

## **PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP KOTAK MISTERI (*MYSTERY BOX*)**

<sup>1</sup>Muhammad Rifqi Eka Nurfitriah, <sup>2</sup>Asram A.T Jadda, <sup>3</sup>Wahyu Rasyid,  
<sup>4</sup>Hartono Hamzah, <sup>5</sup>Nurhaedah Hasan

<sup>12345</sup>Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Parepare

**Email:** <sup>1</sup>[mrifqi558@gmail.com](mailto:mrifqi558@gmail.com), <sup>2</sup>[asramatjadda@gmail.com](mailto:asramatjadda@gmail.com),  
<sup>3</sup>[wahyurasyid03@gmail.com](mailto:wahyurasyid03@gmail.com), <sup>4</sup>[hartonohamzah30@gmail.com](mailto:hartonohamzah30@gmail.com),  
<sup>5</sup>[edhachehank85@gmail.com](mailto:edhachehank85@gmail.com)

### **Abstract**

---

This study aims to determine the concept of Mystery Box buying and selling activities in E-Commerce and to determine the validity of Mystery Box buying and selling activities online in E-Commerce according to the Consumer Protection Law, using qualitative descriptive data analysis. The findings obtained from this study include: (1) The legal perspective on the concept of Mystery Box buying and selling in E-Commerce is that the buying and selling activities of mystery boxes are in accordance with the applicable regulations in Indonesia, namely Article 1320 of the Civil Code, Law of the Republic of Indonesia Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, Article 46 paragraph (2) of Government Regulation Number 71 of 2019 concerning the Implementation of Electronic Systems and Transactions, and Islamic Law. (2) The legality of online Mystery Box buying and selling activities in E-Commerce applications based on the Consumer Protection Act and several other applicable supporting regulations is invalid, far from fair or ideal, because there are still many sellers who violate applicable legal regulations.

**Keywords:** Consumer Protection Act, Mystery Box, E-Commerce.

### **Abstrak**

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep kegiatan jual beli *Mystery Box* di *E-Commerce* dan untuk mengetahui keabsahan kegiatan jual beli *Mystery Box* secara *online* di *E-Commerce* menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dengan menggunakan analisis data deskriptif kualitatif. Temuan yang diperoleh dari penelitian ini antara lain: (1) Perspektif hukum mengenai konsep jual beli *Mystery Box* di *E-Commerce* ialah kegiatan jual beli kotak misteri atau *Mystery Box* yang sesuai dengan aturan yang berlaku di Indonesia yaitu Pasal 1320 KUHPerdata, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 46 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, serta Hukum Islam. (2) Keabsahan kegiatan jual beli *Mystery*

*Box* secara *online* di aplikasi *E-Commerce* berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan beberapa aturan pendukung lainnya yang berlaku adalah tidak sah, jauh dari kata adil maupun ideal, dikarenakan masih banyak penjual yang melanggar aturan hukum yang berlaku.

**Kata Kunci:** Undang-Undang Perlindungan Konsumen, *Mystery Box*, *E-Commerce*.

## A. Pendahuluan

Kegiatan ekonomi adalah aktivitas yang meliputi kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi. Kegiatan ekonomi ialah perilaku atau tindakan manusia yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari berdasarkan prinsip ekonomi.<sup>1</sup> Di dalam kegiatan ekonomi yang meliputi kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi, pasti ada seorang penjual dan pembeli yang melakukan kegiatan jual beli. Jual beli adalah perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah disepakati.<sup>2</sup>

Jual beli ini ada 2 macam, yaitu secara *offline* dan *online*. Penjualan *offline* yaitu cara transaksi barang atau jasa yang dilakukan di dunia nyata atau dengan kata lain yaitu bertatap muka secara langsung.<sup>3</sup> Penjualan *offline* memang pada dasarnya fokus mempertemukan produsen dengan konsumen di suatu tempat hingga akhirnya terwujud proses transaksi jual beli. Sedangkan Jual beli *online* ialah praktik jual beli yang terhubung melalui jaringan internet dalam skala nasional maupun skala internasional.<sup>4</sup>

Pendapat masyarakat mengenai jual beli secara *offline* dan *online* beragam. Ada yang mengatakan bahwa lewat jual beli *offline* lebih bagus karena lebih pasti atau terjamin, namun tak sedikit pula yang mengatakan

---

<sup>1</sup>Hana Fathina, “Kegiatan Ekonomi: Pengertian, Tujuan, Jenis, Hingga Contoh Kegiatan Ekonomi”, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20221122/9/1600733/kegiatan-ekonomi-pengertian-tujuan-jenis-hingga-contoh-kegiatan-ekonomi> (diakses pada 6 Februari 2023).

<sup>2</sup>Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 68-69.

<sup>3</sup> Farhan Agassi, “Mengenal Pengertian Penjualan Offline”, <https://toffeedev.com/blog/business-and-marketing/mengenal-penjualan-offline/> (diakses pada 6 Februari 2023).

<sup>4</sup> Amirul Akbar, “Perlindungan Konsumen Anak Di Bawah Umur Terhadap Transaksi Jual Beli Online Menggunakan Sistem Smart Contract”, Skripsi Ilmu Hukum, Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, 2023. hlm. 7.

bahwa jual beli *online* lebih praktis karena bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja karena didukung oleh teknologi yang maju.

Berbicara mengenai kelebihan, Toko Offline memiliki kepercayaan tinggi yang pastinya didapat melalui dari dan barang yang sudah terjamin dari segi kualitas, pelayanan konsumen lebih mudah karena bertatap muka langsung sehingga bisa mengerti kemauan konsumen, sistem pembayaran lebih aman, tidak repot melakukan pengiriman karena konsumen yang datang langsung ke toko, persaingan tidak terlalu banyak dan mengingat poin pertama yaitu “mendapat kepercayaan tinggi” merupakan hal penting untuk bisa memenangkan hati konsumen serta persaingan secara sehat.<sup>5</sup>

Toko Offline juga memiliki kekurangan. Kekurangan tersebut yaitu jangkauan pasar terbatas pada wilayah tertentu, memerlukan tempat fisik yang kita ketahui juga memerlukan biaya yang tidak murah (terlebih lagi jika menyewa), memerlukan karyawan yang lebih banyak, modal lebih besar, waktu penjualan terbatas, produk terbatas dan sulit melakukan pencarian barang terutama jika stok sedang langka atau terbatas namun permintaan tinggi.<sup>6</sup>

