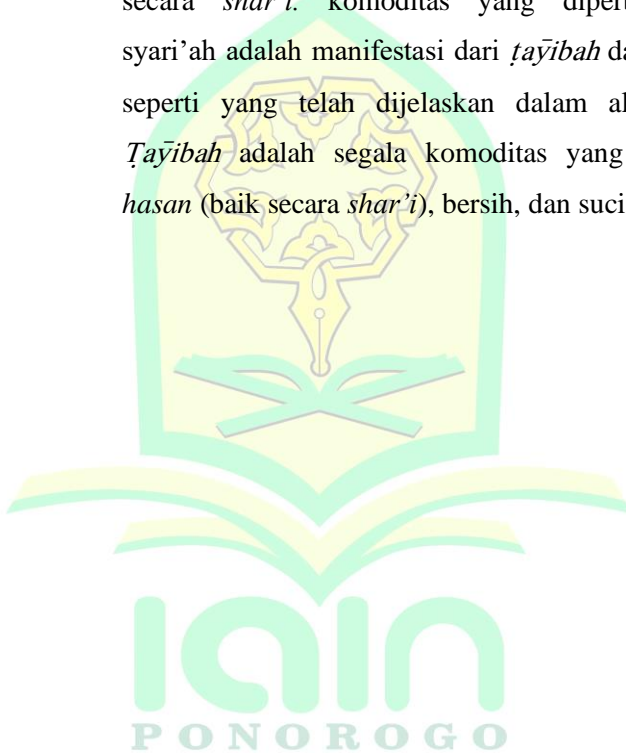
“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.” (QS. al-Furqān: 67)

- 4) Menjauhi mengkonsumsi atas barang dan jasa yang membahayakan

Syariat Islam mengharamkan konsumsi atas barang dan jasa yang berdampak negatif terhadap kehidupan sosial dan ekonomi yang di dalamnya sarat dengan kemudlaratan bagi individu dan masyarakat serta ekosistem masyarakat bumi. Konsumsi terhadap komoditas dan jasa yang dapat membahayakan kesehatan dan tatanan kehidupan social, sangat berdampak bagi kehidupan ekonomi. Seperti halnya narkoba, minuman keras, judi dan penyakit sosial lainnya dapat menimbulkan tindakan kriminal yang dapat meresahkan kehidupan masyarakat.¹⁰⁴

¹⁰⁴ *Ibid.*, 80.

Komoditas dan jasa yang dikonsumsi seorang muslim harus sesuai menurut syariah. Dalam arti, barang dan jasa tersebut masuk dalam kategori *ṭayyibah* (baik lagi bermanfaat). Selain itu, kebutuhan yang ada juga harus diperbolehkan secara *shar'i*. Komoditas yang diperbolehkan syari'ah adalah manifestasi dari *ṭayyibah* dan rezeki seperti yang telah dijelaskan dalam al-Qur'an. *Ṭayyibah* adalah segala komoditas yang bersifat *hasan* (baik secara *shar'i*), bersih, dan suci.¹⁰⁵



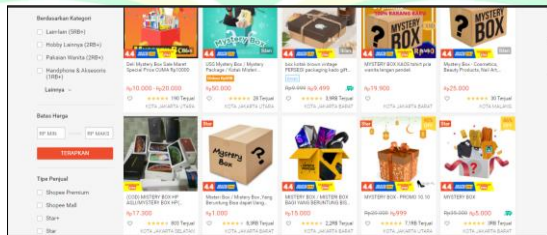
¹⁰⁵ *Ibid.*, 81.

BAB III

MEKANISME JUAL BELI *MYSTERY BOX*

A. Definisi *Mystery Box*

Mystery box merupakan sebuah barang yang dijual di platform atau *marketplace* dimana penjual hanya memberikan informasi mengenai jenis barang kepada calon pembeli. Kemudian barang tersebut akan dipilhkan oleh penjual secara acak dan sekiranya menarik bagi pembeli.¹ Namun, ada kalanya *mystery box* ini tidak memiliki informasi apapun didalamnya. Jual beli *mystery box* ini sangat berkembang dan menjamur disetiap situs-situs jual beli *online*. Pembeli atau konsumen biasanya membeli sebuah produk *mystery box* untuk menghilangkan rasa penasaran terhadap isi yang akan didapatkan dari sebuah produk tersebut.



Gambar 2.1. *Mystery Box*

¹ Muhammad Hiqal Fahrurrozi, Tinjauan Fikih Muamalah Akad Bai' terhadap Praktik Jual Beli Mystery Box di Situs Tokopedia, *UNISBA: Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 7, No. 1, Februari, 2021, 108. http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/hukum_ekonomi_syariah/article/view/26419/pdf

B. Mekanisme Pembelian *Mystery Box*

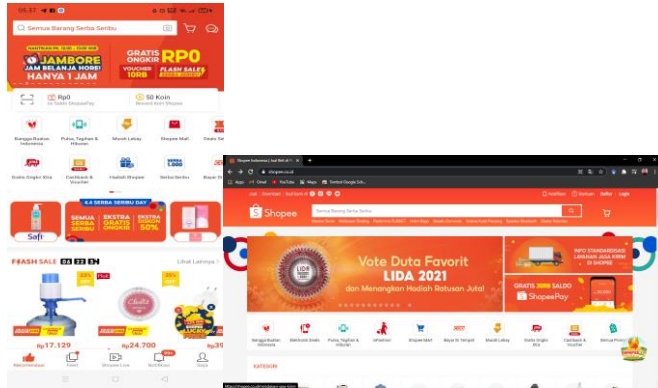
1. Mekanisme Pembelian *Mystery Box* di Shopee

Shooper merupakan situs elektronik komersial yang memiliki kantor pusat di Singapura yang berada dibawah naungan SEA Group, yang didirikan oleh Forrest Li pada tahun 2009.² Pada tahun 2015, Shooper pertama kali diluncurkan di Singapura, dan sejak itu melakukan ekspansi bisnis ke beberapa Negara di Asia seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina.³

Seperti halnya berbelanja *online* pada umumnya, mekanisme transaksi pembelian *mystery box* di Shopee tidaklah sulit. Seperti halnya aplikasi belanja yang lain, tahap pertama yakni membuka situs situs pada <https://shooper.co.id/> atau dengan melakukan di aplikasi Shopee yang terdapat pada ponsel/gadget masing-masing. Setelah masuk ke website atau aplikasi Shopee yang ada di ponsel, langkah selanjutnya pergi ke bagian kotak pencarian (*search box*) yang ada pada pojok kiri bagian atas pada ponsel atau pada tengah bagian atas pada *website* aplikasi.

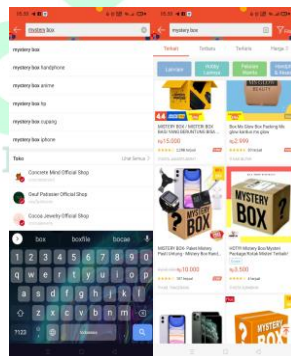
² <https://id.wikipedia.org/wiki/Shooper/>

³ *Ibid.*



Gambar 2.2. Tampilan muka

Selanjutnya, pembeli dapat melakukan pencarian barang apa yang akan dibeli di situs atau aplikasi shopee ini. Dalam hal ini, pembeli akan membeli *mystery box* dan kemudian menuliskan kata “*mystery box*” pada kolom pencarian dan tekan tombol cari atau enter. Setelah itu akan muncul produk *mystery box* yang akan dijual oleh para pelapak di Shopee.



Gambar 2.3. Kotak Pencarian dan tampilan *Mystery Box*

Disana akan muncul banyak produk *mystery box* dan pembeli bebas memilih produk yang diinginkan. Setelah mendapatkan produk yang akan dibeli, pembeli melakukan proses pembayaran sebagai bentuk tahap selanjutnya. Dalam tahap ini, pembeli diminta untuk menuliskan informasi pribadi meliputi nama, alamat lengkap berikut kode pos, alamat surat elektronik, nomor telepon, dan juga alamat email.

Setelah data informasi pribadi diisi dengan lengkap, tahap selanjutnya yaitu melakukan proses pembayaran. Pada proses ini, pembeli akan diberikan pilihan metode pembayaran dan kurir yang akan mengirim barang.

Setelah memilih metode pembayaran dan kurir pengiriman barang, maka tahap selanjutnya adalah proses pembayaran. Setelah pembayaran selesai, pembeli akan mendapatkan pemberitahuan dari shopee bahwa barang sedang diproses oleh pelapak dan dikirimkan kepada pembeli, dan pembeli hanya akan menunggu barang tersebut sampai sesuai perkiraan waktu pengiriman yang dipilih pembeli pada proses pembayaran/pembelian.

2. Mekanisme Pembelian *Mystery Box* di Tokopedia

Tokopedia merupakan perusahaan perdagangan elektronik atau sering disebut toko daring. Resmi diluncurkan pada tanggal 17 Agustus 2009 dibawah

naungan PT. Tokopedia yang didirikan oleh dua orang yakni William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada Februari 2009.⁴

Mekanisme transaksi pembelian *mystery box* di Tokopedia sama seperti halnya berbelanja *online* pada umumnya, langkah pertama yakni membuka situs tokopedia pada <https://www.tokopedia.com/> atau dengan melakukan aplikasi tokopedia yang terdapat pada ponsel/gadget masing-masing. Setelah masuk ke website atau aplikasi tokopedia yang ada di ponsel, langkah selanjutnya pergi ke bagian kotak pencarian (*search box*) yang ada pada pojok kiri bagian atas.

Selanjutnya, pembeli melakukan pencarian barang apa yang akan dibeli di situs atau aplikasi tokopedia ini. Dalam hal ini, pembeli akan membeli *mystery box* dan kemudian menuliskan kata "*mystery box*" pada kolom pencarian dan tekan tombol cari atau enter. Setelah itu akan muncul produk *mystery box* yang akan dijual oleh para penjual di tokopedia.

Disana akan muncul banyak produk *mystery box* dan pembeli bebas memilih produk yang diinginkan. Setelah mendapatkan produk yang akan dibeli, pembeli melakukan proses pembayaran sebagai bentuk tahap selanjutnya. Dalam tahap ini, pembeli diminta untuk menuliskan

⁴ <https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>

informasi pribadi meliputi nama, alamat lengkap berikut kode pos, alamat surat elektronik, nomor telepon, dan juga alamat email.

Setelah data informasi pribadi diisi dengan lengkap, tahap selanjutnya yaitu melakukan proses pembayaran. Pada proses ini, pembeli akan diberikan pilihan metode pembayaran dan kurir yang akan mengirim barang.

Setelah memilih metode pembayaran dan kurir pengiriman barang, maka tahap selanjutnya adalah proses pembayaran. Setelah pembayaran selesai, pembeli akan mendapatkan pemberitahuan dari tokopedia bahwa barang sedang diproses oleh pelapak dan dikirimkan kepada pembeli, dan pembeli hanya akan menunggu barang tersebut sampai sesuai perkiraan waktu pengiriman yang dipilih pembeli pada proses pembayaran/pembelian.

3. Mekanisme Pembelian *Mystery Box* di Bukalapak

Bukalapak merupakan salah satu perusahaan *e-commerce* di Indonesia yang didirikan pada tahun 2010 oleh Achmad Zaky, Nugroho Heru Cahyono, dan Muhammad Fajrin Rasyid di sebuah rumah kos ketika masih berkuliah di Institut Teknologi Bandung (ITB).⁵ Pada saat itu, terdapat banyak komunitas yang menjual berbagai barang seperti sepeda dan aksesorisnya dengan

⁵ <https://id.wikipedia.org/wiki/Bukalapak>

harga terjangkau sehingga meramaikan dan meningkatkan pertumbuhan pengguna bukalapak secara signifikan.⁶

Seperti halnya berbelanja *online* pada umumnya, mekanisme transaksi pembelian *mystery box* di Bukalapak tidaklah sulit. Tahap pertama yakni membuka situs bukalapak pada <https://www.bukalapak.com/> atau dengan melakukan aplikasi bukalapak yang terdapat pada ponsel/gadget masing-masing. Setelah masuk ke website atau aplikasi bukalapak yang ada di ponsel, langkah selanjutnya pergi ke bagian kotak pencarian (*search box*) yang ada pada pojok kiri bagian atas.

Selanjutnya, pembeli melakukan pencarian barang apa yang akan dibeli di situs atau aplikasi bukalapak ini. Dalam hal ini, pembeli akan membeli *mystery box* dan kemudian menuliskan kata "*mystery box*" pada kolom pencarian dan tekan tombol cari atau *enter*. Setelah itu akan muncul produk *mystery box* yang akan dijual oleh para pelapak di Bukalapak.

Disana akan muncul banyak produk *mystery box* dan pembeli bebas memilih produk yang diinginkan. Setelah mendapatkan produk yang akan dibeli, pembeli melakukan proses pembayaran sebagai bentuk tahap selanjutnya. Dalam tahap ini, pembeli diminta untuk menuliskan informasi pribadi meliputi nama, alamat lengkap berikut

⁶ *Ibid.*

kode pos, alamat surat elektronik, nomor telepon, dan juga alamat email.

Setelah data informasi pribadi diisi dengan lengkap, tahap selanjutnya yaitu melakukan proses pembayaran. Pada proses ini, pembeli akan diberikan pilihan metode pembayaran dan kurir yang akan mengirim barang.

Setelah memilih metode pembayaran dan kurir pengiriman barang, maka tahap selanjutnya adalah proses pembayaran. Setelah pembayaran selesai, pembeli akan mendapatkan pemberitahuan dari bukalapak bahwa barang sedang diproses oleh pelapak dan dikirimkan kepada pembeli, dan pembeli hanya akan menunggu barang tersebut sampai sesuai perkiraan waktu pengiriman yang dipilih pembeli pada proses pembayaran/pembelian.

C. Tinjauan Islam terhadap *Mystery Box*

Mystery box ini merupakan barang yang mengandung unsur spekulatif atau disebut *gharar* dikarenakan tidak ada kepastian terhadap barang yang menjadi objek transaksi baik terkait kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan barang sehingga pihak kedua dirugikan.⁷ Al-Qur'an menyebutkan bahwa segala bentuk transaksi yang terdapat unsur *gharar*

⁷ Adiwarmar A. Karim dan Oni Sahroni, *Riba, Grarar dan Kaidah-kaidah Ekonomi Syariah: Analisis Fikih dan Ekonomi*, (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2019), 77.

merupakan hal yang dilarang, seperti dalam surah al-An'am: 152 berikut ini:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۚ لَا تَكْفِفُ نَفْسًا إِلَّا
 وَسَعَهَا ۚ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدُوا ۚ وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۚ وَبِعَهْدِ اللَّهِ
 أَوْفُوا ۚ ذَٰلِكُمْ وَصَّيْنَاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾

“... dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu Berlaku adil, Kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.”

Rasulullah dalam hadistnya juga melarang jual beli yang didalamnya terdapat unsur *gharar*, diantaranya sebagai berikut:

نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن بيع الغرر

“Rasulullah Saw melarang jual beli yang mengandung *gharar*”
 Maka, berdasarkan al-Qur'an dan hadits Rasulullah Saw, *mystery box* merupakan barang yang tidak boleh diperjualbelikan dikarenakan tidak adanya kejelasan dan kepastian terhadap barang tersebut yang bisa mengakibatkan kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi.

Tujuan dilarangnya praktik *gharar* agar dalam melaksanakan transaksi, tidak ada pihak-pihak yang dirugikan,

karena tidak mendapatkan apa yang diinginkan atau haknya, dan agar tidak terjadi perselisihan dan permusuhan diantara keduanya.⁸ Maka dari itu, transaksi dalam Islam sesungguhnya harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak. Prinsip ini berarti setiap pihak mempunyai informasi yang sama terhadap barang tersebut, sehingga tidak ada yang merasa dicurangi atau ditipu karena ada suatu yang *unknown to one party*.⁹

D. Jual Beli *Mystery Box* dalam Islam

Transaksi jual beli *mystery box* ini menggunakan akad salam, secara terminologis merupakan sebuah transaksi terhadap sesuatu yang dijelaskan sifatnya dalam tanggungan dalam suatu tempo dengan harga yang diberikan kontan di tempat transaksi.¹⁰ Ulama fiqh mendefinisikan jual beli salam secara terminologis sebagai berikut:

بَيْعٌ أَجَلٍ بِعَاجِلٍ، أَوْ بَيْعٌ شَيْءٍ مَوْصُوفٍ فِي الذَّمَّةِ أَيَّ أَنَّهُ يَتَقَدَّمُ فِيهِ رَأْسُ الْمَالِ وَيَتَأَخَّرُ الْمُثْمَنُ لِأَجَلٍ.

“Menjual barang yang penyerahannya ditunda atau menjual suatu (barang) yang ciri-cirinya jelas dengan pembayaran modal awal, sedangkan barangnya diserahkan kemudian hari.”

⁸ Adiwarmarman A. Karim dan Oni Sahroni, *Riba, Grarar*, 80.

⁹ *Ibid.*

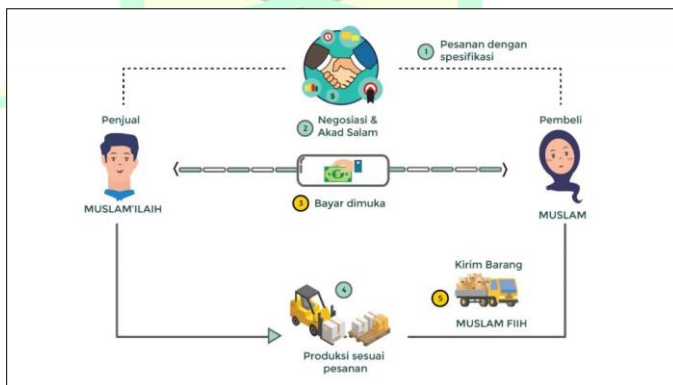
¹⁰ Abdullah bin Muhammad Ath-Thayyar, *Ensiklopedi Muamalah*, (Yogyakarta: Maktabah al-Hanif, 2009), 137.

Sedangkan ulama Syafi'iyah dan Hanabilah memberikan definisi sebagai berikut:

عَقْدٌ عَلَى مَوْصُوفٍ بِذِمَّةٍ مَقْبُوضٍ بِمَجْلِيسٍ عَقْدٍ

“Akad yang disepakati untuk membuat sesuatu dengan ciri-ciri tertentu dengan membayar harga terlebih dahulu, sedangkan barangnya akan diserahkan (kepada pembeli) di kemudian hari.”¹¹

Menurut Ascarya, salam merupakan bentuk jual beli dengan metode pembayaran di muka dan barang akan diserahkan di kemudian hari (*advance payment/forward buying/future sales*) dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal, dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian.¹²



Gambar 3.1. Skema Salam

¹¹ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), 146-147.

¹² Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013), 90.

Dalam transaksi akad *salam* terdapat rukun yang harus dipenuhi agar transaksi tersebut menjadi sah, di antaranya :

1. Pelaku akad, yaitu *muslam* (pembeli) yang mana bertindak sebagai pihak yang membutuhkan dan memesan barang, dan *muslam alaih* (penjual) yang mana pihak yang memproduksi atau menyediakan barang pesanan;
2. Objek akad, yaitu barang atau hasil produksi (*muslam fihi*) dengan spesifikasi dan harga (*tsaman*); dan
3. *Shighah*, yaitu *ijab* dan *qabul*.¹³

Rasulullah Saw memperbolehkan salam dengan syarat-syarat yang harus dipenuhi,¹⁴ yakni :

1. *Ra'sul mal* (harga asal) disyaratkan: diketahui jumlahnya; jelas jenisnya, transaksi dengan uang yang sah; dan diserahkan pada waktu akad baik tunai maupun cek sebelum para pihak berpisah dari tempat akad.

Jika uang diserahkan setelah para pihak berpisah dari tempat akad maka akad salam menjadi batal. Karena yang dimaksud dengan salam atau salaf adalah mendahulukan menyerahkan uang (uang muka). Dalam akad salam, barang merupakan utang yang berada dalam tanggungan. Apabila mengakhirkan penyerahan uang akan

¹³ *Ibid*, 91.

¹⁴ *Ibid*. 90.

memunculkan jual beli hutang dengan hutang. Padahal itu dilarang dalam hadis Nabi yang diterima dari Ibn Umar:

عَنْ ابْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا: أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَنْ بَيْعِ الْكَالِيِّ بِالْكَالِيِّ

“Dari Ibn Umar r.a. sesungguhnya Rasulullah saw. melarang jual beli hutang dengan hutang.”

Ini merupakan syarat yang disepakati antara ulama Hanafiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah. Namun, berbeda dengan Imam Malik yang membolehkan dengan cara mengakhirkan penyerahan uang dalam waktu tiga hari.¹⁵

2. *Muslim fih* (barang)

- a. Barang yang dipesan merupakan barang dapat diketahui dari sifat atau kriterianya yang membedakannya dari yang lain. Misalnya jenis pakaian, jenis wol, katun, dan sutra tertentu.
- b. Pembeli menyebutkan sifat atau kriteria barang meliputi jenis, macam, dan kualitas.
- c. Diketahui ukurannya baik melalui takaran, timbangan, hitungan, atau biji. Sesuai dengan hadits Nabi saw. yang diriwayatkan Bukhari dan Muslim yang memerintahkan agar orang yang melakukan akad

¹⁵ Wahbah az-Zuhailly, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz 4 (Lebanon: Dar al-Fikr, 1984), 603.

salam hendaklah dengan ukuran yang jelas, timbangan yang jelas, dan batas waktu yang jelas.

- d. Barang diserahkan kemudian (waktu tunda). Bila barang diserahkan pada waktu akad, akad salam tidak sah karena tidaklah dinamakan salam bila barang diserahkan pada waktu akad. Demikianlah pendapat ulama Hanafiyah, Malikiyah dan Hanabilah. Namun, Ulama Syafi'iyah membolehkan penyerahan barang pada waktu akad.
- e. Jelas batas waktu dan tempat penyerahan barang.
- f. Jenis barang dari segi sifat dan kriterianya merupakan barang yang ada di pasaran.
- g. Akad bersifat tetap, tidak ada khayar syarat bagi kedua belah pihak atau salah seorang dari keduanya.
- h. Barang yang dipesan merupakan utang dan menjadi tanggungan penjual.
- i. Tidak menimbulkan *riba fadhal*.¹⁶

Sayyid sabiq dala buku Fikih Sunnah jilid 12 menyatakan, selain syarat-syarat di atas, syarat barang yang diperjualbelikan dengan sistem *salam* ialah barang tersebut berada dalam tanggungan, barang tersebut memiliki kriteria yang dapat memberikan kejelasan kadar dan sifat-sifat yang membedakannya dengan barangay lainnya agar tidak

¹⁶ *Ibid*, 604-613.

mengandung *gharar* dan terhindar dari perselisihan, serta bahwa batas waktu diketahui dengan jelas.¹⁷

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Pasal 101 s/d Pasal 103, disebutkan bahwa syarat *ba'i salam* sebagai berikut :

1. Kualitas dan kuantitas barang sudah jelas. Kuantitas barang dapat diukur dengan takaran, atau timbangan, dan/atau meteran.
2. Spesifikasi barang yang dipesan harus diketahui secara sempurna oleh para pihak.
3. Barang yang dijual, waktu, dan tempat penyerahan dinyatakan dengan jelas.
4. Pembayaran barang dapat dilakukan pada waktu dan tempat yang disepakati.¹⁸

Semua ahli hukum Islam berpendapat bahwa akad *salam* akan menjadi sah jika memenuhi tujuh syarat yang harus dipenuhi,¹⁹ di antaranya :

1. Pembeli harus membayar penuh barang yang dipesan pada saat akad *salam* disepakati. Hal ini dibutuhkan jika pembayaran belum penuh, maka akan terjadi penjualan utang dengan utang yang secara eksplisit dilarang.
2. *Salam* hanya boleh digunakan untuk transaksi pada komoditas yang kuantitas dan kualitasnya dapat ditentukan

¹⁷ Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah...*, 113.

¹⁸ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2012), 115.

¹⁹ Ascarya, *Akad dan Produk...* 93.

dengan tepat (*fungible goods* atau *dhawat al-amthal*). Komoditas yang tidak memenuhi dua hal ini tidak dapat dijual menggunakan akad *salam*.

3. Transaksi dengan akad *salam* untuk jual beli komoditas tertentu atau produk dari lahan pertanian atau peternakan tertentu tidak dapat dilakukan.
4. Kualitas dari komoditas yang akan dijual dengan akad *salam* perlu mempunyai spesifikasi yang jelas sehingga menghindarkan para pihak timbul perselisihan. Semua yang dapat dirinci harus disebutkan secara eksplisit.
5. Ukuran kuantitas dari komoditas perlu disepakati dengan tegas. Jika komoditas tersebut dikuantifikasi dengan berat sesuai kebiasaan dalam perdagangan, beratnya harus ditimbang, dan jika biasa dikuantifikasi dengan diukur, ukuran pastinya harus diketahui. Komoditas yang biasa ditimbang tidak boleh diukur dan sebaliknya.
6. Tanggal dan tempat penyerahan barang yang pasti harus ditetapkan dalam kontrak.
7. Salam tidak dapat dilakukan untuk barang-barang yang harus diserahkan langsung. Seperti emas yang dibeli ditukar dengan perak, sesuai syariah, penyerahan kedua barang harus dilakukan bersamaan. Sama halnya jika terigu dibarter dengan gandum, penyerahan bersamaan keduanya

perlu dilakukan agar jual beli sah secara syariah, sehingga akad salam tidak dapat dilaksanakan.²⁰

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa transaksi jual beli *mystery box* menggunakan akad salam bisa dikatakan tidak sah dikarenakan tidak memenuhi salah satu dari syarat-syarat yang telah ditetapkan, seperti kualitas dari komoditas yang akan dijual dengan akad salam perlu mempunyai spesifikasi yang jelas sehingga menghindarkan para pihak timbul perselisihan. Semua yang dapat dirinci harus disebutkan secara eksplisit.

Selain itu, transaksi ini juga menyalahi syarat yang ditentukan oleh Rasulullah Saw. terkait *ra'sul mal* (harga asal) yang disyaratkan harus diketahui jumlahnya; jelas jenisnya, transaksi dengan uang yang sah; dan diserahkan pada waktu akad baik tunai maupun cek sebelum para pihak berpisah dari tempat akad. Terkait barang (*muslam fiih*) yang menjadi objek akad dalam prakteknya, sebagian telah menyebutkan sifat atau kriteria barang meliputi jenis, macam, dan kualitas dalam deskripsi penjualan, namun sebagian yang lain tidak ada sama sekali karena beranggapan bahwa *mystery box* merupakan hal yang memberikan rasa penasaran (kejutan) kepada pembeli/konsumen yang melakukan transaksi tersebut. Ini menandakan penjual menyalahi salah satu syarat dibolehkannya jual beli salam yaitu diketahui ukurannya baik melalui takaran,

²⁰ *Ibid*, 92-93.

timbangan, hitungan, atau biji. Sesuai dengan hadits Nabi saw. yang diriwayatkan Bukhari dan Muslim yang memerintahkan agar orang yang melakukan akad salam hendaklah dengan ukuran yang jelas, timbangan yang jelas, dan batas waktu yang jelas.

E. Tinjauan Islam Terhadap Mekanisme Jual Beli *Mystery Box*

Mekanisme jual beli dengan sistem online merupakan proses pertukaran dan distribusi informasi dan barang antara dua pihak yang bersangkutan didalam satu aplikasi atau web dengan menggunakan internet dengan cara melakukan pencarian pada situs-situs atau aplikasi yang disediakan oleh perusahaan yang menyediakan, memilih suatu barang atau produk, melihat harga, menyepakati harga yang ditawarkan oleh perusahaan atau penjual, menyepakati untuk melakukan pembayaran, memeriksa identitas dan validitas mekanisme pembayaran, penyerahan barang oleh penjual dan penerimaan barang oleh pembeli.

Akad yang digunakan dalam transaksi jual beli *mystery box* ini yaitu menggunakan akad salam, dimana penjual dan pembeli melakukan kesepakatan atas barang pesanan dengan spesifikasi tertentu yang penyerahannya ditangguhkan pada waktu tertentu, dimana pembayaran dilakukan secara tunai di majlis akad.²¹

²¹ Dimyauddin, Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 128.

Dalam hal ini, Islam memperbolehkan hukum jual beli ini mengacu pada dalil-dalil di antaranya :

1. Surah al-Baqarah : 282 yaitu :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِذَا تَدٰىنْتُمْ بٰدِيْنَ اِلَىٰ اَجَلٍ
مُّسَمًّى فَاكْتُبُوْهُ ...

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya...”

2. Hadist tentang jual beli salam

“Ibn Abbas menyatakan bahwa ketika Rasul datang ke Madinah, penduduk Madinah melakukan jual beli salam pada buah-buahan untuk jangka satu tahun atau dua tahun. Kemudian Rasul bersabda: Siapa yang melakukan salam hendaknya melakukan dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas pula, sampai batas waktu tertentu”.

3. Ijma’

Kesepakatan ulama (ijma’) akan bolehnya jual beli salam dikutip dari pernyataan Ibnu Mundzir yang mengatakan bahwa semua ahli ilmu telah sepakat bahwa jual beli salam dibolehkan, karena terdapat kebutuhan dan keperluan untuk memudahkan urusan manusia. Pemilik lahan pertanian, perkebunan ataupun perniagaan terkadang membutuhkan modal untuk mengelola usaha mereka

hingga siap dipasarkan, maka jual beli salam diperbolehkan untuk mengakomodir kebutuhan mereka. Ketentuan ijma' ini secara jelas memberikan legalisasi praktik pembiayaan/jual beli salam.²²



²² Rozalinda, *Fiqih Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 131.

BAB IV

MOTIF KONSUMEN DALAM PEMBELIAN *MYSTERY BOX*

Tidak ada dua orang yang sama. Semua kegiatan yang dilakukan oleh setiap orang memiliki alasan dan motivasi sendiri. Namun demikian, beberapa peristiwa yang tidak semuanya bisa dijelaskan oleh teori kepribadian seperti terjadinya kekacauan sosial, konflik masa kanak-kanak, dan lain-lain yang menyangkut dengan dinamika atau masalah sosial. Pendekatan gaya hidup (*life style*) lebih cocok dipakai untuk menjelaskan persoalan tersebut.¹

Hal yang sama peneliti coba ungkap terkait pengalaman para konsumen dalam melakukan pembelian barang khususnya *mystery box*. Dimana *mystery box* ini ternyata diminati oleh banyak orang dengan berbagai argumennya, sehingga perlu diketahui apa yang membuat para konsumen ini terdorong untuk mengambil keputusan tersebut. Kemudian apakah mereka benar-benar mengerti dan paham apa yang sedang dibelinya dan poin-poin lainnya yang menjadi menarik untuk dikaji secara seksama.

Secara keseluruhan, konsumen *mystery box* merupakan orang berasal dari berbagai daerah dengan berbagai profesi. Namun dikarenakan permintaan narasumber, peneliti tidak dapat mencantumkan secara rinci beberapa poin yang ada dalam identitas

¹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen (Prespektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen, Edisi Ketiga)*, (Jakarta: Prenadamedia Group, Cet. Ke-7, 2019), 59

pada umumnya. Berikut para konsumen yang pernah melakukan pembelian *mystery box*, diantaranya:

Tabel 4.1 Konsumen *Mystery Box*

No.	Nama	Asal/Alamat	Aplikasi yang digunakan
1	@diandraahmad31	-	Shopee
2	@ghozelie	-	Shopee
3	@maryamsaidstore	-	Shopee
4	Naz Izzan	-	Bukalapak
5	Said Pomade	-	Tokopedia
6	Puspita Eka	Ponorogo	Tokopedia
7	Agustianur	Banda Aceh	Shopee, Tokopedia
8	Umi Jamilatin	Jakarta	Tokopedia
9	Shopia May	Mangga Dua, Jakarta	Shopee, Lazada, Amazon
10	Nurkamilah Sari	Jl. Perjuangan, Gg Mawar	Shopee, Lazada
11	Aab Subastian	Sumenep	Shopee
12	Richa Hernida Putri	Jl. Salman Ujung	Shopee
13	Ani Purwati	Lampung	Shopee
14	Yusuf Alaidi	Kediri	Shopee
15	Rijal Mustaqim	Yogyakarta	Shopee, Lazada
16	Hadi Nasruddin	Ngawi	Shopee, Lazada

A. *Mystery Box* menurut Konsumen

Ditinjau dari hasil wawancara, banyak diantara mereka yang mengatakan bahwa *mystery box* merupakan produk yang tidak diketahui isinya, bahkan disebut box yang berisi hadiah.

Seperti penuturan akun yang bernama @diandraahmad31 yang melakukan aktifitas pembelian *mystery box* di Shopee. @diandraahmad31 mengatakan bahwa *mystery box* sebagai berikut :

“Box yang berisi hadiah, bisa berupa kecil atau besar”.²

Sementara itu, menurut akun bernama @maryamsaidstore mengatakan bahwa *mystery box* barang yang dijual yang pembeli tidak tahu isinya, seperti yang dipaparkan berikut ini :

“Setahu saya *mystery box* itu produk di marketplace dan pembeli tidak tahu isinya. Harga yang tertera biasanya murah apalagi foto produk yang ditampilkan juga bagus-bagus, jadi orang banyak yang membelinya. Yang Namanya *mystery box* bisa saja harga yang tertera sudah sama nilainya dengan barangnya.”³

Hal yang sama juga dipaparkan oleh akun Said Pomade, yang mengatakan sebagai berikut :

“Yang saya tahu yaa produk tidak jelas barangnya, kan ada dalam box. Bisa juga produk itu dijual untuk menarik pembeli, barangnya banyak dan murah-murah.”⁴

Begitu juga yang diutarakan oleh Puspita Eka konsumen asal Ponorogo, sebagai berikut :

“*Mystery box* yaitu sebuah barang yang dijual kepada konsumen, namun konsumen ini belum

² Diandra Ahmad, Wawancara, 30/05/2021

³ Maryam Said, Wawancara, 11/06/2021

⁴ Said Pomade, Wawancara, 14/06/2021

tentu tahu barang apa yang ada di *mystery box* ini.”⁵

Sama halnya dengan apa yang diungkapkan oleh Agustianur, konsumen asal Banda Aceh, berikut ini :

“Sebuah benda yang dirahasiakan akan isinya dan akan membuat para pembeli ingin mengetahui akan isi dalam box tersebut.”⁶

Umi Jamilatin, konsumen yang bertempat tinggal di Jakarta juga mengatakan bahwa *mystery box* adalah suatu barang yang tidak tahu isinya, seperti yang dipaparkan berikut ini :

“Belanja online di suatu marketplace tanpa tahu isinya.”⁷

Hal yang sama dengan konsumen dari Jakarta, Shopia May yang mengatakan bahwa *mystery box* merupakan sebuah fenomena seperti disampaikan berikut ini :

“Fenomena belanja dimana pembeli membeli sebuah kotak tanpa tahu isinya.”⁸

Begitu juga dengan Ani Purwati konsumen asal Lampung, seperti yang disampaikan berikut ini :

“*Mystery box* adalah sebuah (barang) yang belum diketahui dengan pasti apa isinya.”⁹

Sama halnya dengan yang disampaikan oleh Hadi Nasruddin, konsumen asal Ngawi berikut ini :