Untuk Toko Online, memiliki kelebihan yaitu mudah dijalankan karena didukung dengan teknologi yang lebih maju, jangkauan pasar lebih luas bahkan bisa sampai skala internasional, modal yang diperlukan tidak terlalu banyak, tidak memerlukan tempat apalagi sampai menyewa, memerlukan karyawan yang lebih sedikit, waktu yang lebih fleksibel dan produk yang dijual bervariasi.<sup>7</sup>

Toko Online juga tidak terlepas dari kekurangan. Kekurangannya adalah persaingan ketat karena semua orang bisa membuka usaha jual beli berkat kemudahan memulai usaha jual beli, kredibilitas diragukan terlebih lagi jika banyak mendapatkan penilaian atau rating rendah, rawannya manipulasi ulasan dan konektivitas internet yang tidak pasti apakah akan selalu baik atau buruk.<sup>8</sup>

Seiring berkembangnya jaman, pastinya kegiatan ekonomi juga akan ikut berkembang. Tidak terkecuali kegiatan jual beli. Untuk memenuhi kebutuhan hidup di berbagai bidang, contohnya kebutuhan

---

<sup>5</sup>Jurnal Entrepreneur, “Toko Offline Vs Online: Kelebihan & Kekurangannya yang Harus Diketahui”, <https://www.jurnal.id/id/blog/toko-offline-vs-online-kelebihan-kekurangannya/> (diakses pada 6 Februari 2023).

<sup>6</sup>*Ibid.*

<sup>7</sup>*Ibid.*

<sup>8</sup>*Ibid.*

dapur, sekarang sudah bisa dilakukan melalui toko online yang tersedia di berbagai macam aplikasi belanja online. Ditambah dengan adanya pandemi COVID-19, memaksa seluruh kegiatan ekonomi dibatasi hingga mengurangi mobilitas masyarakat untuk melakukan kegiatan ekonomi secara fisik atau offline. Hal ini tentu sangat memudahkan masyarakat terutama di kondisi pandemi COVID-19. Namun pada akhirnya, ada tidaknya virus COVID-19, kegiatan ekonomi akan berubah mengikuti perkembangan zaman.

Dengan berkembangnya kegiatan ekonomi khususnya jual beli, tentu masalah yang dihadapi juga akan ikut berkembang dan menjadi masalah baru yang kompleks di mata masyarakat. Baru-baru ini sedang ramai tren penjualan *Mystery Box* yang memancing rasa penasaran masyarakat, ditambah rasa jenuh masyarakat yang terdampak pembatasan mobilitas karena setiap hari hanya berada di rumah.

*Mystery Box* atau Kotak Misteri adalah kotak paket yang tidak diketahui isinya secara pasti, tetapi disertai dengan gambaran mengenai barang yang mungkin diterima oleh pembeli<sup>9</sup>. Dengan embel-embel “Anti Zonk dan Tidak Akan Rugi” disertai dengan foto promosi objek *Mystery Box*, semakin membuat penasaran masyarakat dan mencoba peruntungan dengan ikut membeli *Mystery Box*. Namun menurut pengamatan peneliti melalui penelusuran di beberapa aplikasi *E-Commerce*, kebanyakan penerima *Mystery Box* hanya menerima barang yang tidak sebanding dengan harga yang mereka keluarkan. Belum lagi yang semakin memperparah adalah pembeli “dipaksa” tunduk dengan perjanjian yang melemahkan hak pembeli yang tertera di deskripsi toko terkait.

Contoh kasus dari *Mystery Box* ini adalah ada seorang remaja laki-laki di salah satu daerah di Jawa Barat tergiur membeli *Mystery Box* berhadiah ponsel pintar di salah satu aplikasi *E-Commerce*. Saat paket yang dia pesan telah tiba, remaja laki-laki ini langsung membuka kotak *Mystery Box* tersebut dan mendapati sebuah botol semprot kecil. Remaja laki-laki tersebut kecewa sampai menangis kencang di depan ibunya lantaran apa yang dia pesan tidak sesuai dengan harapannya. Remaja laki-laki ini sempat memprotes kurir yang mengantarkan paket *Mystery Box* tersebut, namun sang kurir hanya bisa menjawab bahwa ia hanya bertugas untuk mengantarkan paket tersebut.

---

<sup>9</sup>Panduan Penjualan *Mystery Box* (Kotak Misteri), “Apa itu *Mystery Box*?”, <https://seller.shopee.co.id/edu/article/16760> (diakses pada 6 Februari 2023, pukul 21:20).

Di kasus yang lain yang sempat viral di media sosial beberapa waktu yang lalu, seorang pria berkaus merah terekam sedang marah kepada salah satu karyawan salah satu perusahaan ekspedisi. Pria ini mengamuk lantaran barang yang diterima tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh penjual di toko *online*. Sama dengan kasus remaja laki-laki di atas, pria ini tergiur membeli *Mystery Box* karena penjual menyebutkan bahwa kotak misteri tersebut berisi satu (1) set blender dengan harga Rp15.000,00 saja. Setelah paketnya datang, yang didapatkan hanya kekecewaan karena paket yang diterima tidak sesuai dengan yang disebutkan di toko *online* tempat ia membeli paket *Mystery Box* tersebut. Meskipun sudah dijelaskan oleh karyawan ekspedisi bahwa isi paket tersebut bukan tanggung jawab mereka, pria ini tetap memaksa meminta ganti rugi. Akhirnya karyawan ekspedisi tersebut membawa kasusnya ke polsek setempat. Namun yang terjadi malah polisi yang bertugas serta wartawan yang meliput tidak kuat menahan tawa setelah mengetahui detail kronologinya. Pria tersebut hanya terdiam dan tertunduk setelah memahami apa yang dialaminya.<sup>10</sup>

Melihat contoh kasus di atas, erat kaitannya dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999. Banyak hal yang dilakukan dalam kegiatan jual beli *Mystery Box* ini bertentangan dengan isi Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, salah satunya adalah hak untuk mendapatkan informasi yang benar. Di sisi lain, pelaku usaha atau penjual membuat iklan yang tidak sesuai, keliru, bahkan salah, dan yang menjadi ciri khas dari penjualan kotak *Mystery Box* ini adalah pencantuman klausula baku yang memuat pelaku usaha atau penjual berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli oleh konsumen serta pernyataan pelaku usaha atau penjual terhadap pernyataan jaminan 100% (seratus persen) barang bisa didapatkan.

Berdasarkan dengan problematika yang timbul di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti ialah: “Bagaimana perspektif hukum terkait konsep jual beli *Mystery Box* di *E-Commerce*, dan bagaimana

---

<sup>10</sup>Dreams.co.id, “Beli Mystery Box Isinya Tak Sesuai Ekspektasi, Pria Komplain dan Ngamuknya di Kantor Ekspedisi, Netizen: Permalukan Diri Sendiri”, <https://www.dream.co.id/stories/beli-mystery-box-isinya-tak-sesuai-ekspektasi-pria-komplain-dan-ngamuknya-di-kantor-ekspedisi-netize.html> (diakses pada 25 Juni 2024).

keabsahan kegiatan jual beli *Mystery Box* secara *online* di aplikasi *E-Commerce* berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen?”.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif. Pendekatan ini dipilih untuk menjelaskan secara mendalam dan mengaitkan inti pembahasan dengan sebuah aturan hukum mengenai konsep kegiatan jual beli *Mystery Box* di *E-commerce* dan keabsahan kegiatan jual beli *Mystery Box* secara *online* di *E-Commerce* menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka atau dikenal juga dengan istilah *Library Research*, dengan cara membaca serta mengumpulkan data dari karya ilmiah terdahulu seperti skripsi, jurnal, buku-buku atau majalah dengan sumber data lainnya dalam perpustakaan maupun literatur yang ada dan tersebar di internet. Tidak terbatas hanya pada buku-buku, tetapi dapat juga berupa bahan-bahan dokumentasi, majalah-majalah, koran, dan lain-lain. Teknik analisis data yang dipakai adalah deskriptif kualitatif yaitu sebuah metode penelitian yang memanfaatkan data kualitatif yang dikumpulkan dan dijabarkan secara deskriptif hingga mengarah pada satu kesimpulan akhir.

## **C. Pembahasan**

### **1. Perspektif Hukum Terkait Konsep Jual Beli *Mystery Box* di *E-Commerce***

Jual beli menurut Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer) ialah suatu perjanjian dimana pihak yang satu mengikatkan dirinya dengan menyerahkan suatu barang, hak milik, atau kebendaan, dan pihak yang lain membayar harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.<sup>11</sup> Sedangkan *Mystery Box* ialah konsep penjualan dimana pembeli membeli kotak berisi barang yang tidak diketahui secara pasti isinya dan jenisnya tergantung dari yang dipilih oleh pembeli.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup>Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

<sup>12</sup>Miftahul Jannah, "Transaksi Jual Beli *Mystery Box* Pada Situs Shopee Ditinjau Dalam Perspektif *Ba'i Salam* (Studi Kasus di Banda Aceh)", Skripsi Hukum Ekonomi Syariah, Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2020. hlm 39.

Landasan permasalahan utama jual beli "mystery box" terletak pada tidak terpenuhinya syarat objektif "suatu hal tertentu" dalam Pasal 1320 KUH Perdata. Dalam transaksi ini, pembeli dan penjual tidak menyepakati objek perjanjian secara jelas dan spesifik.<sup>13</sup> Penjual hanya memberikan deskripsi yang sangat umum, seperti "Mystery Box Handphone" atau "Mystery Box Kotak Berhadiah".<sup>14</sup> Kekaburan ini secara langsung bertentangan dengan prinsip bahwa objek perjanjian harus dapat ditentukan. Ketiadaan objek yang jelas dan spesifik ini berkonsekuensi pada status perjanjian yang menjadi batal demi hukum. Perjanjian yang batal demi hukum tidak mengikat para pihak dan tidak dapat melahirkan hak dan kewajiban hukum. Dengan demikian, secara teoretis, tidak ada dasar hukum yang sah bagi penjual untuk menuntut pembayaran dan bagi pembeli untuk menuntut penyerahan barang yang sesuai. Pelanggaran ini juga dapat dikategorikan sebagai perbuatan melawan hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 KUH Perdata, yang membuka jalur bagi pembeli yang dirugikan untuk mengajukan gugatan ganti rugi.<sup>15</sup>

Konsep jual beli *Mystery Box* di *e-commerce* yaitu transaksi antara penjual dan pembeli dimana pembeli membeli sebuah kotak yang berisi produk atau benda tertentu tanpa mengetahui secara pasti apa isi spesifiknya. *Mystery Box* biasanya hanya menampilkan produk secara umumnya saja seperti produk elektronik, kategori mainan, jenis pakaian, dan masih banyak lagi, tetapi untuk detailnya tidak dijelaskan secara rinci. *Mystery Box* ini menawarkan aspek kejutan yang membuat pembeli menjadi penasaran dan tertarik untuk membeli *Mystery Box*.

Ada beberapa langkah yang harus dilakukan agar bisa melakukan pemesanan kotak misteri atau *Mystery Box*, yaitu :<sup>16</sup>

- a. Pembeli terlebih dahulu harus mengunduh aplikasi *e-commerce*, contohnya Shopee serta memiliki akun yang akan dipakai untuk melakukan pembelian.

---

<sup>13</sup> Tasya Safira et al., "Islamic Economics and Business Review Analisis Transaksi Jual Beli Mystery Box Di E-Commerce Shopee Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam", Vol. 1 No. 2, 2023, h. 145–154.

<sup>14</sup> Indra Nugraha Pasha and Hisyam Asyiqin, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Barang Misteri Box Di Market Place Shopee", *Collegium Studiosum Journal*, Vol. 7 No. 1, 2024, h. 20–27 <https://doi.org/10.56301/csj.v7i1.1209>.

<sup>15</sup> Dela Meilany et al., "Analisis Yuridis Terhadap Pelanggaran Syarat Objektif Dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata", *Jurnal Hukum Perdata*, Vol. 1 No. 2, 2024, h. 1–13.

<sup>16</sup> Pusat Bantuan Shopee, "[Akun Saya] Bagaimana cara membuat akun Shopee?", [https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72685-\[Akun-Saya\]-Bagaimana-cara-membuat-akun-Shopee](https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72685-[Akun-Saya]-Bagaimana-cara-membuat-akun-Shopee) (diakses pada 7 Februari 2025, pukul 14:54).