⁵ Puspita Eka, Wawancara, 03/07/2021

⁶ Agustianur, Wawancara, 05/07/2021

⁷ Umi Jamilatin, Wawancara, 05/07/2021

⁸ Shopia May, Wawancara, 06/07/2021

⁹ Ani Purwati, Wawancara, 06/07/2021

“Kotak Misteri yang berisi sebuah barang yang di rahasiakan oleh pengirim barang/seller.”¹⁰

Sedikit berbeda dengan pendapat para konsumen di atas, Yusuf Alaidi asal Kediri mengatakan bahwa *mystery box* adalah transaksi barang *random* yang terjadi atas kesepakatan kedua belah pihak, seperti berikut ini :

“*Mystery box* merupakan upaya pembelian barang secara acak dengan ketentuan nominal tertentu yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak.”¹¹

Namun, ada pula dari beberapa konsumen yang menjawab dengan singkat ketika ditanya perihal pengetahuannya terkait berbelanja *mystery box*, seperti Aab Subastian dari Sumenep yang mengartikan *mystery box* sebagai “Kotak yang berisi barang *random*”,¹² Richa Hernida Putri yang tinggal di Jl. Salman Ujung menjawab seperti tidak tahu Ketika ditanya apa sebenarnya *mystery box* itu, beliau hanya menjawab “Box Misteri”, sedangkan menurut Nurkamilah Sari konsumen yang tinggal di Jl. Perjuangan, Gg. Mawar, mengatakan bahwa *mystery box* yang dibelinya merupakan hadiah, beliau mengatakan “Box berisi hadiah”. Berbeda dengan lainnya, Rijal Mustaqim konsumen yang tinggal di Yogyakarta ini malah

¹⁰ Hadi Nasruddin, Wawancara, 16/07/2021

¹¹ Yusuf Alaidi, Wawancara, 12/07/2021

¹² Aab Subastian, Wawancara, 16/07/2021

mengartikan membeli *mystery box* merupakan sebuah undian yang mendapatkan hadiah.¹³

Berbeda dengan pendapat para konsumen di atas, menurut akun bernama “Naz Izzan” bahwa *mystery box* merupakan salah satu cara strategi penjualan terhadap barang yang tidak atau kurang laku, seperti berikut ini :

“Kalau dari saya itu lebih ke teknik jual barang yang kurang laku, atau bisa juga untuk menarik pelanggan ke satu akun jualan supaya lebih banyak pengunjungnya dengan iming-iming barang dengan nilai jual lebih dari harga *mystery box*-nya meskipun kebanyakan isinya barang dengan nilai yang hampir sama dengan nilai *mystery box*-nya.”¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dikategorikan melalui diagram berikut ini :

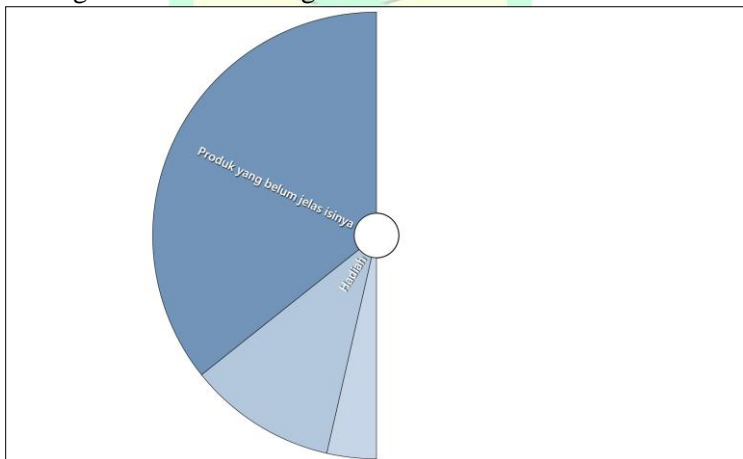


Diagram 4.2. *Mystery Box* Menurut Konsumen

¹³ Rijal Mustaqim, Wawancara, 14/07/2021

¹⁴ Naz Izzan, Wawancara, 08/06/2021

Maka, jika dilihat pada diagram diatas, mayoritas konsumen berpendapat bahwa msystery box merupakan produk yang tidak diketahui dan belum jelas isinya. Beberapa konsumen lain mengatakan bahwa mystry box merupakan sebuah hadiah, dan seorang yang lain mengatakan bahwa mystery box merupakan teknik penjualan untuk barang yang kurang laku.

B. Motif Transaksi Konsumen pada *Mystery Box*

Ditinjau dari hasil wawancara, alasan konsumen membeli *mystery box* sangat beragam, mulai dari membeli yang hanya untuk kejutan saja, penasaran dan hanya coba-coba, seperti yang diutarakan oleh @diandraahmad31 yang mengatakan bahwa alasan membeli *mystery box* hanya untuk kejutan saja. Hal yang sama juga disampaikan oleh Aab Subastian, yang digunakan untuk memberi kejutan (*sureprice*) kepada temannya. Nurkamilah Sari pun juga beranggapan yang sama bahwa dengan membeli *mystery box* bisa mendapatkan hadiah kejutan seperti yang dia inginkan.

Berbeda dengan @maryamsaidstore dan Hadi Nasruddin, ia membeli *mystery box* dikarenakan ada rasa penasaran dan tertarik dengan harga murah, seperti yang disampaikan berikut ini :

“Penasaran, kira-kira isinya apa. Soalnya harganya murah dan foto produk yang tampil itu kan bagus-bagus, seperti HP, siapa tahu dapet itu dengan harga murah.”

“Karena Penasaran dan menguntungkan.”¹⁵

Hal yang sama dengan @maryamsaidstore juga disampaikan oleh konsumen bernama Said Pomade, menurutnya alasan tertarik membeli *mystery box* karena harga yang diberikan murah, seperti pemaparannya berikut ini :

“Harganya murah-murah, dan gambar produk yang ditampilkan bagus-bagus.”¹⁶

Begitu juga dengan Agustianur yang tertarik membeli *mystery box* karena mendapatkan harga murah Ketika membeli *mystery box*, seperti yang disampaikan berikut ini :

“Keingintahuan akan isi dalam box tersebut karena dengan harga yang miring dan isi yang rahasia.”¹⁷

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh Puspita Eka Ketika ditanya perihal alasan membeli *mystery box*, seperti berikut ini :

“Karena tergiur dengan harga yang murah dan barang yang bagus.”¹⁸

¹⁵ Hadi Nasruddin, Wawancara, 16/07/2021

¹⁶ Maryam Said, Wawancara, 11/06/2021

¹⁷ Agustianur, Wawancara, 05/07/2021

¹⁸ Puspita Eka, Wawancara, 03/07/2021

Shopia May, konsumen asal Jakarta Utara ini juga berpendapat sama. Ketika ditanya perihal alasan membeli *mystery box*, seperti berikut ini :

“Penasaran, karena kita tidak tahu barang yang akan kita dapatkan seperti apa.”¹⁹

Sedangkan menurut Rijal Mustaqim, membeli *mystery box* dilakukan karena ingin mencoba peruntungan, seperti yang disampaikan berikut ini :

“Mencoba peruntungan karena biasanya mendapatkan barang yang sesuai dan murah.”²⁰

Yusuf Alaidi pun juga sependapat dengan Rijal Mustaqim yang mencoba peruntungannya dalam membeli *mystery box*. Seperti yang disampaikan berikut ini :

“Karena dalam beberapa kesempatan kita dapat mengadu nasib dengan keberuntungan kita dalam mendapatkan hadiah dalam *mystery box*.”²¹

Konsumen bernama Naz Izzan pun memiliki pendapatnya sendiri perihal ditanya alasan membeli *mystery box*. Menurutnya, ini dilakukannya hanya untuk mengisi kekosongan semata, seperti yang disampaikan berikut ini :

“Kalau saya lebih ke gabut (tidak ada kegiatan). Ada uang nganggur, ya iseng-iseng menghibur diri sendiri. Yaa seperti buka kado kita tidak tahu

¹⁹ Shopia May, Wawancara, 06/07/2021

²⁰ Rijal Mustaqim, Wawancara, 14/07/2021

²¹ Yusuf Alaidi, Wawancara, 12/07/2021

isinya seperti apa. Orang kan suka kejutan *sureprice.*”

Hal serupa juga disampaikan oleh Ani Purwati yang hanya sekedar iseng saja dan Richa Herdina Putri yang berangkat dari rasa keingintahuannya semata.²²

Berbeda lagi dengan Umi Jamilatin, yang membeli *mystery box* dikarenakan ada diskon/potongan harga, seperti yang disampaikan berikut ini :

“Diskon/Product Wishlist, Biasanya saya membeli program *mystery box* pada toko dalam satu marketplace karena ada diskon, entah berupa potongan harga, cashback atau gratis ongkir. Akan semakin tertarik jika toko memberi clue isi dari program *mystery box* yang sedang berlangsung.”²³

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, peneliti dapat mengkategorisasi motif pembelian konsumen terhadap *mystery box* melalui diagram berikut ini :



²² Naz Izzan, Wawancara, 08/06/2021

²³ Umi Jamilatin, Wawancara, 05/07/2021

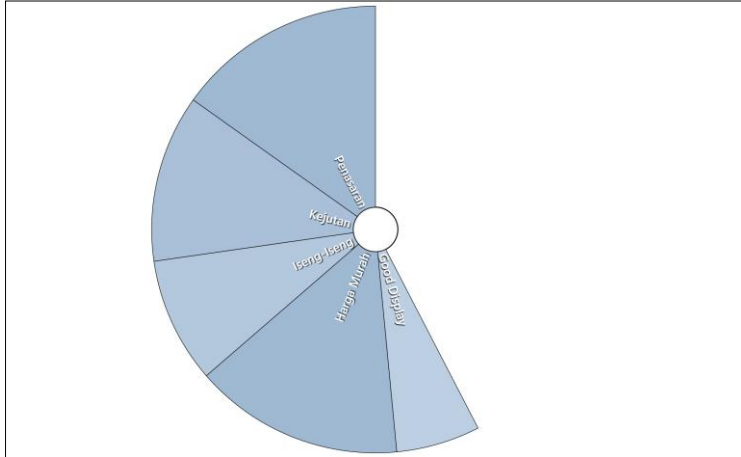


Diagram 4.3. Motif Transaksi Konsumen pada *Mystery Box*

Maka, jika dilihat pada diagram diatas, motif mayoritas konsumen yakni dikarenakan penasaran terhadap isi *mystery box* itu sendiri, sebagian yang lain tergiur oleh harga murah yang ditawarkan, selain itu karena *mystery box* memiliki sensasi kejutan sehingga membuat tertarik konsumen, dan sebagian kecil karena *iseng-iseng* ingin mencoba dan tergiur oleh tampilan produk yang ditawarkan.

C. Produk yang diperoleh Pasca Membeli *Mystery Box*

Ditinjau dari hasil wawancara dan kuesioner, para konsumen memiliki jawaban yang beragam terkait dengan barang yang didapat, beberapa diantaranya mendapatkan barang yang tidak sesuai ekspektasinya, namun diantara yang lain juga

mengaku senang dengan barang yang didapat dari *mystery box* yang dibelinya.

Konsumen bernama @diandraahmad31 bercerita bahwa barang yang didapat berupa perlengkapan HP/Aksesoris, hal tersebut tidak sesuai dengan apa yang diharapkannya, seperti yang disampaikan berikut ini:

“Perlengkapan HP, sedangkan yang saya inginkan yaitu HP atau uang satu juta.”²⁴

Hal yang sama disampaikan oleh @maryamsaidstore, yang juga mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkannya, berikut pemaparannya:

“Jam tangan, pernah juga mengira HP, tapi yang datang aksesorisnya saja. Alasannya yaa waktu itu ingin jam tangan, kebetulan *mystery box*-nya ada jam tangan.”²⁵

Hal yang sama juga disampaikan oleh Sophia may yang merasa pasrah akan barang yang didapatnya, berikut penuturannya:

“Barang yang saya dapat dari *mystery box* itu Random, baju, elektronik, mainan, meskipun kadang tidak sesuai ekspetasi.”²⁶

Puspita Eka juga bercerita hal yang sama ketika mendapati isi *mystery box* yang tidak sesuai dengan ekspektasinya, bahkan timbul sedikit kecewa dalam hatinya, seperti yang disampaikan berikut ini :

²⁴ Diandra Ahmad, Wawancara, 30/05/2021

²⁵ Maryam Said, Wawancara, 11/06/2021

²⁶ Shopia May, Wawancara, 06/07/2021

“Membeli tas, namun yang datang berupa dompet yang terbuat dari kain yang kurang bagus.”²⁷

Lain lagi dengan apa yang disampaikan oleh @ghozelie, ia merasa dikecewakan oleh seller yang mengirim barang *mystery box* yang sudah rusak, seperti yang disampaikan berikut ini :

“Ketika itu saya dapat cincin, tapi cincinnya saja penyok (rusak), gelang kayak itu (sambil menunjukkan foto) disini Rp. 2.000 dapat.”²⁸

Namun hal berbeda disampaikan oleh Naz Izzan, ia merasa beruntung dengan apa yang didapat dari isi *mystery box*. Menurutnya barang yang didapat diluar ekspektasinya yang jika dijual bisa mendapatkan keuntungan dari penjualan tersebut, seperti yang disampaikan berikut ini :

“Saya pernah beli 3 kalian kalau gak salah. Pertama yang Rp. 5000, dapat kabel data aksesoris HP sama multi charger HP. Kedua yang Rp. 10.000, dapat headset realme sama sony kalau gak salah. Ketiga beli Rp. 15.000, dapat dompet. Diluar ekspektasi sih, karena kalau dijual lagi bisa dapat lebih.”²⁹

Rijal Mustaqim juga bercerita bahwa pernah mendapatkan produk kosong dikala membeli *mystery box*, seperti berikut ini :

²⁷ Puspita Eka, Wawancara, 03/07/2021

²⁸ Ghozelie, Wawancara, 08/06/2021

²⁹ Naz Izzan, Wawancara, 08/06/2021

“(saya pernah mendapatkan isi *mystery box* berupa) Produk kosong dan mendapatkan sepatu, sandal dan juga sisir.”³⁰

Beberapa konsumen juga menyebutkan barang yang didapatkannya dari membeli *mystery box*, seperti Said Pomade yang mendapatkan aksesoris HP dan fashion pria, Hadi Nasruddin yang mendapatkan barang hampir sama dengan said pomade yaitu produk aksesoris handpone dan ATK karena untuk kebutuhan fungsi ponsel dan daya tarik ponsel untuk pribadi, Yusuf Alaidi yang mendapatkan barang seperti produk pakaian, jaket bermerek, tas bermerek, Agustianur yang mendapatkan produk dari salah satu *e-commerce* dan barang yang didapatkan berupa mainan, Umi Jamilatin yang mendapatkan barang yang diinginkannya seperti skincare, *make up* atau produk fashion seperti tas, baju, sepatu atau sandal dan *make up* dan aksessories, mengingat pekerjaannya yang menuntut penampilan yang baik dan rapi, tentu harus ditunjang dengan fashion dan aksesoris yang baik. Sedangkan Nurkamilah Sari dan Ani Purwati mendapatkan barang yang sama yaitu elektronik. Dan Aab Subastian yang mendapatkan barang berupa jenis peralatan dapur seperti sendok garpu dan lain semacamnya.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dikategorikan melalui diagram berikut ini :

³⁰ Rijal Mustaqim, Wawancara, 14/07/2021

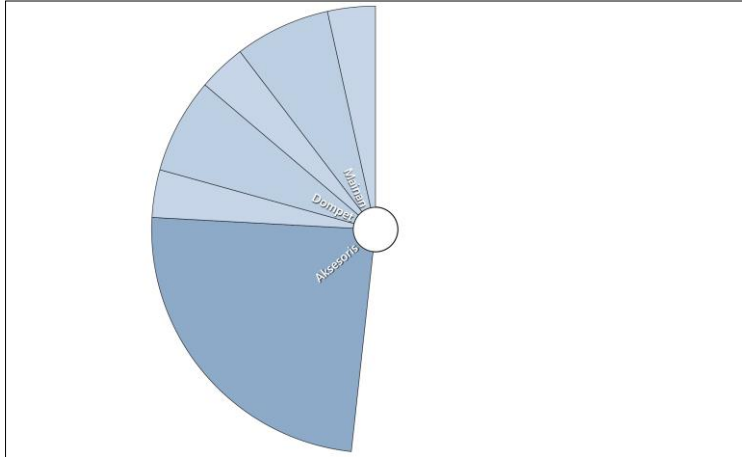


Diagram 4.4. Produk yang didapat pasca pembelian *mystery box*

Maka, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa produk atau barang yang didapat dari pembelian *mystery box* ini mayoritas hanyalah aksesoris gadget, gantungan kunci, dan sejenisnya. Sementara itu, sebagian yang lain mendapatkan barang seperti dompet dan mainan. Berdasarkan hal tersebut semakin menegaskan bahwa ekspektasi berbanding terbalik dengan realita yang diterima oleh konsumen.

D. Intensitas dalam Membeli *Mystery Box*

Ditinjau dari hasil wawancara dan kuesioner, para konsumen memiliki jawaban yang beragam terkait intensitas dalam membeli *mystery box*. Ketika ditanya, akun bernama @ghozelie mengaku kurang pengalaman dalam membeli

mystery box, dikarenakan ia hanya pernah membeli *mystery box* sekali saja, berikut penuturannya:

“Pengalaman, maaf saya kurang pengalaman pak. Soalnya saya cuma beli sekali saja, itupun saya jadi males karena barang yang dikirim parah, lebih dari separuh mereka ambil keuntungan.”³¹

Hal yang sama disampaikan oleh akun bernama @maryamsaidstore, yang mengaku tidak begitu intens dalam membeli *mystery box*, dikarenakan rasa keingintahuannya semata. Berikut penuturannya :

“(Saya) Tidak begitu intens, saya membeli karena ingin tahu apa yang didapat dengan harga yang murah. Selain itu, tidak berpengaruh (terhadap pendapatan) sih, sebab untuk beli produk itu menggunakan uang ekstra.”³²

Begitu juga dengan yang disampaikan oleh Said Pomade, sejalan dengan @maryamsaidstore yang mengaku tidak terlalu karena barang yang didapat belum jelas, berikut penuturannya :

“Tidak begitu intens mas yaa kan produknya tidak jelas apa yang akan didapat. Selain itu tidak berpengaruh pada pendapatan saya, karena saya tidak sering membeli produk itu, dan uang yang saya pakai bukan uang utama.”³³

Sependapat dengan apa yang disampaikan oleh @maryamsaidstore dan Said Pomade, Agustianur mengatakan

³¹ Ghozelie, Wawancara, 08/06/2021

³² Maryam Said, Wawancara, 11/06/2021

³³ Said Pomade, Wawancara, 14/06/2021

bahwa aktifitasnya dalam membeli *mystery box* hanya dilakukan beberapa kali saja, karena hanya untuk memuaskan rasa penasaran semata, seperti berikut ini :

“Hanya beberapa kali, karena untuk mengupas kerahasiaan dan rasa keingintahuan. Namun sangat mempengaruhi (pendapatan), karena dengan harga sekian murah akan membuat para pembeli ingin membeli banyak barang sekaligus.”³⁴

Yusuf Alaidi pun menceritakan hal yang sama, bahwa intensitasnya dalam membeli *mystery box* hanya dilakukan beberapa kali saja, seperti berikut ini :

“Mungkin hanya dua kali, awalnya hanya penasaran karena misteri box memiliki daya tarik untuk memberikan hadiah yang tidak terduga. Tidak (mempengaruhi pendapatan), karena saya hanya membeli beberapa kali saja”³⁵

Beberapa konsumen menceritakan bahwa aktifitasnya dalam membeli *mystery box* hanya dilakukan sesekali saja, mengingat bahwa barang yang akan didapatnya nanti belum pasti, seperti yang disampaikan oleh Puspita Eka berikut ini :

“Sekali. Ya karena alasan yang pertama karena merasa tergiur akan harga yang murah. Dan tidak mengulangi lagi karena takut tidak sesuai dengan harapan.”³⁶

³⁴ Agustianur, Wawancara, 05/07/2021

³⁵ Yusuf Alaidi, Wawancara, 12/07/2021

³⁶ Puspita Eka, Wawancara, 03/07/2021

Begitu juga yang disampaikan oleh Richa hernida putri berikut ini :

“Sesekali, lagi pula tidak berpengaruh pada pendapatan saya.”³⁷

Aab Subastian juga menyampaikan hal yang sama, ia hanya membeli *mystery box* sekali untuk keperluan hadiah temannya, seperti berikut ini :

“Cuma satu kali, hanya buat surprise teman, terlebih lagi tidak (memengaruhi pendapatan) sama sekali karena beli yang harganya terjangkau.”³⁸

Nurkamilah juga sependapat bahwa aktifitasnya dalam membeli *mystery box* tidak begitu intens, seperti berikut ini :

“Tidak terlalu sering, lagi pula tidak mempengaruhi (pendapatan) saya.”³⁹

Sedangkan Ani Purwati mengatakan bahwa meskipun tidak terlalu sering, namun memengaruhi pendapatannya, seperti berikut ini :

“Tidak terlalu sering, namun berpengaruh terhadap pendapatan saya.”⁴⁰

Menurut Shopia May, intensitasnya dalam membeli box merupakan pemacu semangat untuk kegiatan lain apalagi jika

³⁷ Richa Hernida Putri, Wawancara, 06/07/2021

³⁸ Aab Subastian, Wawancara, 16/07/2021

³⁹ Nurkamilah Sari, Wawancara, 06/07/2021

⁴⁰ Ani Purwati, Wawancara, 06/07/2021

barang yang didapat sesuai dengan ekspektasinya, seperti yang disampaikan berikut ini :

“Sekali dalam sebulan. Karena dengan membeli *mystery box* bisa menjadi *mood booster* sendiri bagi saya, apalagi jika mendapatkan barang yang saya sukai.”⁴¹

Hal berbeda disampaikan oleh Naz Izzan, yang mengaku pernah membeli *mystery box* sebanyak tiga kali, namun dari aktifitasnya membeli tersebut, cukup mempengaruhi pendapatannya, berikut penuturannya :

“Saya pernah beli tiga kali-an kalau tidak salah. Lumayan mempengaruhi (pendapatan), kadang kalau jualan offline lagi kosong ada order dari online.”⁴²

Berbeda dengan apa yang disampaikan oleh Naz Izzan, Umi Jamilatin mengatakan bahwa intensitasnya dalam membeli *mystery box* dilakukan karena ada diskon, selain itu barang yang didapatnya untuk menunjang penampilannya dalam bekerja, seperti yang disampaikan berikut ini :

“Sekitar sebulan dua atau tiga kali. Tentu saja karena ada diskonnya. Walaupun tidak ada diskon, jika produk yang dibeli adalah produk *wishlist* tentu sebagai *customer* saya akan senang karena mendapat produk impian saya. Iya, tentu saja. Karena saya mendapatkan produk impian tentu saja itu akan berpengaruh pada pendapatan saya.

⁴¹ Shopia May, Wawancara, 06/07/2021

⁴² Naz Izzan, Wawancara, 08/06/2021

Penampilan saya dalam bekerja dapat menunjang rasa percaya diri saya dalam bekerja terutama ketika bertemu dengan klien. Aksesoris yang saya gunakan juga membantu pekerjaan saya lebih mudah dan efisien.”⁴³

Sementara itu, Rijal Mustaqim menceritakan bahwa intensitasnya membeli *mystery box* dilakukan ketika mendapatkan uang, seperti berikut ini :

“Sebulan sekali kurang lebih atau pada saat mendapatkan uang. Terkait (Pendapatan) itu, Kadang berpengaruh pada pengeluaran yang menguras walaupun kadang juga tidak terasa secara sadar.”⁴⁴

Sedangkan Hadi Nasruddin mengatakan bahwa intensitasnya membeli *mystery box* dilakukannya sebanyak empat kali dengan alasan yang disampaikan berikut ini :

“Empat kali belanja, karena setiap membeli misteri kotak tersebut budget pembelian dan barang yang dikirim nominal harga barang tersebut lebih banyak dibanding kita beli barang tersebut

Contoh: Beli casing hp dengan harga Rp. 75.000. Beli satu kotak Misteri yang di dalamnya terdapat aksesoris HP, ternyata yang dikirim oleh pengirim barang kotak Misteri tersebut isinya casing, headset, dan lain-lain.

Terkait dengan pendapatan, mempengaruhi jikalau tidak bisa mengontrol diri dalam pembelanjaan.”⁴⁵

⁴³ Umi Jamilatin, Wawancara, 05/07/2021

⁴⁴ Rijal Mustaqim, Wawancara, 14/07/2021

⁴⁵ Hadi Nasruddin, Wawancara, 16/07/2021

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dikategorikan melalui diagram berikut ini :

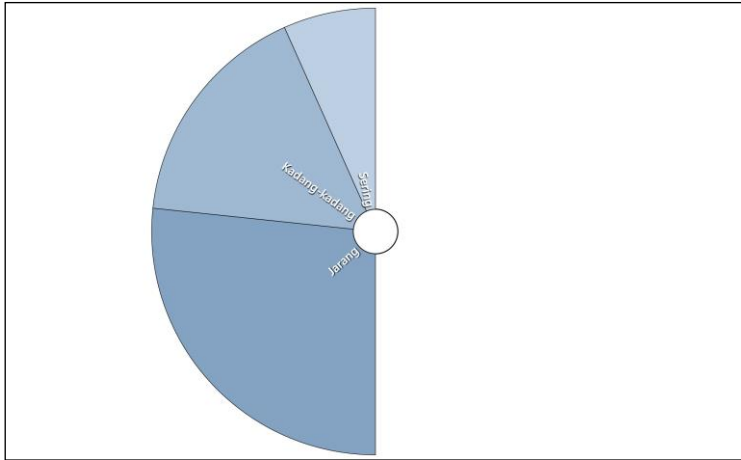


Diagram 4.5. Intensitas Konsumen

Maka, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa mayoritas konsumen memiliki intensitas yang jarang dalam melakukan pembelian *mystery box*, sedangkan konsumen yang lain mengatakan bahwa mereka kadang-kadang melakukan hal tersebut disertai dengan alasan masing-masing. Sedangkan minoritas konsumen mengatakan sering dengan alasan memiliki ketertarikan akan sensasi kejutan atau surprise yang ditawarkan.

E. Pendapat Konsumen Pasca Membeli *Mystery Box*

Ditinjau dari hasil wawancara dan kuesioner, para konsumen memiliki jawaban yang beragam terkait apa yang

dirasakannya setelah mendapatkan barang atau pasca membeli *mystery box* tersebut. Konsumen bernama @diandraahmad31 menceritakan dirinya merasa kecewa dengan barang yang didapatnya tidak sesuai ekspektasinya, seperti berikut ini :

“Barang yang saya dapat pernah mengecewakan, pernah ketika itu dapat barang jelek atau barang yang rusak seperti kacamata mainan, jam tangan, mainan, HP rusak.”⁴⁶

Hal yang sama disampaikan oleh @maryamsaidstore yang menceritakan setelah mendapatkan barang tersebut, ia merasa kecewa karena barang yang didapatkan tidak sesuai ekspektasinya, seperti berikut ini :

“Pernah, karena tidak sesuai dengan yang diharapkan. Di iklan kan ada HP cakep (bagus), kali saja dapat, saya beli. Pas sampai terus saya buka ternyata powerbank, jelek lagi.”⁴⁷

Puspita Eka juga merasakan hal yang sama sesudah membeli *mystery box*, dikarenakan barang yang didapatnya jauh dari ekspektasinya. Seperti yang disampaikan berikut ini :

“Saat barang datang, saya merasa senang. Namun ketika membuka *mystery box* saya kecewa.”⁴⁸

⁴⁶ Diandra Ahmad, Wawancara, 30/05/2021

⁴⁷ Maryam Said, Wawancara, 11/06/2021

⁴⁸ Puspita Eka, Wawancara, 03/07/2021

Sementara itu, Agustianur mengatakan bahwa dirinya merasa lega setelah membeli dan mendapatkan *mystery box* tersebut meskipun tidak sesuai ekspektasinya, seperti berikut ini :

“Lega karena tahu akan isinya walaupun ada yang kecewa karena tidak sesuai ekspektasi.”⁴⁹

Lain halnya dengan Agustianur, Said Pomade mengatakan dirinya merasakan hal biasa saja ketika mendapatkan *mystery box* tersebut, seperti yang disampaikan berikut ini :

“Biasa saja, karena barang yang saya dapat sesuai dengan harga yang tertera.”⁵⁰

Hal yang sama juga disampaikan oleh Naz Izzan, yang dirinya tidak terlalu sumringah ataupun kecewa ketika pasca membeli atau ketika *mystery box* tersebut datang, karena sadar barang yang dibelinya merupakan barang yang diacak oleh penjualnya, seperti yang disampaikan berikut ini :

“Belum sih, biasa saja. Tapi saya gak terlalu ketagihan buat beli lagi.”⁵¹

Konsumen bernama Aab Subastian bahkan mengatakan dirinya tidak merasakan senang ataupun lainnya dikarenakan barang tersebut dibeli untuk hadiah temannya, seperti yang disampaikan berikut ini :

“Yang saya rasakan tidak ada. karena *mystery box* tersebut buat teman. mungkin teman saya Bahagia.”⁵²

⁴⁹ Agustianur, Wawancara, 05/07/2021

⁵⁰ Said Pomade, Wawancara, 14/06/2021

⁵¹ Naz Izzan, Wawancara, 08/06/2021

⁵² Aab Subastian, Wawancara, 16/07/2021

Beberapa konsumen seperti Richa Hernida Putri dan Ani Purwati mengatakan senang dan seru setelah membeli dan mendapatkan barang dari *mystery box* tersebut. Hal tersebut dikarenakan barang yang didapatkannya sesuai dengan keinginannya.

Sejalan dengan dua konsumen di atas, Umi Jamilatin merasa senang pasca membeli *mystery box*, karena barang yang didapatkan sesuai dengan ekspektasinya, seperti berikut ini :

“Senang. Setiap customer pasti senang dapat membeli produk impiannya. Apalagi jika produk yang dibeli memberikan manfaat yang baik.”⁵³

Hal yang sama juga diutarakan oleh Yusuf Alaidi setelah membeli *mystery box*, ia merasa senang dengan barang yang didapatnya, seperti berikut ini :

“Saya merasa senang, karena mendapatkan hadiah dari misteri box yang tidak saya kira sebelumnya.”⁵⁴

Hadi Nasruddin juga mengatakan hal yang sama, bagi dirinya setelah membeli *mystery box* akan merasa senang jika mendapatkan barang yang banyak sekali, seperti berikut ini :

“Penasaran, senang karena isinya masih rahasia jikalau beruntung banyak sekali isi dalam yang dikirim oleh pengirim.”⁵⁵

⁵³ Umi Jamilatin, Wawancara, 05/07/2021

⁵⁴ Yusuf Alaidi, Wawancara, 12/07/2021

⁵⁵ Hadi Nasruddin, Wawancara, 16/07/2021

Sedangkan menurut Shopia May, apa yang dirasakannya setelah membeli dan mendapatkan *mystery box* tergantung dengan isi yang didapatinya, seperti yang disampaikan berikut ini :

“Senang jika mendapatkan barang yang *useful* (berguna), sedikit kecewa jika barang yang diterima jauh dari ekspektasi.”⁵⁶

Hal yang sama dengan Shopia May disampaikan oleh Nurkamilah Sari yang mengatakan bahwa apa yang dirasakannya pasca membeli tergantung dari apa yang ia dapat, seperti berikut ini :

“Senang kalau dapat hadiah bagus. Kalau zonk (kosong) kadang suka malas beli lagi.”⁵⁷

Begitu juga dengan Rijal Mustaqim, yang mengatakan bahwa apa yang dirasakannya pasca membeli tergantung dari apa yang ia dapat, seperti berikut ini :

“Kalau cocok dengan barangnya puas namun kalau pas tidak cocok saya merasa ditipu dan dirugikan.”⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti dapat menyimpulkan dengan diagram berikut ini :

⁵⁶ Shopia May, Wawancara, 06/07/2021

⁵⁷ Nurkamilah Sari, Wawancara, 06/07/2021

⁵⁸ Rijal Mustaqim, Wawancara, 14/07/2021

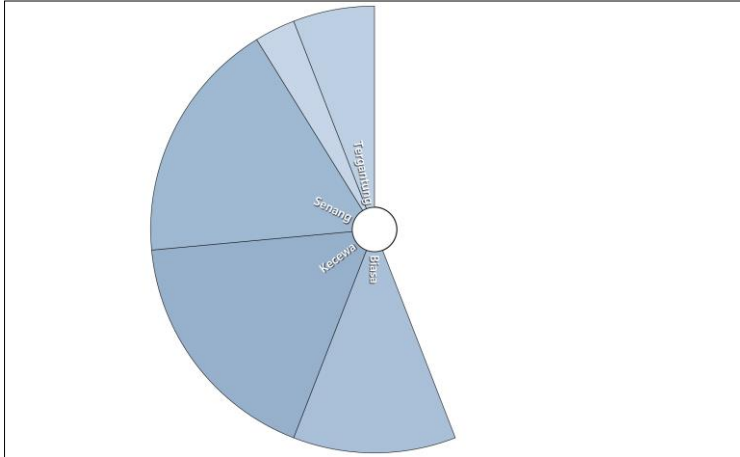


Diagram 4.6. Pendapat Konsumen Pasca Membeli *Mystery Box*

Maka, dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen kecewa dengan produk atau barang yang didapat dari pembelian *mystery box*. Menurut mereka barang yang diberikan jauh dari ekspektasi dan kualitas yang diinginkan. Sedangkan sebagian yang lain mengatakan bahwa mereka senang dengan sistem kejutan yang diberikan dari model jual beli *mystery box* ini. Sedangkan sebagian kecil yang lain mengatakan tergantung dari apa yang didapat, jika mendapat barang yang bagus akan senang dan sebaliknya. Dan sedikit yang lain mengatakan biasa saja dikarenakan membeli *mystery box* berarti harus siap dengan konsekuensi terhadap barang yang diterimanya.