- b. Setelah itu melakukan pendaftaran dengan nomor telpon, bisa juga melalui *email*, melalui *username*, atau aplikasi pihak ketiga seperti *Google*, *Facebook*, dan *Whatsapp*.
- c. Setelah akun terverifikasi, maka konsumen sudah bisa melakukan pembelian di dalam aplikasi *e-commerce*.
- d. Pembeli kemudian mengeklik kotak pencarian dan mengetik kata *mystery box* yang diinginkan.
- e. Lalu, pembeli memilih produk *mystery box* yang ingin dibeli.
- f. Langkah selanjutnya ialah mengeklik beli sekarang atau pesan sekarang.
- g. Kemudian pembeli akan diarahkan untuk mengisi alamat dan jasa pengiriman yang ingin digunakan, lalu pembeli diminta untuk memastikan bahwa metode pembayaran yang digunakan sudah benar.
- h. Setelah dipastikan, pembeli tinggal memencet beli sekarang atau pesan sekarang lalu membayar sesuai dengan harga yang tertera.
- i. Setelah itu, barang langsung diproses oleh penjual dan dikirim melalui jasa pengiriman.

Beberapa poin utama dari konsep penjualan kotak misteri atau *Mystery Box* di *e-commerce* yaitu :

1. Kejutan : Pembeli tidak tahu secara pasti apa yang dibeli sampai kotak atau pakatnya dibuka. Umumnya, pembeli hanya mengetahui jenis barang atau jaminan tentang barang yang ada di dalamnya.
2. Kategori atau Jenis Barang : di *e-commerce* banyak yang menjual *Mystery Box* berdasarkan kategori seperti elektronik, mainan, makanan, alat dapur, maupun kosmetik sehingga pembeli punya gambaran umum. Selain itu juga tersedia *Mystery Box* berdasarkan tema seperti tema liburan, kecantikan, dan lainnya.
3. Nilai Barang yang Diklaim : Banyak penjual yang mengklaim bahwa nilai barang di dalam *Mystery Box* lebih tinggi dibanding harga yang dibayar oleh pembeli. Misalnya, *Mystery Box* dengan harga Rp100.000 diklaim berisi barang senilai Rp150.000 atau lebih.
4. Ekspektasi dan Risiko : Berkaitan dengan poin kejutan, ada kemungkinan bahwa barang yang diperoleh tidak sesuai dengan ekspektasi pembeli. Ini menjadi bagian dari risiko yang ditanggung pembeli saat memutuskan untuk membeli *Mystery Box* di *e-commerce*.
5. Hadiah dan Barang Langka : Beberapa penjual di *e-commerce* memberikan pernyataan bahwa pembeli bisa memiliki peluang atau jaminan untuk mendapatkan barang yang sangat berharga atau langka di dalam beberapa *Mystery Box*, seperti produk edisi terbatas atau produk mahal yang dijadikan sebagai "*grand prize*."
6. Harga yang Terjangkau dan Variasi : Harga *Mystery Box* biasanya bervariasi dari yang sangat terjangkau hingga yang paling mahal, tergantung dari nilai barang atau jenis produk di dalamnya. Hal ini memungkinkan pembeli dari berbagai kalangan untuk membeli sesuai dengan dana yang mereka miliki.
7. Promosi atau *Viral Marketing* : Jual beli *Mystery Box* ini sering kali dipromosikan melalui berbagai cara yang bertujuan untuk memancing rasa penasaran pembeli atau konsumen. Adanya ulasan dari pembeli lain yang membagikan pengalamannya membeli *Mystery Box* di media sosial atau di *e-commerce*, yang kemudian menarik perhatian pembeli yang lain.



Konsep *Mystery Box* ini memanfaatkan rasa penasaran sehingga memancing konsumen untuk membeli *Mystery Box* dan ingin mendapatkan lebih dari apa yang mereka bayarkan, walaupun ada risiko kecewa karena mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan harapan, faktor kejutan ini yang membuat *Mystery Box* tetap menarik di kalangan pembeli *online*.

Konsep jual beli kotak misteri atau *Mystery Box* menurut perspektif hukum yaitu kegiatan jual beli kotak misteri atau *Mystery Box* yang sesuai dengan aturan atau hukum yang berlaku. Jika dilihat dari sudut pandang Undang-Undang Perlindungan Konsumen, kegiatan jual beli *Mystery Box* harus sesuai dengan aturan yang berlaku serta memperhatikan hak konsumen seperti hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur terkait *Mystery Box*, hak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan jumlah uang yang dikeluarkan serta jaminan yang dijanjikan, dan hak untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi jika barang yang diterima tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan.<sup>17</sup> Jika berbicara soal kewajiban pelaku usaha, maka pelaku usaha harus memenuhi hak seorang konsumen seperti yang diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.<sup>18</sup>

Dilihat dari sudut pandang Hukum Perdata, kegiatan jual beli *Mystery Box* harus memenuhi syarat-syarat yang telah diatur oleh undang-undang, sebagaimana telah disebutkan dalam Pasal 1320 KUHPerdata :<sup>19</sup>

- a) Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya;
- b) Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
- c) Suatu pokok persoalan tertentu;
- d) Suatu sebab yang tidak terlarang.

Syarat sah perjanjian juga telah ditegaskan di Pasal 1458 KUHPerdata yang menyebutkan bahwa jual beli menjadi sah jika kedua belah pihak telah setuju terkait barang dan harga.<sup>20</sup> Namun di Pasal 1458 menambahkan penjelasan lebih lanjut bahwa jual beli tetap sah meskipun barang belum diserahkan, selama kedua belah pihak sama-sama sepakat dengan barang dan harga yang telah ditentukan.<sup>21</sup>

---

<sup>17</sup>Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>18</sup>Pasal 7 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>19</sup>Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

<sup>20</sup>Pasal 1458 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

<sup>21</sup>Pasal 1458 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen) dirancang untuk melindungi hak-hak dasar konsumen, yang secara sistematis dilanggar dalam praktik jual beli "mystery box". Pelanggaran Hak Konsumen atas Informasi (Pasal 4): Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang atau jasa. Penjual "mystery box" secara inheren tidak memberikan informasi yang lengkap dan jelas mengenai isi produk, sehingga secara langsung melanggar hak ini.<sup>22</sup> Pelanggaran Kewajiban Pelaku Usaha (Pasal 7 & 8): Praktik ini juga melanggar kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dan memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang produknya. Pasal 8 UU Perlindungan Konsumen secara eksplisit melarang pelaku usaha memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan janji yang tertera pada label, informasi, iklan, atau promosi. Penjualan mystery box di mana isi produk mungkin tidak sebanding dengan harga yang dibayarkan dan tidak sesuai dengan ekspektasi yang dibentuk oleh promosi merupakan pelanggaran yang jelas terhadap pasal ini. Klausula Baku yang Merugikan (Pasal 18): Seringkali, deskripsi produk "mystery box" mencantumkan klausula standar seperti "tidak bisa dikembalikan," "semua penjualan final," atau "tidak menerima komplain".<sup>1</sup> Klausula ini secara sepihak membatasi tanggung jawab pelaku usaha dan menggeser seluruh risiko kerugian kepada konsumen.