F. Manfaat *Mystery Box* terhadap Konsumen

Ditinjau dari hasil wawancara dan kuesioner, para konsumen memiliki jawaban yang beragam terkait manfaat barang yang didapat dari membeli dari *mystery box*. Konsumen bernama @diandraahmad31 mengatakan bahwa dirinya kecewa dengan barang yang didapat karena tidak memberikan manfaat maksimal kepada dirinya, seperti berikut ini :

“Dari barang yang saya dapat tidak memberi manfaat yang maksimal, mengecewakan.”⁵⁹

Nurkamilah Sari mengatakan bahwa dari barang yang didapatnya, tidak terlalu memberikan manfaat kepada dirinya. Hal yang sama juga disampaikan oleh @maryamsaidstore yang mengatakan bahwa ia tidak mendapatkan manfaat apapun dikarenakan barang yang didapatnya diluar ekspektasinya, seperti berikut ini :

“Manfaatnya gak ada, karena (barang yang didapat) tidak sesuai dengan yang saya harapkan.”⁶⁰

Berbeda dengan Agustianur yang mengatakan bahwa barang yang didapatnya hanya sekedarnya saja dalam memberi manfaat, karena memang tujuan awalnya hanya untuk memuaskan rasa penasaran semata, seperti yang disampaikan berikut ini :

⁵⁹ Diandra Ahmad, Wawancara, 30/05/2021

⁶⁰ Maryam Said, Wawancara, 11/06/2021

“(Manfaatnya) hanya sekedarnya saja karena bisa mencoba membeli dan mengupas kerahasiaan.”⁶¹

Lain hal lagi disampaikan oleh Puspita Eka, yang mengatakan bahwa setidaknya barangnya tetap bisa digunakan dan bermanfaat meskipun tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, seperti berikut ini :

“Walaupun barang yang datang tidak sesuai. Namun, setidaknya barang tersebut memiliki manfaat yang bisa digunakan di rumah.”⁶²

Richa Hernida Putri mengatakan bahwa barang yang didapatnya tidak terlalu memberikan manfaat dan biasa saja. Hal yang sama juga disampaikan oleh Said Pomade yang mengatakan bahwa setidaknya bisa digunakan untuk yang lain, seperti berikut ini :

“Manfaatnya ya biasa, meski tidak sesuai dengan yang saya harapkan. Tapi lumayan bisa digunakan di kunci saya sebagai gantungan.”⁶³

Aab Subastian memiliki pendapatnya sendiri perihal seberapa manfaat barang yang didapat dari *mystery box*. Menurutnya karena kita membeli barang yang kita tidak tahu isinya sebelumnya, maka barang tersebut pasti ada yang mendatangkan manfaat dan ada yang tidak memberi manfaat, seperti berikut ini:

⁶¹ Agustianur, Wawancara, 05/07/2021

⁶² Puspita Eka, Wawancara, 03/07/2021

⁶³ Said Pomade, Wawancara, 14/06/2021

“Karena barangnya *random* tentu ada yang tidak bermanfaat dan ada yang bermanfaat.”⁶⁴

Sedangkan menurut Shopia May, barang yang didapatnya mendatangkan cukup manfaat dikarenakan jika tidak bisa ia gunakan, maka bisa diberikan kepada orang lain sebagai bentuk pemberian, seperti berikut ini :

“Cukup bermanfaat, saya bisa menggunakan sebagian barang yang saya terima dan saya juga bisa sharing barang yang tidak bisa digunakan kepada saudara atau tetangga.”⁶⁵

Hal yang sama juga disampaikan oleh Naz Izzan, yang mengatakan barang yang didapatnya dari *mystery box* memberi manfaat sampai sekarang, seperti berikut ini:

“Beberapa barang bermanfaat karena barang yang di beli di *mystery box* saya pakai sampai sekarang seperti multi charger, headset, kabel data.”⁶⁶

Ani Purwati juga mengatakan hal yang sama, baginya barang yang didapatkannya dari *mystery box* sesuai dengan kebutuhannya saat itu, seperti berikut ini :

“Cukup bermanfaat, karena yang didapat adalah barang elektronik dan sesuai kebutuhan.”⁶⁷

⁶⁴ Aab Subastian, Wawancara, 16/07/2021

⁶⁵ Shopia May, Wawancara, 06/07/2021

⁶⁶ Naz Izzan, Wawancara, 08/06/2021

⁶⁷ Ani Purwati, Wawancara, 06/07/2021

Konsumen seperti Umi Jamilatin mengatakan bahwa barangnya yang didapat dari *mystery box* sangat bermanfaat bagi dirinya. Selain itu juga membantu mempermudah pekerjaannya. Seperti yang disampaikan berikut ini :

“Sangat bermanfaat. Tentu saya membeli *mystery box* pada barang-barang yang memang saya butuhkan. Selain bermanfaat juga akan meringankan atau mempermudah pekerjaan saya.”⁶⁸

Hal yang sama juga disampaikan oleh Yusuf Alaidi yang mengatakan bahwa barang yang didapatnya dari *mystery box* bermanfaat untuk kesehariannya, seperti berikut ini :

“Sangat bermanfaat karena barang tersebut dapat saya gunakan untuk keseharian dalam beraktivitas.”⁶⁹

Hal serupa disampaikan oleh Rijal Mustaqim yang mengatakan bahwa barang yang didapatnya bermanfaat untuk memenuhi kebutuhannya, seperti berikut ini :

“Untuk memenuhi kebutuhan, seperti pakaian dan asesoris untuk bergaya.”⁷⁰

Pendapat yang disampaikan oleh Hadi Nasrudin yang mengatakan bahwa barang yang didapatnya memberikan manfaat, namun ia sadar bahwa *mystery box* merupakan barang

⁶⁸ Umi Jamilatin, Wawancara, 05/07/2021

⁶⁹ Yusuf Alaidi, Wawancara, 12/07/2021

⁷⁰ Rijal Mustaqim, Wawancara, 14/07/2021

yang memiliki risiko. Oleh karena itu pembeli harus legowo atas barang apa yang diterimanya, seperti berikut ini :

“Manfaat sekali karena sudah mengetahui risiko apa yang dikirim dan penerima harus legowo sesuai perjanjian jual beli *mystery box*.”⁷¹

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti dapat menyimpulkan dengan diagram berikut ini :

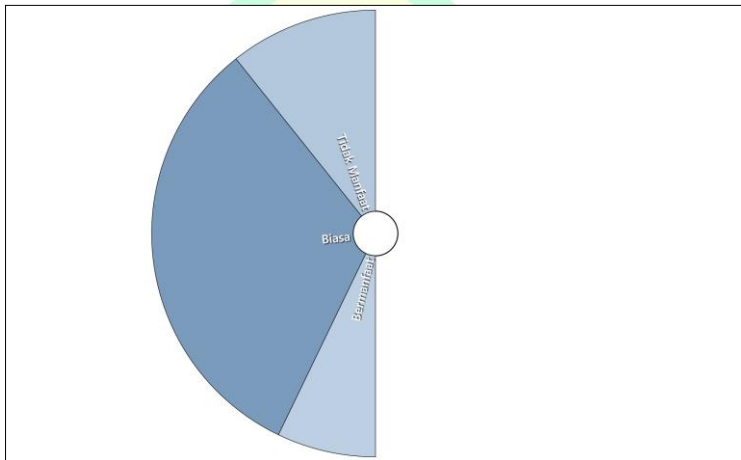


Diagram 4.7. Tingkatan manfaat *mystery box*

Maka, peneliti dapat menyimpulkan bahwa mayoritas konsumen mengatakan bahwa produk atau barang *mystery box* tidak memberikan manfaat yang signifikan. Hal tersebut bisa dilihat dari kategori “Biasa” yang lebih banyak memenuhi diagram tersebut. Sedangkan pada kategori yang lain seperti

⁷¹ Hadi Nasruddin, Wawancara, 16/07/2021

“Tidak Manfaat” dan “Sangat bermanfaat”, sedikit sekali porsi yang diterima oleh keduanya.

G. Kesan Konsumen terhadap *Mystery Box*

Ditinjau dari hasil wawancara dan kuesioner, para konsumen memiliki jawaban yang beragam terkait kesan terhadap *mystery box* yang telah mereka beli. Para konsumen mengatakan bahwa setelah mereka membeli *mystery box*, mereka merasakan kekecewaan meskipun menyadari bahwa namanya *mystery box* merupakan barang yang diterima tidak selalu sesuai dengan yang diharapkan. Namun ada juga yang merasa senang dengan apa yang didapatkan dari *mystery box*, karena mendapat sensasi penasaran yang tidak didapat dari produk lain, dan juga jawaban beragam lainnya.

Seperti yang disampaikan oleh @maryamsaidstore yang menilai bahwa barang yang didapatnya tidak memberikan kesan yang menyenangkan, sehingga ia kecewa terhadap *mystery box*, seperti berikut ini :

“Agak sedikit kecewa, namun maklum karena namanya juga *mystery box*.”⁷²

Hal yang hampir sama juga disampaikan oleh Said Pomade yang mengatakan tidak terlalu kecewa dengan barang yang didapatnya, karena menurutnya barangnya sesuai dengan harganya, seperti berikut ini :

⁷² Maryam Said, Wawancara, 11/06/2021

“Gak kecewa-kecewa amat, yang saya dapat yaa sesuaih dengan harga.”⁷³

Hal lain disampaikan oleh beberapa konsumen seperti Nurkamilah Sari yang mengatakan bahwa jika mendapat barang yang bagus mereka akan senang. Namun sebaliknya jika mendapat barang yang tidak sesuai ia akan sedih. Hal yang juga disampaikan oleh Rijal Mustaqim berikut ini :

“Kurang pas ketika mendapatkan barang yang tidak sesuai, namun juga senang ketika mendapatkan barang yang bagus.”⁷⁴

Berbeda dengan Richa Hernida Putri dan Ani Purwati yang memiliki kesan yang baik terhadap *mystery box*, bagi mereka membeli *mystery box* merupakan kesenangan tersendiri. Agustianur juga mendapat kesan yang membuat hati senang ketika mendapat barang dari *mystery box*. Hal sama juga disampaikan oleh Shopia May yang berpendapat bahwa membeli merupakan suatu hal yang membuat penasaran, seperti berikut ini :

“Good, karena selalu misterius dan membuat kita penasaran”⁷⁵

Aab Subastian juga berpendapat yang sama, yang menurutnya *mystery box* ini merupakan suatu hal yang menarik dikarenakan

⁷³ Said Pomade, Wawancara, 14/06/2021

⁷⁴ Rijal Mustaqim, Wawancara, 14/07/2021

⁷⁵ Shopia May, Wawancara, 06/07/2021

sebagai konsumen kita tidak tahu barang apa yang akan didapat, seperti penuturan berikut ini :

“Menarik. karena tidak mengetahui di dalamnya apa yang bakal didapat.”⁷⁶

Sependapat dengan Aab Subastian, Hadi Nasruddin mengatakan bahwa ia merasa senang dengan *mystery box* karena menarik perhatiannya sebagai konsumen untuk membeli *mystery box*.

Begitu juga dengan Puspita Eka yang mengaku senang dengan kesan pertama saat tahu harganya yang tertera di *mystery box*, sehingga tertarik untuk membeli *mystery box*, seperti berikut ini:

“Kesan pertama saat melihat harganya cukup kaget dan senang.”⁷⁷

Umi Jamilatin juga memiliki kesan yang baik ketika membeli dan mendapatkan barang dari *mystery box*, bahkan dirinya mengapresiasi karena memberikan diskon dan free ongkir (ongkos kirim) yang membuat lebih tertarik lagi, seperti berikut ini :

“Sejauh ini program yang bagus. *Mystery box* biasanya banyak memberikan diskon dan *free ongkir* yang banyak diminati oleh *customer*.”⁷⁸

Sedangkan Yusuf Alaidi mengatakan bahwa kesannya dalam membeli *mystery box* cukup baik selama harga yang diberikan masih dalam tahap wajar, seperti yang disampaikan berikut ini:

⁷⁶ Aab Subastian, Wawancara, 16/07/2021

⁷⁷ Puspita Eka, Wawancara, 03/07/2021

⁷⁸ Umi Jamilatin, Wawancara, 05/07/2021

“Baik, jika harga barang memiliki harga yang tidak terlampau tinggi harga jual pada umumnya.”⁷⁹

Berdasarkan hasil wawancara, para konsumen memiliki jawaban yang beragam terkait kesan terhadap *mystery box* yang telah mereka beli, sehingga peneliti dapat menyimpulkan dengan diagram berikut ini :

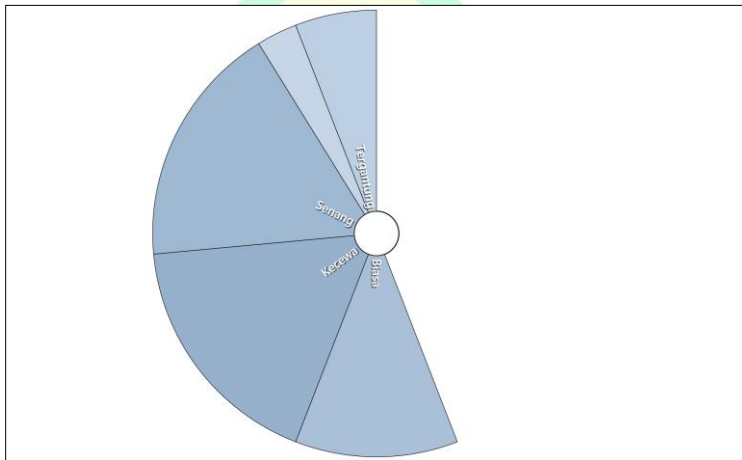


Diagram 4.8. Kesan konsumen terhadap *mystery box*

Maka, peneliti menyimpulkan bahwa mayoritas konsumen mengaku kecewa dengan produk atau barang yang didapat dari *mystery box*, sebagian merasa senang dan seru karena sensasi kejutan dari *mystery box* itu sendiri, sementara lainnya mengatakan tergantung dari barang yang didapatnya. Jika mendapatkan barang yang cukup baik akan cukup senang, dan

⁷⁹ Yusuf Alaidi, Wawancara, 12/07/2021

sebaliknya, jika mendapat barang yang kurang atau tidak bagus, maka mereka akan kecewa.

H. Harapan Konsumen terhadap *Mystery Box*

Ditinjau dari hasil wawancara dan kuesioner, para konsumen memiliki jawaban yang beragam terkait harapan yang ingin disampaikan untuk *mystery box* terutama kepada pihak yang bergelut disana yaitu para seller.

Konsumen bernama @diandraahmad31 berharap bahwa produk yang dijual setidaknya dengan harga yang sesuai, seperti berikut ini :

“Ya sesuai hargalah, tidak berbohong kalau jualan dapat hadiah utama gitu.”⁸⁰

Sependapat dengan @diandraahmad31, Umi Jamilatin berharap bahwa apa yang dijual *mystery box* merupakan barang yang sesuai harganya, mengingat dalam beberapa kasus banyak yang menimpa orang lain karena tidak sesuai dengan harganya. Seperti berikut ini :

“Real picture, harga sesuai dengan barang.”⁸¹

Aab Subastian juga menyampaikan hal yang sama, dirinya berharap agar isi dari *mystery box* tersebut sesuai dengan harga yang dicantumkan, agar ke depannya tidak ada kekecewaan dari

⁸⁰ Diandra Ahmad, Wawancara, 30/05/2021

⁸¹ Umi Jamilatin, Wawancara, 05/07/2021

para konsumen yang membeli *mystery box* tersebut, seperti berikut ini :

“Tolong isinya di sesuaikan dengan budget pembeli. terkadang harga sama isi beda banget selisihnya ketimbang beli barang langsung yang kita mau.”⁸²

Hal yang sama juga disampaikan oleh konsumen bernama @ghozelie yang berharap agar barang yang dijual bukan merupakan barang kosong seperti yang pernah ia dapatkan.

Seperti penuturannya berikut ini :

“Ya kreatif lah, saya tidak mengharapkan yang mahal-mahal. Cuma minimal kreatif sedikit, yang lain zonk tidak apa-apa, yang penting ada yang unik tidak mahal-mahal.”⁸³

Ketika ditanya, apakah kedepannya ingin mencoba membeli *mystery box* lagi? Ia menjawab bahwa tujuannya membeli *mystery box* hanya untuk mengetes kepercayaan seller tersebut.

Seperti yang disampaikan berikut ini :

“Itu saya cuma tes saja, jika barang yang saya dapat unik bukan penyok-penyok kayak gitu, saya akan beli lebih besar untuk konten dan mempromosikan. Saya tidak butuh bayaran apapun pak.”⁸⁴

Puspita Eka juga berharap kepada para seller agar dalam menjual barang yang di bungkus *mystery box* dapat lebih

⁸² Aab Subastian, Wawancara, 16/07/2021

⁸³ Ghozeli, Wawancara, 08/06/2021

⁸⁴ *Ibid.*

bertanggungjawab supaya tidak ada konsumen yang dirugikan dikarenakan barang rusak atau kualitasnya tidak bagus, seperti penuturannya berikut ini :

“Harapan saya, semoga kedepannya hal seperti yang alami sebelumnya jangan sampai terulang kembali. Jika sellernya hendak menjual barang ke konsumen, kalau bisa lebih bertanggungjawab lagi, agar konsumen khususnya yang shopping *mystery box* tidak kecewa.”⁸⁵

Nurkamilah Sari juga meluapkan kekecewaannya, dan berharap agar rating bagus seharusnya menjadi cermin barang yang didapat juga bagus, seperti berikut ini :

“Di rating bagus, pada dapet iphone kenapa saya dapetnya yang harga dibawah Rp. 50.000,00”⁸⁶

Sedangkan konsumen bernama @maryamsaidstore berharap agar *mystery box* tersebut lebih kreatif lagi dalam menawarkan isi produknya, agar konsumen semakin tertarik akan *mystery box* tersebut.

Berbeda dengan Naz Izzan yang memiliki harapan untuk para seller bahwa *mystery box* seyogyanya bukan tempat untuk menjual barang yang kurang laku atau barang lama hanya untuk mencari keuntungan, seperti yang disampaikan berikut ini :

“Untuk para penjual *mystery box* jujurilah dengan apa yang dipromokan. Jangan jadikan *mystery box* ajang tempat jual barang lama atau kurang laku untuk memperoleh keuntungan. Karena

⁸⁵ Puspita Eka, Wawancara, 03/07/2021

⁸⁶ Nurkamilah Sari, Wawancara, 06/07/2021

mystery box yang bagus itu minimal isi sesuai dengan harga *mystery box*-nya.”⁸⁷

Senada dengan Naz Izzan, Rijal Mustaqim berharap isi *mystery box* merupakan barang yang bermutu kualitasnya, sehingga pembeli tidak merasa dikecewakan. Berikut penuturannya :

“Kalau bisa barang-barang yang dikirim bagus bermutu, dan untuk sellernya jangan hanya mencari untung saja, diperhatikan juga pembelinya dengan mengirimkan barang yang sesuai harganya.”⁸⁸

Sedangkan Yusuf Alaidi memiliki harapan agar barang yang didapatnya dapat memberikan manfaat dalam kehidupan sehari-hari, seperti berikut ini :

“Harapan saya *mystery box* dapat memberikan barang yang lebih menarik dan berguna serta bermanfaat untuk keseharian dalam kehidupan sosial.”⁸⁹

Lain hal lagi dengan Richa Hernida Putri yang berharap agar *mystery box* memberikan barang yang lebih menarik lagi. Hal yang sama disampaikan oleh Agustianur yang berharap agar isi *mystery box* tersebut merupakan barang yang lebih baik dari ekspektasinya, seperti penuturannya berikut ini :

“Agar isiannya lebih bermanfaat dan lebih besar dari yang diharapkan.”⁹⁰

⁸⁷ Naz Izzan, Wawancara, 08/06/2021

⁸⁸ Rijal Mustaqim, Wawancara, 14/07/2021

⁸⁹ Yusuf Alaidi, Wawancara, 12/07/2021

⁹⁰ Richa Hernida Putri, Wawancara, 06/07/2021

Hal sama juga disampaikan oleh Hadi Nasruddin yang berharap para seller memberikan barang yang di atas harga barang tersebut, agar membuat pembeli semakin tertarik membeli *mystery box*, berikut penuturannya :

“Harapannya bagi seller tetaplah mengirim barang di atas budget yang tertera pada harga yang dicantumkan. bagi pembeli yang uangnya lebih, bisa semakin penasaran untuk membeli kotak rahasia/misteri box.”⁹¹

Sementara itu, Shopia May memiliki harapan agar seller memberikan deskripsi terkait *mystery box* yang dibelinya, tujuannya agar para konsumen semakin yakin akan *mystery box* tersebut. Seperti yang disampaikan berikut ini :

“Semoga kedepannya lebih misterius, dan untuk seller tidak ada salahnya jika dicantumkan kriteria barang agar customer juga lebih yakin dan percaya karena kadang ada seller yang tidak jujur dan barang tidak dikirim.”⁹²

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan melalui diagram berikut ini :

⁹¹ Hadi Nasruddin, Wawancara, 16/07/2021

⁹² Shopia May, Wawancara, 06/07/2021

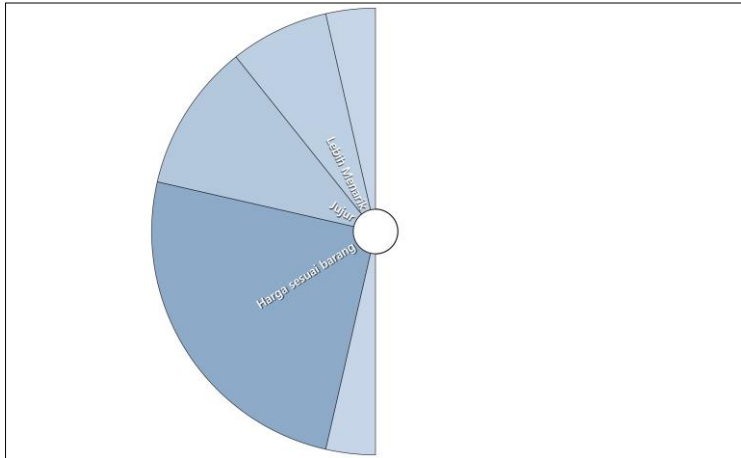


Diagram 4.9. Harapan konsumen

Maka, dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas konsumen berharap bahwa produk *mystery box* yang dijual dapat disesuaikan dengan harga barang, sehingga konsumen tidak kecewa pasca membeli *mystery box*. Sebagian yang lain berharap untuk para *seller* (penjual) untuk lebih jujur dalam menjual barang dengan sistem *mystery box* ini. Sedangkan sebagian kecil yang lain mengatakan untuk memberikan produk pada *mystery box* ini adalah barang yang bermanfaat, agar bisa digunakan oleh pembeli yang terlanjur membeli *mystery box*.

I. Tinjauan Islam terhadap Pendapat Konsumen tentang *Mystery Box*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, sebagian besar konsumen mengatakan bahwa *mystery box* merupakan barang yang dijual pada harga yang telah

ditentukan pada aplikasi *online* yang isinya dirahasiakan oleh penjual dan pembeli tidak mengetahui sampai mereka membeli dan menerima *mystery box* tersebut, dengan kata lain pembeli akan dibuat penasaran oleh penjual hingga tertarik membeli barang tersebut.⁹³ Bahkan konsumen bernama Rijal Mustaqim mendefinisikan bahwa *mystery box* merupakan sebuah undian dimana pembeli akan mendapatkan hadiah dari apa yang dibelinya.⁹⁴

Seperti yang disampaikan oleh *maryamsaidstore* yang mengatakan tampilan dan harga yang membuat banyak orang ingin membelinya, berikut penuturannya :

“Setahu saya *mystery box* itu produk di marketplace dan pembeli tidak tahu isinya. Harga yang tertera biasanya murah apalagi foto produk yang ditampilkan juga bagus-bagus, jadi orang banyak yang membelinya.”

Dalam Islam, jual beli merupakan menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.⁹⁵ Namun ada hal yang harus diperhatikan adalah bagaimana mencari barang yang baik dan halal dengan jalan yang halal pula. Bersih dari segala sifat yang dapat

⁹³ Hasil wawancara dengan para konsumen *mystery box*

⁹⁴ Rijal Mustaqim, Wawancara, 14/07/2021

⁹⁵ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Press), 2011),

merusak jual beli, seperti penipuan, perampasan, riba, dan sebagainya.⁹⁶

Transaksi jual beli yang dilakukan tanpa mengetahui dengan jelas barang apa yang dibeli merupakan cara menempuh jalan yang tidak halal, meskipun pada aspek *antaradhin* (tercapainya kesepakatan antara dua pihak) terpenuhi. Syariat Islam pun melarang melakukan transaksi atau memberikan syarat dalam akad yang terdapat unsur *gharar* di dalamnya, sebagaimana dalam al-Qur'an surah al-An'am: 152 terdapat larangan bahwa segala bentuk transaksi dilarang terdapat unsur *gharar*, diantaranya:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا تُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصَّكُم بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ۝ (١٥٢)

“... dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu Berlaku adil, Kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.”

⁹⁶ Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2004), 18.

Rasulullah Saw. juga menyampaikan bahwa dalam jual beli melarang adanya unsur ketidakjelasan, sebagaimana hadits berikut ini :

نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن بيع الغرر

“Rasulullah Saw melarang jual beli yang mengandung gharar”

Rasulullah mensyaratkan barang-barang yang dijual dengan akad salam harus memenuhi sebagai berikut :

- a. Barang yang dipesan merupakan barang dapat diketahui dari sifat atau kriterianya yang membedakannya dari yang lain. Misalnya jenis pakaian, jenis wol, katun, dan sutra tertentu.
- b. Pembeli menyebutkan sifat atau kriteria barang meliputi jenis, macam, dan kualitas.
- c. Diketahui ukurannya baik melalui takaran, timbangan, hitungan, atau biji. Sesuai dengan hadis Nabi saw. yang diriwayatkan Bukhari dan Muslim yang memerintahkan agar orang yang melakukan akad salam hendaklah dengan ukuran yang jelas, timbangan yang jelas, dan batas waktu yang jelas.
- d. Barang diserahkan kemudian (waktu tunda). Bila barang diserahkan pada waktu akad, akad salam tidak sah karena tidaklah dinamakan salam bila barang diserahkan pada waktu akad. Demikianlah pendapat ulama Hanafiyah,

Malikiyah dan Hanabilah. Namun, Ulama Syafi'iyah membolehkan penyerahan barang pada waktu akad.

- e. Jelas batas waktu dan tempat penyerahan barang.
- f. Jenis barang dari segi sifat dan kriterianya merupakan barang yang ada di pasaran.
- g. Akad bersifat tetap, tidak ada khiyar syarat bagi kedua belah pihak atau salah seorang dari keduanya.
- h. Barang yang dipesan merupakan utang dan menjadi tanggungan penjual.
- i. Tidak menimbulkan *riba fadhal*.⁹⁷

Maka, apabila penjual menawarkan barang dengan kuantitas dan kualitas yang tidak jelas, bisa dipastikan transaksi tersebut mengandung unsur *gharar* yang harus dihindari.

Dijelaskan juga yang sekaligus menguatkan pernyataan di atas tertuang dalam peraturan Bank Indonesia No. 7/46/PBI/2005 Pasal 2 ayat 3 tentang penghimpunan dan penyaluran dana bagi bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah menjelaskan bahwa *gharar* merupakan transaksi yang mengandung tipuan dari salah satu pihak sehingga pihak yang lain dirugikan.⁹⁸ Sehingga bisa dipastikan praktek jual beli *mystery box* memiliki ketidakpastian

⁹⁷ Wahbah az-Zuhailly, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz 4 (Lebanon: Dar al-Fikr, 1984), 604-613.

⁹⁸ Trisadini P. Usanti, Abdul Shomad, Ari Kurniawan, *Absorpsi Hukum Islam pada Akad Pembiayaan di Bank Syariah*, (Surabaya: Lutfansah Mediatama, 2013), 10.

terhadap barang yang menjadi objek transaksi baik kualitas, kuantitas, harga maupun waktu penyerahan barang sehingga pihak kedua dirugikan.⁹⁹

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diambil kesimpulan berdasarkan tinjauan dalam al-Qur'an dan hadits di atas, serta diperkuat dengan diterbitkannya peraturan Bank Indonesia, maka dipastikan bahwa produk atau barang khususnya *mystery box* merupakan suatu model barang yang seharusnya tidak boleh diperjualbelikan dalam Islam.

J. Tinjauan Islam terhadap Motif Transaksi Konsumsi *Mystery Box*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, mayoritas konsumen mengatakan bahwa pembelian *mystery box* berangkat dari rasa penasaran yang muncul akibat tergiur dengan iming-iming harga barang murah dan tampilan barang yang menarik, dengan harapan mendapatkan barang yang diinginkan dengan harga yang terjangkau atau murah.¹⁰⁰ Seperti disampaikan oleh konsumen bernama Hadi Nasruddin berikut ini :

“Penasaran, kira-kira isinya apa. Soalnya harganya murah dan foto produk yang tampil

⁹⁹ Adiwarman A. Karim dan Oni Sahroni, *Riba, Grarar dan Kaidah-kaidah Ekonomi Syariah: Analisis Fikih dan Ekonomi*, (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2019), 77.

¹⁰⁰ Hasil wawancara dengan para konsumen *mystery box*

itu kan bagus-bagus, seperti HP, siapa tahu dapat itu dengan harga murah.”¹⁰¹

Dalam Islam, kebutuhan manusia memiliki tingkatan-tingkatan yang berbeda yang sekaligus memiliki konsekuensi pula dalam penentuan prioritas pemenuhannya. Menurut Mannan, klasifikasi (hirarki) kebutuhan dibagi menjadi tiga, yaitu; (1) Kebutuhan primer/dasar yang segera harus dipenuhi. Jika kebutuhan ini diabaikan, maka akan membahayakan eksistensi manusia dalam menjalankan kehidupannya. Kebutuhan ini meliputi kebutuhan makan, minum, pakaian dan tempat tinggal baik bersifat sementara maupun permanen (*al-Hajjah al-Darūīyah*); (2) Kebutuhan sekunder yang bertujuan meningkatkan efektifitas. Namun jika kebutuhan ini tidak terpenuhi juga tidak akan mengganggu eksistensi manusia dalam kehidupannya. Artinya tingkat pemenuhannya tidak bersifat segera. (*al-hajjah al-Hajīyah*); dan (3) Kebutuhan tersier yang merupakan kebutuhan yang tidak mempengaruhi efisiensi dan efektifitas. Yang dikategorikan dalam kebutuhan ini misalnya rumah yang mewah, kendaraan yang mewah ataupun pakaian yang mewah. (*al-Hajjah al-Tahsinīyah*).¹⁰²

Menurut peneliti, aktifitas pembelian *mystery box* ini tidak hanya lebih dari sekedar masuk dalam kelompok

¹⁰¹ Hadi Nasruddin, Wawancara, 16/07/2021

¹⁰² Ely Masykuroh, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Pada Teori Ekonomi Mikro Islami* (Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2008), 143.

kebutuhan tersier (*al-Hajjah al-Tahsinīyah*) yang tidak memiliki efisiensi dan efektifitas.

Islam tidak melarang umatnya untuk melakukan aktifitas konsumsi dan belanja. Karena belanja dan konsumsi merupakan tindakan yang mendorong masyarakat memproduksi hingga terpenuhi segala kebutuhan hidupnya.¹⁰³ Al-Qur'an menegaskan dalam surah al-Baqarah: 3, diantaranya:

الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِالْغَيْبِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ
يُنْفِقُونَ

(yaitu) mereka yang beriman¹⁰⁴ kepada yang ghaib¹⁰⁵, yang mendirikan shalat, dan menafkahkan sebahagian rezeki¹⁰⁶ yang Kami anugerahkan kepada mereka.

Menurut para pengamat, redaksi infak ini bertendensi seluruh bentuk infak, baik itu wajib ataupun sunat, untuk dirinya

¹⁰³ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Cet. Ke-1 (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 122.

¹⁰⁴ Iman ialah kepercayaan yang teguh yang disertai dengan ketundukan dan penyerahan jiwa. tanda-tanda adanya iman ialah mengerjakan apa yang dikehendaki oleh iman itu.

¹⁰⁵ Yang ghaib ialah yang tak dapat ditangkap oleh pancaindera. percaya kepada yang ghaib yaitu, mengi'tikadkan adanya sesuatu yang maujud yang tidak dapat ditangkap oleh pancaindera, karena ada dalil yang menunjukkan kepada adanya, seperti: adanya Allah, malaikat-malaikat, hari akhirat dan sebagainya.

¹⁰⁶ Rezeki: segala yang dapat diambil manfaatnya. menafkahkan sebagian rezeki, ialah memberikan sebagian dari harta yang telah dianugerahkan oleh Tuhan kepada orang-orang yang disyari'atkan oleh agama memberinya, seperti orang-orang fakir, orang-orang miskin, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan lain-lain.

sendiri ataupun untuk keluarga, untuk masyarakat ataupun fii sabilillah (jalan Allah).¹⁰⁷

Islam membolehkan umatnya menikmati kebaikan dunia dengan memperhatikan prinsip “menggencangkan ikat pinggang” dan mengutamakan kesederhanaan, tidak melewati batas-batas kewajaran.¹⁰⁸ Dalam al-Qur’an surah al-Maidah: 87 Allah Swt memerintahkan kepada kita, diantaranya:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”

Sebagaimana Islam melarang bermewah-mewahan, ia juga memerangi sikap boros dan mubazir.¹⁰⁹ Telah banyak ayat al-Qur’an yang membahas dan menyinggung akan hal ini.¹¹⁰ Al-Qur’an melarang kita membelanjakan harta dan menikmati kehidupan ini dengan boros. Lebih dari itu, Allah sendiri tidak

¹⁰⁷ Yusuf, *Norma dan Etika*, 123.

¹⁰⁸ Ibid, 133.

¹⁰⁹ Mubazir berarti menghambur-hamburkan uang tanpa ada kemaslahatan atau tanpa mendapatkan ganjaran pahala. Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Cet. Ke-1 (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 139.

¹¹⁰ Ibid, 138.

menyukai para pemboros.¹¹¹ Sikap boros yang berbahaya adalah merusak harta, meremehkannya, atau kurang merawatnya sehingga rusak atau binasa. Perbuatan semacam inilah yang termasuk kriteria menghambur-hamburkan uang yang dilarang oleh Nabi Muhammad Saw.¹¹² Padahal Allah Swt memberikan harta sebagai sarana untuk menegakkan keselamatan hamba-Nya. Sikap mubazir akan menghilangkan kemaslahatan harta, baik kemaslahatan pribadi ataupun kemaslahatan orang lain. Lain halnya jika harta atau uang itu dinafkahkan untuk kebaikan dan untuk memperoleh pahala, dengan tidak mengabaikan tanggungan yang lebih penting.¹¹³

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa diperbolehkannya dalam Islam melakukan aktifitas konsumsi bertujuan agar manusia menjadi produktif dalam melaksanakan kewajibannya perihal urusan dunia maupun urusan beribadah (akhirat), namun yang perlu menjadi catatan adalah aktifitas tersebut tetaplah harus berpegang pada prinsip “mengencangkan ikat pinggang”. Dalam hal ini, manusia dianjurkan untuk menjauhi sifat-sifat yang melalaikan dan membahayakan diri sendiri serta orang lain seperti bermewah-mewahan, boros, dan mubazir. Bermewah-mewahan secara tidak langsung berarti mengajarkan kepada diri setiap manusia untuk

¹¹¹ *Ibid*, 139.

¹¹² *Ibid*, 141.

¹¹³ *Ibid*.

mengenyampingkan unsur sosial yang ada pada diri manusia, menganggap bahwa di dalam harta yang dimilikinya saat itu tidak ada hak untuk orang lain dan kewajiban untuk diberikan kepada orang yang membutuhkan. Membeli suatu barang hanya karena berangkat dari rasa penasaran mendidik manusia untuk bersikap boros, sedangkan sifat boros merupakan hal yang membahayakan karena dapat merusak harta, mendidik untuk meremehkan sesuatu, kurang dalam hal merawat sesuatu, bahkan dapat menjadikan abai terhadap harta yang masih dapat memberikan manfaat. Sementara tabdzir secara tidak langsung akan menjadikan harta tersebut kehilangan kemashlahatan baik untuk dirinya sendiri maupun orang lain, namun sebaliknya jika harta tersebut digunakan untuk kebaikan seperti sedekah maupun infaq.