## **2. Keabsahan kegiatan jual beli *Mystery Box* secara *online* di aplikasi *E-Commerce* berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen**

Setiap kegiatan jual beli baik secara *offline* maupun *online* dapat dikatakan sah jika semua syarat-syaratnya terpenuhi. Kegiatan jual beli termasuk dalam bentuk perikatan atau perjanjian, maka syarat-syarat sah jual beli dapat dikatakan sama dengan syarat-syarat sah perikatan atau perjanjian.<sup>23</sup> Syarat-syarat yang dimaksud adalah syarat-syarat yang telah ditentukan oleh hukum baik secara hukum positif maupun secara hukum agama Islam sebagai pedoman tambahan untuk kaum muslim. Syarat-

---

<sup>22</sup> Nurfyana Narmia Sari, Muslimin Kara, and Rahmawati Muin, "Mystery Box and Its Impact on Society (Islamic Law Review)", *International Journal of Islamic Studies*, Vol. 1 No. 2, 2021, h. 95–103 <https://doi.org/10.24252/ijis.v1i2.32436>.

<sup>23</sup> Badrulzaman, dkk, *Loc.Cit*.

syarat sah jual beli sendiri sudah diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara dimana disebutkan :<sup>24</sup>

- 1) Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya.
- 2) Kecakapan untuk membuat suatu perikatan.
- 3) Suatu pokok persoalan tertentu.
- 4) Suatu sebab yang tidak terlarang.

Meskipun pelaku usaha mungkin berargumen bahwa mereka telah bertindak jujur dengan menyatakan bahwa isi kotak adalah "misteri," sifat spekulatif dari jual beli *Mystery Box* menunjukkan kurangnya itikad baik. Pelaku usaha sengaja menciptakan skenario di mana kerugian konsumen sangat mungkin terjadi, bahkan mungkin diantisipasi, demi keuntungan finansial. Tujuan utama jual beli yang seharusnya saling menguntungkan (saling rida) digantikan dengan motivasi untuk mendapatkan keuntungan dari ketidakpastian konsumen. Elemen spekulatif yang dipasarkan sebagai "hiburan" secara hukum dapat dianggap sebagai praktik yang tidak adil.<sup>25</sup>

Pasal 7 UUPK menjabarkan kewajiban pelaku usaha, di antaranya untuk "beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya" dan "memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa". Prinsip itikad baik (*bona fide*) adalah landasan moral dan etika dalam hukum perjanjian.<sup>26</sup> Pelaku usaha yang beritikad baik memiliki kewajiban untuk tidak menempatkan konsumen dalam posisi yang berisiko merugikan secara material. Ini menunjukkan bahwa pelanggaran ini lebih dari sekadar ketidakpatuhan terhadap teks hukum; ini adalah pelanggaran terhadap semangat dan prinsip dasar yang menopang hukum perlindungan konsumen.<sup>27</sup>

Pasal 8 UUPK mengatur larangan-larangan bagi pelaku usaha, termasuk larangan memperdagangkan barang yang tidak memenuhi standar mutu atau keamanan, rusak, cacat, atau bekas, tanpa memberikan informasi yang lengkap dan benar. Kasus beras kadaluwarsa yang diterima David Gadgetin adalah contoh langsung dari pelanggaran Pasal 8 ayat (2) UUPK. <sup>1</sup> Selain itu, laporan dari konsumen lain yang

---

<sup>24</sup>Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

<sup>25</sup> Volume Nomor et al., "Legal Responsibility for Mystery Box Sale and Purchase Transactions in E-Commerce", *DE LEGA LATA: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 8 No. 2, 2023, h. 164–176 <https://doi.org/10.30596/dll.v8i2.15015>.

<sup>26</sup> *Ibid.*

<sup>27</sup> Rifky Pratama Arief, "Hukum Perlindungan Konsumen Atas Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Gambar Pada Transaksi Di Marketplace", *Unes Law Review*, Vol. 6 No. 2, 2023, h. 4953–4963.

menerima barang rusak, tidak berfungsi, atau berkualitas rendah juga mengindikasikan pelanggaran terhadap Pasal 8 ayat (1) huruf a dan c. Pasal 8 ayat (1) huruf j juga relevan, karena melarang tidak mencantumkan petunjuk penggunaan dalam Bahasa Indonesia, yang sering terjadi pada barang elektronik atau gadget yang tidak jelas asalnya. Lebih lanjut, Pasal 9 ayat (1) huruf k secara spesifik melarang pelaku usaha menawarkan atau mengiklankan sesuatu yang "mengandung janji yang belum pasti".<sup>1</sup> Ini adalah deskripsi yang paling akurat dari strategi pemasaran.

UUPK tidak hanya mengatur hak dan kewajiban, tetapi juga menyediakan mekanisme sanksi yang tegas. Pasal 62 ayat (1) UUPK secara jelas menyatakan bahwa pelaku usaha yang melanggar ketentuan Pasal 8, di antaranya menjual barang yang rusak atau kadaluwarsa tanpa informasi yang benar, dapat dikenakan sanksi pidana berupa pidana penjara paling lama 5 tahun atau denda paling banyak Rp2 miliar. Sanksi ini menunjukkan keseriusan negara dalam melindungi konsumen dari praktik dagang yang merugikan dan tidak jujur.<sup>28</sup> Selain itu, berdasarkan Pasal 63 UUPK, sanksi tambahan juga dapat dikenakan, seperti perampasan barang, penghentian kegiatan, kewajiban penarikan barang dari peredaran, atau pencabutan izin usaha.<sup>1</sup> Sanksi-sanksi ini dirancang untuk memberikan efek jera dan mencegah pelaku usaha lain melakukan pelanggaran serupa.