Berbeda dengan konsumen bernama Naz Izzan, ia pun memiliki pendapatnya sendiri perihal motifnya membeli *mystery box*. Menurutnya, ini dilakukannya hanya untuk mengisi kekosongan semata, seperti yang disampaikan berikut ini:

“Kalau saya lebih ke gabut (tidak ada kegiatan). Ada uang nganggur, ya iseng-iseng menghibur diri sendiri. Yaa seperti buka kado kita tidak tahu isinya seperti apa. Orang kan suka kejutan *sureprice*.”¹¹⁴

Menurut Swastha dan Handoko, perilaku konsumen merupakan perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam

¹¹⁴ Naz Izzan, Wawancara, 08/06/2021

mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.¹¹⁵

Perilaku konsumen ini memiliki faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, salah satunya yakni faktor pribadi. Faktor ini memiliki lima aspek salah satunya dilihat dari keadaan ekonomi, menurut Nugroho J. Setiadi keadaan ekonomi ini bisa dilihat dari pendapatan yang dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk presentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan tabungan.¹¹⁶

Menurut Yusuf Qardhawi, pembelanjaan harta dalam Islam dilakukan atas dua sasaran, yakni *fi sabīlillah*; diri dan keluarga.¹¹⁷ *Fi sabīlillah* memiliki beberapa maksud, diantaranya:

- a. Ajakan untuk menafkahkan harta di jalan Allah dengan bentuk perintah dan larangan, seperti dalam al-Qur'an surah al-Baqarah: 195, berikut ini:

¹¹⁵ Lydua Goenadhi, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Kota Banjarmasin, STIEI Banjarmasin: *Jurnal Manajemen dan Akuntansi Online*, Vol. 12, No. 2 (Oktober 2011), 157. <http://journal.stiei-kayutangi-bjm.ac.id/index.php/jma/article/view/44>

¹¹⁶ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media, 2019), 10-11.

¹¹⁷ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2016), 123.

... وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ
الْمُحْسِنِينَ (١٩٥)

*"... Dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik."*¹¹⁸

- b. Ajakan dalam bentuk ingkar dan anjuran, Allah berfirman dalam al-Qur'an surah al-Hadid: 10, berikut ini:

وَمَا لَكُمْ أَلَّا تُنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلِلَّهِ مِيرَاثُ السَّمٰوٰتِ وَالْأَرْضِ
... (١٠)

*"Dan mengapa kamu tidak menafkahkan sebagian hartamu pada jalan Allah, padahal Allahlah yang mempunyai (mempunyai) langit dan bumi..."*¹¹⁹

- c. Ajakan dalam bentuk ganjaran mulia, Allah berfirman dalam al-Qur'an surah al-Baqarah: 261, berikut ini:

مَثَلُ الَّذِيْنَ يُنْفِقُوْنَ اَمْوَالِهِمْ فِيْ سَبِيْلِ اللّٰهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ اَنْبَتَتْ سَبْعَ
سَنَابِلٍ فِيْ كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِّائَةٌ حَبَّةٌ وَاللّٰهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللّٰهُ
وَسِعَ عَلِيْمٌ (٢٦١)

"Perumpamaan nafkah yang dikeluarkan oleh orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah

¹¹⁸ QS al-Baqarah: 195.

¹¹⁹ QS al-Hadid: 10.

melipatgandakan ganjaran bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas karunia-Nya lagi Maha Mengetahui.”¹²⁰

- d. Ajakan dalam bentuk ancaman keras,¹²¹ Allah berfirman dalam al-Qur’an surah at-Taubah: 34-35, berikut ini:

﴿... وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ (٣٤) يَوْمَ يُحْمَىٰ عَلَيْهَا فِي نَارِ جَهَنَّمَ فُتُكْوَىٰ بِهَا جِبَاهُهُمْ وَجُنُوبُهُمْ وظُهُورُهُمْ هَذَا مَا كَنْزْتُمْ لِأَنفُسِكُمْ فَذُوقُوا مَا كُنْتُمْ تَكْنِزُونَ (٣٥)﴾

“Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahkannya pada jalan Allah, maka beritahukanlah pada mereka, bahwa mereka akan mendapat siksa yang pedih. Pada hari dipanaskan emas dan perak itu dalam neraka jahannam, lalu dibakar dengannya dahi mereka, lambung dan punggung mereka lalu dikatakan kepada mereka, Inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, maka rasakanlah sekarang akibat dari apa yang kamu simpan itu.”¹²²

Sasaran kedua yakni nafkah untuk dirinya sendiri dan keluarga yang ditanggungnya. Seorang muslim tidak diperbolehkan mengharamkan harta halal yang baik untuk diri dan keluarganya, padahal ia mampu mendapatkannya apakah

¹²⁰ QS al-Baqarah: 261.

¹²¹ Yusuf, *Norma dan Etika*, 124.

¹²² QS. At-Taubah: 34-35.

terdorong oleh sikap zuhud dan hidup serba kekurangan atau karena pelit dan bakhil.¹²³ Al-Qur'an juga tidak membenarkan kesengsaraan yang disengaja dijalani oleh seseorang dengan alasan untuk beribadah atau untuk menghemat uang. Nabi pun melarang orang yang menjalani kesengsaraan dengan dalih seperti itu dan beliau memandangnya sebagai faktor yang membinasakan kehidupan manusia.¹²⁴ Ath-Thabari berkata, "Nafkah dimulai dari keluarga, termasuk di dalamnya untuk pribadi sendiri. Memberi nafkah untuk pribadi termasuk kewajiban yang lebih besar dibandingkan dengan menafkahkan untuk keluarga. Tidak seharusnya seseorang menghidupkan orang lain dengan cara merusak diri sendiri."¹²⁵

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pembelanjaan harta atas dasar mencari hiburan untuk mengisi waktu luang atau kosong merupakan tindakan yang kurang benar, di sisi lain pembelanjaan tersebut bukanlah dalam rangka memenuhi kebutuhan, terlebih harta yang dibelanjakan digunakan untuk mendapatkan barang yang mengandung unsur ketidakpastian (*gharar*). Pembelanjaan tersebut selain mendatangkan keburukan dan kemadharatan seperti penjelasan mengenai sasaran dalam membelanjakan harta dalam *Fī sabīlillah*, juga berpotensi mendatangkan candu

¹²³ Yusuf, *Norma dan Etika*, 126.

¹²⁴ *Ibid*, 127.

¹²⁵ *Ibid*, 129.

akan perilaku membelanjakan harta yang tidak mendatangkan manfaat terhadap diri sendiri. Di sisi lain, pembelanjaan harta yang dimaksud oleh Yusuf Qardhawi merupakan bentuk pemenuhan kebutuhan untuk diri sendiri dan keluarga, bukan sebagai jalan pelampiasan atas kepemilikan harta yang berlebih. Hal inilah yang tidak boleh disalah tafsirkan oleh masyarakat banyak, menganggap bahwa nafkah pribadi berarti kebebasan tanpa aturan dan hukum yang pada akhirnya malah terjerumus dalam kebinasaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa setiap perbuatan haruslah memperhatikan urgensi dan kemanfaatan, tak terkecuali dalam aktifitas konsumsi atau pembelanjaan harta. Hal ini bertujuan agar nantinya setiap perbuatan yang dilakukan melahirkan keberkahan dan kemanfaatan (*maṣlahah*) yang bisa dirasakan oleh diri sendiri, keluarga, bahkan orang lain.

BAB V

DAMPAK PEMBELIAN *MYSTERY BOX* TERHADAP KONSUMEN

Sebuah transaksi jual beli dilakukan dengan mengedepankan pengetahuan yang cukup, langkah ini harus dilakukan dengan tujuan untuk menghindari kerugian salah satu pihak. Hal ini dikarenakan jual beli harus memenuhi rukun dan syarat yang ditetapkan oleh Islam. Bisnis/perdagangan atau sejenisnya merupakan aktivitas yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya termasuk keuntungan atau profit yang diperolehnya, namun pembatasan terletak pada cara perolehan dan pendayagunaan hartanya yaitu dengan adanya aturan halal dan haram.

Aturan halal dan haram ini dimaksudkan agar praktik jual beli harus dilakukan dengan sejujur-jujurnya. Bersih dari segala hal yang mampu merusak perdagangan seperti pencurian, penipuan, riba, perampasan, dan lain sebagainya.¹ Kejujuran hanya mampu diwujudkan ketika para pihak mengedepankan etika jual beli yang baik, di antaranya 1) kejujuran: mengatakan dan berbuat baik serta benar, menjunjung tinggi kebenaran; 2) ketepatan dalam hal janji

¹ Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2004), 18.

termasuk waktu, tempat, dan syarat; 3) loyalitas; 4) disiplin, tanpa paksaan dari siapa pun.²

A. Dampak Keputusan Konsumen dalam Pembelian *Mystery Box*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, sebagian konsumen mengatakan bahwa pembelian *mystery box* berdampak pada pendapatan yang dikeluarkan. Agustianur mengatakan bahwa produk murah akan membuat banyak orang tertarik untuk membelinya, seperti berikut ini :

“Hanya beberapa kali, karena untuk mengupas kerahasiaan dan rasa keingintahuan. Namun sangat mempengaruhi (pendapatan), karena dengan harga sekian murah akan membuat para pembeli ingin membeli banyak barang sekaligus.”³

Secara psikologis, sebagian konsumen mengaku kecewa terhadap barang yang diterimanya karena tidak sesuai dengan ekspektasi ataupun keinginan mereka sebelum memutuskan membeli *mystery box*. Pendapat ini disampaikan oleh @ghozelie yang mengaku kecewa karena barang yang didapatnya dan menganggap penjual tidak memiliki itikad baik

² Kristianto Dwi Estijayandono, Etika Bisnis Jual Beli Online dalam Perspektif Islam, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Online*, Vol. 3, Np. 1 (Januari-Juni 2019): 56, diakses pada 22 September 2021, <https://36.89.54.123/index.php/jhes/article/view/2125/1697>

³ Agustianur, Wawancara, 05/07/2021

dalam melakukan transaksi jual beli atau perdagangan, seperti berikut ini :

“Pengalaman, maaf saya kurang pengalaman pak. Soalnya saya Cuma beli sekali saja, itu pun saya jadi males karena barang yang dikirim parah, lebih dari separuh mereka ambil keuntungan.”⁴

Namun mereka menyadari ketika membeli barang yang belum tahu isinya, pastinya akan memberikan dampak psikologis yaitu berupa kesenangan ataupun rasa kecewa yang timbul akibat perilaku tersebut. Seperti yang disampaikan oleh @maryamsaidstore berikut ini:

“Agak sedikit kecewa, namun maklum karena namanya juga *mystery box*.”⁵

Hal yang sama disampaikan oleh Rijal Mustaqim yang mengaku bahwa jika mendapat barang yang bagus mereka akan senang. Namun sebaliknya jika mendapat barang yang tidak sesuai ia akan sedih, seperti berikut ini:

“Kurang pas ketika mendapatkan barang yang tidak sesuai, namun juga senang ketika mendapatkan barang yang bagus.”⁶

⁴ Ghozeli, Wawancara, 08/06/2021

⁵ Maryam Said, Wawancara, 11/06/2021

⁶ Rijal Mustaqim, Wawancara, 14/07/2021

B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Dampak Pembelian *Mystery Box* bagi Konsumen

Pengeluaran pastinya mempengaruhi dan mengurangi pendapatan entah dari jumlahnya ataupun dari aspek lainnya. Namun, seyogyanya alokasi pendapatan digunakan untuk kebutuhan sesuai dengan anjuran Islam. Yusuf Qardhawi dalam bukunya mengatakan bahwa harta merupakan ujian bagi hamba-Nya yang berwujud kenikmatan dari Allah, apakah dengan harta tersebut manusia mampu bersyukur atau malah menjadi kufur.⁷ Allah menyebutkan dalam al-Qur'an bahwasannya harta sebagai fitnah atau ujian sebagaimana emas diuji dengan dibakar.

وَأَعْلَمُوا أَنَّمَا أَمْوَالُكُمْ وَأَوْلَادُكُمْ فِتْنَةٌ وَأَنَّ اللَّهَ عِنْدَهُ أَجْرٌ عَظِيمٌ (٢٨)

“Dan ketahuilah bahwasannya hartamu dan anak-anakmu itu hanyalah sebagai ujian (cobaan). Dan sesungguhnya di sisi Allah ada pahala yang besar”

Merujuk pada ayat al-Qur'an di atas, bahwasannya pendapatan seharusnya digunakan untuk kebutuhan-kebutuhan yang memberikan manfaat dan *maslahah* kepada diri sendiri dan orang lain. Pembelian *mystery box* tidak hanya lebih dari sebatas melampiaskan keinginan semata tanpa mempertimbangkan urgensi yang akan didapatkan.

⁷ Yusuf, *Norma dan Etika*, 62.

⁸ QS. Al-Anfal: 28.

Islam sangat melarang setiap orang untuk melakukan perilaku *Isrāf* yaitu bertindak melampaui batas hemat dan keseimbangan dalam berkonsumsi. Selain itu Islam juga sangat melarang perilaku *Tabdhīr* yang melakukan konsumsi secara berlebihan dan tidak proposional. Allah menyebutkan bahwa tidak menyukai orang yang melakukan tindakan berlebihan, sebagaimana dalam al-Qur'an dijelaskan sebagai berikut:

﴿... وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾

*Allah Swt berfirman, "...makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan."*⁹

Pelarangan tersebut dikarenakan memberi dampak distorsi dalam distribusi harta yang semestinya tetap terjaga demi menjaga kemaslahatan hajat hidup diri sendiri maupun orang lain.¹⁰ Perilaku konsumsi ini juga dianggap sebagai tindakan tidak cerdas di mana ia melakukan perbuatan yang bertentangan dengan syariah dan senantiasa menuruti hawa nafsunya.¹¹ Sedangkan seorang muslim yang melakukan kegiatan konsumsi dimaksudkan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan jasmani tetapi juga kebutuhan rohani. Dalam artian bahwa kegiatan konsumsi tersebut juga sekaligus

⁹ QS. al-A'raf: 31.

¹⁰ Said, *Ekonomi Islam*, 77-78.

¹¹ *Ibid*, 78.

sebagai bagian dari ibadah sehingga semuanya selalu dalam aturan yang telah digariskan dalam Islam.

Aktivitas membeli barang yang belum diketahui ini merupakan bentuk penyimpangan perilaku konsumsi yang dilakukan oleh konsumen yang berujung dengan kekecewaan, perilaku ini juga didasarkan pada gaya hidup kurang sehat yang mencerminkan apa yang sebenarnya ada di dalam alam pikir konsumen yang cenderung berbaur dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis konsumen.¹² Gaya hidup ini berangkat dari faktor pribadi konsumen yang diekspresikan dalam bentuk kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Keseluruhannya menggambarkan bagaimana konsumen tersebut berinteraksi dengan lingkungan yang sekaligus mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.¹³ Penyimpangan ini juga berangkat dari salah satu faktor psikologis konsumen berupa motivasi, menurut Freud bahwa seseorang akan menekan berbagai keinginan seiring dengan proses pertumbuhannya dan proses penerimaan aturan sosial. Keinginan ini tidak pernah berhasil dihilangkan atau dikendalikan secara sempurna, dan biasanya muncul kembali dalam bentuk mimpi, salah bicara, dan perilaku manusia.¹⁴

¹² Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media, 2019), 75

¹³ *Ibid*, 10.

¹⁴ *Ibid*.

Penyimpangan perilaku konsumen seperti yang dilakukan oleh @ghozelie jelas menyalahi dasar konsumsi dalam Islam yang melarang untuk melakukan kegiatan konsumsi untuk hal-hal yang tidak penting, sesuai firman Allah dalam surah al-Baqarah: 168, berikut ini:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا
 خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”¹⁵

Penyimpangan tersebut juga menyalahi prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam yang dicanangkan oleh ekonom muslim Muhammad Abdul Mannan, di antaranya:

1. Prinsip keadilan, mengandung pengertian bahwa dalam berkonsumsi tidak boleh menimbulkan kedzaliman baik bagi individu yang bersangkutan maupun bagi orang lain. Dalam soal makanan dan minuman, yang terlarang adalah darah, daging binatang yang telah mati sendiri, daging babi, daging binatang, daging binatang yang ketika disembelih diserukan nama selain nama Allah dengan maksud dipersembahkan sebagai kurban untuk memuja

¹⁵ QS. al-Baqarah:168.

berhala atau tuhan-tuhan lain, dan persembahkan bagi orang-orang yang dianggap suci atau siapa pun selain Allah.¹⁶

2. Prinsip kebersihan, mengandung makna yang sempit dan luas. Makna yang sempit berarti barang dikonsumsi harus bersih dan sehat (bebas dari penyakit) yang bisa diindera secara konkrit. Makna yang luas berarti harus bersih dari larangan syariat.
3. Prinsip kesederhanaan, mengandung maksud sesuai dengan kebutuhan dan tidak berlebih-lebihan karena hal ini merupakan pangkal dari kerusakan dan kehancuran baik bagi individu maupun masyarakat. Seperti firman Allah dalam Al-Qur'an surat al-A'raf : 31

.... وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ

الْمُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾

*“Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”*¹⁷

4. Prinsip kemurahan hati, mengandung maksud tindakan konsumsi seseorang harus bersifat ikhlas dan bukan

¹⁶ *Ibid.*, 45.

¹⁷ QS. al-A'raf: 31.

dipaksakan serta mempertimbangkan aspek sosial seperti pemberian sedekah.

5. Aspek moralitas, mengandung arti bahwa perilaku konsumen muslim harus tetap tunduk pada norma-norma yang berlaku dalam Islam yang tercermin baik sebelum, sewaktu dan sesudah konsumsi.

Dengan demikian, ia akan merasa kehadiran Ilāhī pada waktu memenuhi keinginan-keinginan fisiknya. Hal ini penting artinya karena Islam menghendaki perpaduan nilai-nilai kebahagiaan hidup material dan spiritual.¹⁸

Aktifitas konsumsi yang dilakukan oleh para konsumen seperti yang disampaikan di atas tidak dapat dikategorikan dalam klasifikasi pemenuhan kebutuhan tersier (*Al-hajjah al-Tahsinīyah*) yang bersifat kemewahan (*amelioratories needs*). Hal tersebut dikarenakan bahwa aktifitas ini tidak selalu menimbulkan kepuasan bagi penggunanya, bahkan diantaranya berujung dengan kekecewaan. Sementara *Al-hajjah al-Tahsinīyah* dikategorikan dalam kebutuhan seperti rumah yang mewah, kendaraan yang mewah ataupun pakaian yang mewah.¹⁹

Perilaku konsumsi ini juga menyalahi konsep yang dicanangkan oleh Yusuf Qardhawi mengenai sasaran

¹⁸ Muhammad Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Bhakti Wakaf, 1997), 9.