Perlindungan konsumen dalam transaksi daring tidak hanya menjadi tanggung jawab pelaku usaha individu, tetapi juga platform *e-commerce* sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE). Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, PSE memiliki kewajiban untuk menyediakan sistem yang andal, aman, dan bertanggung jawab.<sup>29</sup> Platform harus menyediakan fitur bagi pengguna untuk melakukan koreksi, membatalkan perintah, dan mengajukan komplain. Kewajiban ini menunjukkan bahwa platform tidak dapat mengklaim sepenuhnya tidak bertanggung jawab atas kerugian konsumen yang diakibatkan oleh penjualan di dalam sistem mereka. Apabila platform membiarkan atau

---

<sup>28</sup> Calvin Daniel Claudio, M. S. Roosje Sarapun, and Meiske Tineke Sondakh, "Sanksi Pidana Penjualan Obat Di Atas Harga Normal Menurut Pasal 62 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Lex Privatum*, Vol. X No. 1, 2022, h. 162–171.

<sup>29</sup> The Issuance, Government Regulation No, and Regarding Implementation, "Digital Trust Newsflash The Issuance of Government Regulation No. 71 Year 2019 Regarding Implementation of Electronic System and Transaction", 2019.

memfasilitasi penjualan. *Mystery Box* yang menggunakan klausula baku "tidak dapat dikembalikan" <sup>1</sup>, padahal mereka memiliki kewajiban untuk menyediakan mekanisme komplain dan koreksi, maka mereka dapat dianggap turut bertanggung jawab atas kerugian konsumen. Ini menunjukkan kegagalan platform dalam menjalankan kewajibannya sebagai PSE.

Kegiatan jual beli yang dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen juga telah diatur secara spesifik dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999. Beberapa hal yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 ialah terkait ketentuan umum, asas dan tujuan, hak dan kewajiban baik dari sisi konsumen maupun dari sisi pelaku usaha, hal-hal apa saja yang dilarang dilakukan bagi pelaku usaha, bagaimana cara menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen, hingga mengatur tentang sanksi.<sup>30</sup>

Mengingat kegiatan jual beli baik secara *offline* maupun *online* termasuk ke dalam bentuk perikatan atau perjanjian, syarat-syarat sahnya telah diatur dalam Pasal 1320 KUHPdata dan dipertegas kembali dengan adanya Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik Pasal 46 ayat (2) yang mana merupakan adaptasi ilmu hukum dengan perkembangan zaman yang semakin pesat saat ini.

Idealnya, kegiatan jual beli *Mystery Box* dapat dikatakan sah jika memenuhi semua syarat-syarat yang telah ditentukan oleh aturan yang berlaku seperti Pasal 1320 KUHPdata, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, serta Pasal 46 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik yang memiliki 4 (empat) poin yang senada dengan yang disebutkan di dalam Pasal 1320 KUHPdata.

Pada praktiknya, kegiatan jual beli *Mystery Box* yang dilakukan oleh beberapa pelaku usaha yang tersebar di beberapa aplikasi *e-commerce* atau belanja *online* telah melanggar ketentuan atau aturan yang berlaku. Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti dapatkan, pembeli sebagai konsumen sering dihadapkan pada posisi yang kurang menguntungkan

---

<sup>30</sup>Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

akibat adanya penetapan klausula secara sepihak atau disebut dengan istilah klausula baku. Klausula baku ialah syarat ataupun keadaan yang disusun secara sepihak dalam sebuah perjanjian oleh pihak yang terkait, umumnya orang-orang yang menjalankan kegiatan ekonomi.<sup>31</sup> Klausula baku adalah segala aturan atau ketentuan yang sejak awal sudah ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu perikatan atau perjanjian yang mengikat dan wajib ditaati oleh konsumen.<sup>32</sup>

Penggunaan klausula baku dapat dikatakan sah selama tidak bertentangan dengan aturan atau ketentuan yang berlaku seperti yang dijabarkan dalam Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Penggunaan klausula baku juga erat kaitannya dengan klausula eksonerasi. Klausula eksonerasi ialah klausula atau aturan yang mengatur tentang keadaan yang membatasi atau bahkan menghilangkan seluruh tanggung jawab yang mana seharusnya ditujukan pada penjual sebagai pelaku usaha.<sup>33</sup> Hal ini membuat kemungkinan pembeli sebagai konsumen berhadapan langsung dengan penjual atau pelaku usaha yang tidak memiliki itikad baik semakin meningkat dan akan membuat pembeli sebagai konsumen semakin dirugikan. Hal ini tentu sudah melanggar aturan atau ketentuan yang berlaku dalam Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berisi tentang ketentuan pencantuman klausula baku.<sup>34</sup>

Peneliti menemukan beberapa penjual atau pelaku usaha di aplikasi *e-commerce* Shopee dan beberapa aplikasi *e-commerce* lainnya menerapkan klausula baku yang bertentangan dengan aturan atau ketentuan yang berlaku, bahkan peneliti menemukan ada pelaku usaha yang tidak mencantumkan sama sekali klausulanya. Hasil temuan peneliti adalah sebagai berikut :

---

<sup>31</sup>Kostarika Sihotang, “*Perlindungan Hukum Hak-Hak Nasabah Atas Penerapan Klausula Baku Dalam Perjanjian Kredit Dengan Bank Berdasarkan UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*”, Skripsi Ilmu Hukum, Medan: Universitas HKBP Nommensen, 2025. hlm 27.

<sup>32</sup>Pasal 1 ayat (10) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>33</sup>Komang Ratna Triartiwi dan I Made Dedy Priyanto, “*Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Mystery Box Pada Situs E-Marketplace*”, Jurnal Kertha Desa, Vol. 10, No. 3, (Mei 2022) 249-260. Diakses pada 18 Mei 2025 doi:6 <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthadesa/article/view/79007>.