¹⁹ Ely, *Pengantar Teori*, 145.

pembelanjaan harta. Menurutnya, pembelanjaan harta harus dilakukan atas dua sasaran yaitu *fi sabilillah*; diri dan keluarga.²⁰ *Fi sabilillah* di sini dimaksudkan bahwa setiap individu harus memiliki kesadaran bahwa hartanya merupakan bentuk titipan yang wajib dinafkahkan atau digunakan di jalan Allah, serta bagi orang yang mengerjakannya akan mendapatkan ganjaran yang mulia, Allah berfirman dalam al-Qur'an surah al-Baqarah: 261, berikut ini:

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضَعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ (٢٦١)

*“Perumpamaan nafkah yang dikeluarkan oleh orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipatgandakan ganjaran bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas karunia-Nya lagi Maha Mengetahui.”*²¹

Dan bagi orang yang mengabaikannya akan mendapatkan ancaman keras dariNya, Allah berfirman dalam al-Qur'an surah at-Taubah: 34-35, berikut ini:

²⁰ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2016), 122.

²¹ QS al-Baqarah: 261.

... وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُوهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ (٣٤) يَوْمَ يُحْمَى عَلَيْهَا فِي نَارِ جَهَنَّمَ فَتُكْوَى بِهَا جِبَاهُهُمْ وَجُنُوبُهُمْ وَظُهُورُهُمْ هَذَا مَا كَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ فَذُوقُوا مَا كُنْتُمْ تَكْنِزُونَ (٣٥)

“Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahkannya pada jalan Allah, maka beritahukanlah pada mereka, bahwa mereka akan mendapat siksa yang pedih. Pada hari dipanaskan emas dan perak itu dalam neraka jahannam, lalu dibakar dengannya dahi mereka, lambung dan punggung mereka lalu dikatakan kepada mereka, Inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, maka rasakanlah sekarang akibat dari apa yang kamu simpan itu.”²²

Sementara sasaran wajib yang kedua yaitu diri sendiri dan keluarga, dimaksudkan agar setiap muslim berusaha sekuat tenaga untuk memberikan nafkah terhadap dirinya dan keluarga sebagai bentuk ibadah dan tanggung jawab kepada Allah Swt.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pembelian *mystery box* memberikan dampak buruk bagi sebagian konsumen. Hal ini dibuktikan dengan perilaku

²² QS. At-Taubah: 34-35.

konsumsi menyimpang dengan mengalokasikan pendapatannya untuk aktivitas konsumsi yang kurang memberikan manfaat kepada dirinya, terlebih lagi aktivitas ini dilakukan hanya untuk memenuhi keinginan atau hawa nafsu semata. Secara psikologis, sebagian konsumen merasa kecewa dengan ekspektasi yang dipasang di depan mata mereka sendiri, padahal dengan sadar bahwa membeli sesuatu barang yang belum pasti merupakan hal yang tidak diperbolehkan.



BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian terkait perilaku konsumen dalam pembelian *mystery box* adalah sebagai berikut:

1. Mayoritas konsumen menyatakan bahwa *mystery box* merupakan barang yang diperjualbelikan dan dirahasiakan isinya dengan tujuan untuk memberikan rasa penasaran kepada konsumen hingga timbul ketertarikan untuk membeli untuk memuaskan rasa penasaran tersebut. Berdasarkan tinjauan dalam al-Qur'an dan hadits, serta diperkuat dengan diterbitkannya peraturan Bank Indonesia, maka dapat dipastikan bahwa produk atau barang khususnya *mystery box* merupakan suatu model barang yang seharusnya tidak boleh diperjualbelikan dalam Islam.
2. Mekanisme transaksi jual beli *mystery box* menggunakan akad salam bisa dikatakan tidak sah dikarenakan tidak memenuhi salah satu dari syarat-syarat yang telah ditetapkan, seperti kualitas dari komoditas yang akan dijual dengan akad salam perlu mempunyai spesifikasi yang jelas sehingga menghindarkan para pihak timbul perselisihan. Semua yang dapat dirinci harus disebutkan secara eksplisit. Selain itu, transaksi ini juga menyalahi syarat yang ditentukan oleh Rasulullah Saw. dalam akad salam. Ini

menandakan penjual telah menyalahi salah satu syarat dibolehkannya jual beli salam yaitu diketahui ukurannya baik melalui takaran, timbangan, dan hitungan.

3. Motif konsumen dalam melakukan transaksi atau pembelanjaan harta atas dasar mencari hiburan untuk mengisi waktu luang atau kosong merupakan tindakan yang kurang benar, disini lain aktifitas konsumsi tersebut bukanlah dalam rangka memenuhi kebutuhan, melainkan hanya sekedar melampiaskan keinginan atau hawa nafsu terlebih harta tersebut digunakan untuk mendapatkan barang yang mengandung unsur ketidakpastian (*gharar*). Setiap aktifitas konsumsi hendaknya memperhatikan urgensi dan kemanfaatan. Hal ini bertujuan agar nantinya setiap perbuatan yang dilakukan melahirkan keberkahan dan kemanfaatan (*maṣlahah*) yang bisa dirasakan oleh diri sendiri, keluarga, bahkan orang lain.
4. Pembelian *mystery box* memberikan dampak buruk bagi sebagian konsumen. Hal ini dibuktikan dengan perilaku konsumsi menyimpang dengan mengalokasikan pendapatannya untuk aktifitas konsumsi yang kurang memberikan manfaat kepada dirinya, terlebih lagi aktifitas ini dilakukan hanya untuk memenuhi keinginan atau hawa nafsu semata. Secara psikologis, sebagian konsumen merasa kecewa dengan ekspektasi yang dipasang didepan mata mereka sendiri, padahal dengan sadar bahwa membeli

sesuatu barang yang belum pasti merupakan hal yang tidak diperbolehkan.

B. Saran

Saran yang peneliti sampaikan adalah:

1. Bagi konsumen yang masih melakukan aktifitas pembelian *mystery box* agar seyogyanya dapat lebih mempertimbangkan lagi dari ketidakpastian barang yang diperoleh. Selain itu, akan lebih bijak lagi pendapatan yang digunakan untuk membeli *mystery box* dialihkan untuk zakat, infaq, ataupun sedekah.
2. Bagi penjual atau seller yang masih menjual barang berkonsep *mystery box* agar beralih dengan menjual barang yang bertujuan memberikan manfaat bagi pembeli dan berhenti menjual barang yang berkonsep ketidakpasian (*gharar*).
3. Bagi peneliti selanjutnya, demi menghasilkan penelitian yang lebih baik di masa mendatang, disarankan untuk melakukan penelitian dari prespektif seller, untuk mengetahui bagaimana pendapat mereka tentang *mystery box* yang mereka jual, sekaligus untuk mendalami motif dibalik penjualan dengan ketentuan-ketentuan yang mereka cantumkan di deskripsi mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Karim dan Oni Sahroni, Adiwarmarman. *Riba, Grarar dan Kaidah-kaidah Ekonomi Syariah: Analisis Fikih dan Ekonomi*, Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2019
- A. Saleh, Nabil. *Unlawful Gain and Legitimate Profit in Islamic Law*, Graham & Trotman, London, 1992
- Abdul Mannan, Muhammad. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Bhakti Wakaf, 1997
- Anto, Hendrie. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, Yogyakarta: Ekonisia, 2003
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi 2*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013
- Ash-Shiddieqy, Hasbi. *Pengantar Fiqg Muamalat*, (Cet, ke-3; Jakarta: Bulan Bintang, 1989
- Astika, Riska. *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Bisnis Subscription Box*. Skripsi. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2018
- Nurjannah, Lilik. *“Analisis Terhadap Pemikiran Yusuf Qardawi dan Afzalur Rahman tentang Konsep Konsumsi Dalam Islam”*, Skripsi. Ponorogo: STAIN Ponorogo, 2011
- Atira, Nurul. *Jual Beli Online Yang Aman Dan Syar’i*, Skripsi, Makassar: UIN Alauddin, 2017

- Az-Zuhaily, Wahbah. *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz 4, Lebanon: Dar al-Fikr, 1984
- Budi Santosa, Purbayu. *Larangan Jual beli Gharar: Tela'ah Terhadap Hadis Dari Musnad Ahmad Bin Hanbal*, IAIN Kudus: Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 3 No. 1. Juni 2015, diakses pada 21 September 2021, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1277>,
- Damanuri, Aji. *Metodologi Penelitian Mu'amalah*, Ponorogo: STAIN PO Press, 2010
- Darya Satria, Firdauska. *Hakikat Ekonomi Syariah (Landasan, Pengertian dan Tujuan) Sumber dan Norma Ekonomi Syariah pada Lembaga Keuangan Syariah (Bank, Non-Bank)*, Jurnal UIN Sunan Gunung Djati, 2015, diakses pada 21 September 2021, https://scholar.google.com/scholar?cluster=12284039617959287865&hl=en&as_sdt=0,5
- Djuwaini, Dimyauddin. *Pengantar Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010
- Dwi Estijayandono, Kristianto. *Etika Bisnis Jual Beli Online dalam Perspektif Islam*, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Online, Vol. 3, Np. 1 (Januari-Juni 2019): 56, diakses pada 22 September 2021, <https://36.89.54.123/index.php/jhes/article/view/2125/1697>

- Dyah Juniarti, Anita. *Analisis Motif Konsumen Dilihat dari Status Perkawinan di Wilayah Serang dan Pandeglang*, Jurnal Intent, UBAJA, Vol. 2 No. 1 (2019), Diakses pada 07 Mei 2021
<http://ejournal.lppm-unbaja.ac.id/index.php/intent/article/view/503>
- Edwin Nasution, dkk., Mustafa. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2010
- Eko Indrajit, Richardus. *Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2000
- Fuad Chalil, Zaki. *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam*, Jakarta: Erlangga, 2009
- Goenadhi, Lydua *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Kota Banjarmasin*, STIEI Banjarmasin: Jurnal Manajemen dan Akuntansi Online, Vol. 12, No. 2 (Oktober 2011), Diakses pada 05 Mei 2021
<http://journal.stiei-kayutangi-bjm.ac.id/index.php/jma/article/view/44>
- Hakim, Lukman. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Jakarta: Erlangga, 2012
- Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007
- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009

- Hasan, M. Iqbal. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002
- Hashim Kamali, Muhammad, *Islamic Commercial Law; an Analysis of Futures and Options*, Kuala Lumpur, Ilmiah Publisher, 2002
- Hiqal Fahrurrozi, Muhammad. *Tinjauan Fikih Muamalah Akad Bai' terhadap Praktik Jual Beli Mystery Box di Situs Tokopedia*, UNISBA: Prosiding Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 7, No. 1, Februari, 2021, Diakses pada 26 Maret 2021
http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/hukum_ekonomi_syariah/article/view/26419/pdf
- J. Setiadi, Nugroho. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Prenada Media, 2019
- Jannah, Miftahul. *Transaksi Jual Beli Mystery Box Pada Situs Shopee Ditinjau Dalam Perspektif Ba'I Salam (Studi Kasus di Banda Aceh)*, Skripsi. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2020
- Kalbuadi, Putra. *Jual Beli Online dengan Menggunakan Sistem Dropshipping menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus pada Forum KASKUS)*, Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2015
- Kurnia Sandy, Adi. *Tinjauan Hukum Islam tentang Jual Beli Mystery Box*, Skripsi. Lampung: UIN Raden Intan, 2020
- Kurniawan dan Farida Hodayati, Dwi, *Penyalahgunaan Seksual dengan Korban Anak-anak (Studi Kualitatif Fenomenologi*

Terhadap Pelaku Penyalahgunaan Seksual dengan Korban Anak-anak), Jurnal Empati, Vol. 6(1), 120-127, Januari 2017, accessed Feb 5, 2021,

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/view/15159>Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana, 2012

Kuswarno, Engkus. *Tradisi Fenomenologi pada Penelitian Komunikasi Kualitatif: Sebuah Pengalaman Akademis*, Jurnal Mediator, Vol. 7, No. 1, Juni, 2006, diakses pada 23 Agustus 2021

<https://www.academia.edu/download/56034927/1218-2469-1-PB.pdf>

Masykuroh, Ely. *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Pada Teori Ekonomi Mikro Islami*, Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2008.

Mohammad Ai-Ameen Al-Dhareer, Siddiq. *Gharar and Its Effects On Contemporary Transactions*, IRTI Islamic Development Bank, Jeddah, 1997

Muhammad Ath-Thayyar, Abdullah bin. *Ensiklopedi Muamalah*, Yogyakarta: Maktabah al-Hanif, 2009

Mulyadi, Wireksa. *Tinjauan Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Jual Beli Mystery Box di Online Shop Tokopedia*, Skripsi. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2020

- Nadya Saronika, Theresia. *Tinjauan Fiqih Muamalah terhadap Praktik Jual Beli Mystery Box di Lazada*, Skripsi. Surakarta: IAIN Surakarta, 2020
- Nurohman, Dede. *Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam* Yogyakarta: Teras, 2011
- Nusia Nisrina, Disa. *Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Online dan Relevansinya terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Skripsi. Makassar: UIN Alaudin, 2015
- P. Usanti, Abdul Shomad, Ari Kurniawan, Trisadini. *Absorpsi Hukum Islam pada Akad Pembiayaan di Bank Syariah*, Surabaya: Lutfansah Mediatama, 2013
- Poli, *Tonggak-tonggak Sejarah Pemikiran Ekonomi*, Surabaya: Brillian Internasional, 2010
- Prabu Mangkunegara, Anwar. *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*, Bandung: PT. Refika Aditama, 2005
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2016
- Qomarudin Rokib, Muhamad. *Tinjauan Hukum Islam Dan Perdata Terhadap Jual Beli Sistem Mystery Box di Situs www.Bukalapak.Com.*, Skripsi. Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019
- Rahman, Afzalur *Doktrin Ekonomi Islam Jilid IV*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 2003
- Rasjid, Sulaiman. *Fiqh Islam*, Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2004

- Rodiah Nur, Efa. “*Riba dab Gharar: Suatu Tinjauan Hukum dan Etika dalam Transaksi Bisnis Modern*”, Al-Adalah Journal Online Vol. 12 No. 1 (2015): accessed Feb 5, 2021, <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/view/247/390>
- Rozalinda, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016
- Sa’ad Marthon, Said. *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Ekonomi Global*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2007
- Sabiq, Sayyid. *Fiqh Sunnah*, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006
- Sabiq, Sayyid. *Fiqh Sunnah Jilid 12*, Bandung: Alma’arif, 1987
- Saprida, *Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli*, Jurnal Mizan, Universitas Ibn Khaldun, Bogor, Vol. 4 No. 1, 2016, diakses pada 22 Agustus 2021 <https://www.jurnalfai-uikabogor.org/index.php/mizan/article/view/177>
- Sari, Daina. *Faktor-faktor yang Menyebabkan Terjadinya Jual Beli Gharar Dalam Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Ikan Asin di Pasar Gayabaru 1 Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten Lampung Tengah)*, Skripsi. Lampung: IAIN Metro, 2018
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. Ke-19, Bandung: CV. Alfabeta, 2013
- Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Ekonisia, 2002
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Rajawali Press), 2011

Waffiyyatusholiha, “*Analisis Perilaku Santri Dalam Penggunaan Jasa Laundry Di Tata Usaha Laundry Pondok Pesantren Walisongo Ngabar Ponorogo*”, Skripsi. Ponorogo: STAIN Ponorogo, 2015

Worosetyaningsih, Tri. *Kehidupan Masyarakat Pada Masa Praaksara, Masa Hindu Budha, dan Masa Islam*, Ponorogo: Myria Publisher, Cet. Ke-1, 2019

Yuliadi, Imamudin. *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, (Yogyakarta: Lembaga Pengkajian dan Pengamalan Islam (LPPI), 2001

Yosi Sari, Komisa. *Faktor-faktor Terjadinya Jual Beli Gharar (Studi Kasus Petani Kencur di Desa Lubuk Balam Kabupaten Bengkulu Utara)*, Skripsi. Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2021

Internet/Website:

Anggun P. Situmorang, “Luar Biasa, Transaksi E-Commerce Naik 5 Kali Lipat Selama Pandemi”, *Liputan6.com*, 2020, diakses 02 Februari 2021.

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4312280/luar-biasa-transaksi-e-commerce-naik-5-kali-lipat-selama-pandemi>

Ika Puspita Karyati, “E-Commerce untuk UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia”, BPPK Kemenkeu, 2019, diakses 02 Februari 2021.

<https://bppk.kemenkeu.go.id/content/berita/pusdiklat-keuangan-umum-ecommerce-untuk-umkm-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2019-11-05-ebe6e220/>

Oky Sugianto, *Penelitian Kualitatif, Manfaat, dan Alasan Penggunaan*, diakses pada Senin, 22 Februari 2021, 11:31 wib,

<https://binus.ac.id/bandung/2020/04/penelitian-kualitatif-manfaat-dan-alasan-penggunaan/>

Safir Makki, "Trend dan Peluang Industri E-Commerce di Indonesia 2020", CNN Indonesia, 2020, diakses 02 Februari 2021.

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200205204206-206-472064/tren-dan-peluang-industri-e-commerce-di-indonesia-2020>

Wikipedia, *Artikel terkait perusahaan E-Commerce Shopee*, <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee/>

Wikipedia, *Artikel terkait perusahaan E-Commerce Tokopedia*, <https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>

Wikipedia, *Artikel terkait perusahaan E-Commerce Bukalapak*, <https://id.wikipedia.org/wiki/Bukalapak>