<sup>34</sup>*Ibid.*

1. Pada temuan pertama, peneliti menemukannya di Toko *Loco Home* di *e-commerce* Shopee. Toko tersebut tidak mencantumkan sama sekali klausulanya dan hanya menulis anti *zonk* atau anti gagal dan dipesan saja. Tidak ada keterangan proses ganti rugi, *return* atau pengembalian barang sama sekali jika barang rusak atau cacat serta tidak sesuai. Ini melanggar ketentuan pada Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berbicara mengenai berbagai hak konsumen, Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen terkait kewajiban pelaku usaha, secara umum melanggar aturan yang terdapat dalam Pasal 18 ayat (1) huruf a Undang-Undang Perlindungan Konsumen terkait larangan kepada pelaku usaha untuk melakukan pengalihan tanggung jawab,<sup>35</sup> dan juga secara spesifik dalam Pasal 18 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen tentang Ketentuan Pencantuman Klausula Baku.<sup>36</sup>
2. Temuan kedua, peneliti temukan di toko MFTHAQ\_MEZZALUNA di *e-commerce* Shopee. Toko ini mencantumkan 5 (lima) klausula baku, yang menyatakan syarat dan ketentuan :
  - a) Jika anda sudah membeli berarti anda sudah menyetujui semua barang yang ada di dalam *Mystery Box* ini;
  - b) Untuk barang tidak bisa dipilih sesuai dengan harga;
  - c) Isi dari *Mystery Box* ini hanya aku dan Tuhan yang tau yah;
  - d) Produk *Mystery Box* yang sudah dibeli tidak dapat ditukar/dikembalikan;
  - e) Setiap pengguna diperbolehkan untuk membeli *Mystery Box* sebanyak-banyaknya.

Dari ke 5 (lima) klausula baku yang dicantumkan, 3 (tiga) diantaranya telah melanggar aturan atau ketentuan yang telah ditetapkan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Terlihat pada poin (d) yang menyatakan bahwa produk *Mystery Box* yang sudah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan. Hal ini melanggar aturan atau ketentuan yang ditetapkan dalam Pasal 18 ayat (1) huruf a dan Pasal 18 ayat (1) huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang membahas tentang ketentuan pencantuman klausula baku. Pasal 18 ayat (1) huruf a dan Pasal 18 ayat (1) huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha dalam

---

<sup>35</sup>Pasal 18 ayat (1) huruf a Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>36</sup>Pasal 18 ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

menawarkan dan kemudian memperdagangkan barang atau jasa, dilarang untuk mencantumkan klausula baku seperti pengalihan tanggung jawab<sup>37</sup> dan penolakan penyerahan kembali barang yang telah dibeli oleh konsumen.<sup>38</sup>

Dengan adanya pencantuman klausula baku yang bertentangan seperti ini, hal ini juga secara langsung melanggar hak konsumen yang tertera pada Pasal 4 ayat (8) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa pembeli sebagai konsumen berhak mendapatkan ganti rugi atau kompensasi bilamana barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan yang dijanjikan.<sup>39</sup> Hal ini juga melanggar ketentuan yang ada di dalam Pasal 7 huruf g Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berbicara tentang kewajiban penjual sebagai pelaku usaha untuk memberikan kompensasi atau ganti rugi jika barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan yang dijanjikan.<sup>40</sup>

Selain adanya pelanggaran dalam pencantuman klausula baku, peneliti juga menemukan 2 (dua) pelanggaran lainnya yang tercantum dalam deskripsi klausula baku di toko MFTHAQ\_MEZZALUNA. Pada poin (b), penjual sebagai pelaku usaha mencantumkan klausula baku yang menyatakan bahwa pembeli sebagai konsumen tidak bisa memilih barang sesuai dengan harga yang mana hal ini melanggar hak konsumen dalam Pasal 4 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa pembeli sebagai konsumen berhak untuk memilih serta menerima barang yang sesuai dengan biaya yang dikeluarkan oleh pembeli.<sup>41</sup>

Berikutnya pada poin (c), penjual sebagai pelaku usaha kembali mencantumkan klausula baku yang menyatakan bahwa “isi dari *Mystery Box* ini hanya aku dan Tuhan yang tau yah”. Hal ini telah melanggar hak konsumen yang tertulis dalam Pasal 4 ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa pembeli

---

<sup>37</sup>Pasal 18 ayat (1) huruf a Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>38</sup>Pasal 18 ayat (1) huruf b Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>39</sup>Pasal 4 ayat (8) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>40</sup>Pasal 7 huruf g Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>41</sup>Pasal 4 ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.



sebagai konsumen berhak untuk mendapatkan informasi secara benar, jelas, serta jujur terkait barang yang diperdagangkan oleh penjual sebagai pelaku usaha.<sup>42</sup>

Di sisi lain, penjual sebagai pelaku usaha juga telah lalai dalam menjalankan kewajibannya untuk memberikan informasi secara benar, jelas, dan jujur tentang barang yang diperdagangkan kepada pembeli sebagaimana telah disebutkan dalam Pasal 7 huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa penjual sebagai pelaku usaha wajib memberikan informasi dengan benar, jelas, dan jujur terkait barang yang ia perdagangkan kepada konsumen.<sup>43</sup>

Penulisan klausula baku pada poin (c) yang berbunyi “isi dari *Mystery Box* ini hanya aku dan Tuhan yang tau yah” juga tidak sesuai dengan ejaan yang disempurnakan (EYD). Terlihat pada kata “tau” yang bentuk baku seharusnya adalah “tahu” dan penggunaan kata “yah” yang diketahui termasuk dalam kata nonformal. Hal ini memberikan kesan ketidakseriusan serta tidak profesionalnya penjual sebagai pelaku usaha dalam menjalankan usaha serta kewajibannya.

3. Untuk temuan ketiga, peneliti temukan di toko lamigo\_official pada *e-commerce* Shopee. Peneliti menemukan pelanggaran yang serupa dengan toko sebelumnya (toko MFTHAQ\_MEZZALUNA) pada toko lamigo\_official, yaitu penggunaan klausula baku yang bertentangan dengan ketentuan atau aturan yang berlaku yaitu Undang-Undang Perlindungan Konsumen spesifik pada Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang membahas secara jelas mengenai ketentuan pencantuman klausula baku. Klausula baku yang ditampilkan oleh toko lamigo\_official di deskripsi produknya yaitu sebagai berikut :

- a) Isi *Mystery box* dikirim acak;
- b) 1 klik pesanan = 1 barang;
- c) Semua barang tidak bisa *direfund* atau ditukar.;
- d) Barang yang didapat adalah barang pilihan kami dan tidak bisa request apapun, seperti *games* maka sepakat bahwa tidak ada penilaian buruk jika barang tidak sesuai harapan;
- e) Tidak complain untuk barang yang didapatkan;
- f) Tidak ada garansi dan *return*.

---

<sup>42</sup>Pasal 4 ayat (3) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>43</sup>Pasal 7 huruf b Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Dari 6 (enam) klausula baku yang ditetapkan oleh penjual, terdapat 4 (empat) poin yang telah melanggar ketentuan atau aturan yang berlaku. Pelanggaran tersebut ada pada poin huruf (c), (d), (e), dan (f). Terlihat pada poin huruf (c), penjual sebagai pelaku usaha menyatakan bahwa semua barang yang telah dibeli oleh konsumen tidak dapat *direfund* maupun ditukar. Tentunya hal ini sudah melanggar ketentuan yang ada dalam Pasal 18 ayat (1) huruf c Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa pelaku usaha dalam memperdagangkan barangnya dilarang menggunakan klausula baku yang berisi tentang penolakan penyerahan kembali uang atau dalam Bahasa Inggris dikenal dengan istilah *refund*.<sup>44</sup> Pembeli sebagai konsumen akan dirugikan, terlebih jika barang yang diterima oleh pembeli tidak sepadan dengan biaya yang dikeluarkan dan tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh penjual.

Pada poin huruf (d), penjual sebagai pelaku usaha memberi penegasan di dalam klausula bakunya bahwa pembeli sebagai konsumen harus menerima barang yang dipilihkan oleh penjual yang ditetapkan secara sepihak. Dengan kata lain, pembeli sebagai konsumen tidak bisa memilih barang sesuai dengan harga yang pembeli keluarkan, di mana ini melanggar hak konsumen yang tertera di dalam Pasal 4 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa pembeli sebagai konsumen memiliki hak untuk memilih dan juga memiliki barang yang sesuai dengan total biaya yang pembeli keluarkan.<sup>45</sup>

Pada poin huruf (d) ini juga penjual sebagai pelaku usaha menetapkan bahwa tidak ada atau tidak menerima penilaian buruk dari pembeli sebagai konsumen jika barang yang diterima oleh pembeli tidak sesuai dengan harapan, yang mana senada dengan poin huruf (e) yaitu penjual sebagai pelaku usaha tidak menerima komplain terhadap barang yang diterima oleh pembeli. Poin huruf (d) dan (e) ini telah melanggar ketentuan yang berlaku pada Pasal 4 ayat (4) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menjelaskan bahwa pembeli sebagai konsumen berhak untuk didengar pendapatnya atau

---

<sup>44</sup>Pasal 18 ayat (1) huruf c Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>45</sup>Pasal 4 ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

keluhannya terkait barang yang diterima dan yang digunakan oleh pembeli.<sup>46</sup>

Kemudian pada poin huruf (f), penjual sebagai pelaku usaha melampirkan klausula baku yang menyatakan bahwa tidak ada garansi serta menolak *return* atau penyerahan kembali barang yang dibeli oleh konsumen. Poin huruf (f) ini melanggar ketentuan yang ada pada Pasal 18 ayat (1) huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa penjual sebagai pelaku usaha dilarang untuk menolak penyerahan kembali barang yang telah dibeli oleh pembeli terlebih jika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan diawal.<sup>47</sup>

4. Pada temuan keempat, peneliti dapatkan di toko daman.toys di *e-commerce* Shopee. Pada toko ini, peneliti menemukan bahwa toko daman.toys berbeda dengan 3 (tiga) toko sebelumnya. Toko daman.toys menampilkan serta memberitahukan tema *Mystery Box* di etalase awal yaitu tema mainan *figure*. Hal ini perlu diapresiasi karena dapat mengurangi kemungkinan kecewanya pembeli sebagai konsumen serta lebih menyasar pasar pembeli atau konsumen yang lebih spesifik. Namun peneliti tetap menemukan adanya penggunaan klausula baku yang bertentangan dengan aturan yang berlaku yaitu pada Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang memuat tentang ketentuan pencantuman klausula baku. Klausula baku toko daman.toys adalah sebagai berikut :

- a) Tidak bisa ditukar/kembali dana;
- b) Sertakan video *unboxing* apabila ingin mengajukan komplain barang kurang /salah;
- c) Tidak ada video *unboxing* komplain kami tolak;
- d) Videokan paket dibuka sampai selesai tanpa editan.

Klausula baku yang bertentangan dengan aturan yang berlaku yang dicantumkan oleh toko daman.toys yaitu terletak pada poin huruf (a), dimana penjual sebagai pelaku usaha menyatakan bahwa barang yang sudah dibeli oleh pembeli tidak dapat ditukar dan menolak pengembalian uang yang sudah dikeluarkan oleh pembeli. Hal ini melanggar aturan yang berlaku yang tertera di dalam Pasal 18 ayat (1)

---

<sup>46</sup>Pasal 4 ayat (4) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>47</sup>Pasal 18 ayat (1) huruf b Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

huruf c Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mengatakan bahwa penjual sebagai pelaku usaha dalam memperdagangkan barang, dilarang membuat klausula baku yang menyatakan penolakan atau tidak menerima pengembalian dana atau *refund* terkait barang yang telah dibeli oleh pembeli atau konsumen, terlebih jika barang tidak sesuai dengan yang dijanjikan.<sup>48</sup>

5. Pada temuan kelima, peneliti dapatkan pada toko Space grosir di *e-commerce* Shopee. Toko ini masih menampilkan serta memberitahukan tema *Mystery Box* di etalase awal yaitu *figure anime action*. Di toko ini, peneliti menemukan kalimat di dalam klausula baku toko ini yang mengatakan “*Bintang 1 = Blokir + Kasih ulasan bintang 1 juga di profil pembeli*”. Hal ini melanggar aturan yang tercantum dalam Pasal 4 ayat (4) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mengatakan bahwa pembeli sebagai konsumen mempunyai hak untuk didengar pendapatnya serta keluhannya terkait barang yang diterima dan yang digunakan oleh pembeli.<sup>49</sup>

Selain di Shopee, peneliti juga menemukan pelanggaran serupa terjadi di aplikasi *e-commerce* lainnya seperti Lazada, Blibli, Tokopedia, Bukalapak, dan sebagainya. Di aplikasi *e-commerce* Lazada, peneliti menemukan ada 1 (satu) toko yaitu Griya Store88 dimana klausula baku yang dicantumkan sama persis dengan klausula baku yang ada pada toko *lamigo\_official* sehingga aturan yang dilanggar juga sama. Pelanggaran yang dilakukan adalah klausula baku yang bertentangan dengan aturan yang berlaku dalam hal ini Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Secara umum toko Griya Store88 melanggar aturan yang terdapat dalam Pasal 18 ayat (1) huruf a Undang-Undang Perlindungan Konsumen terkait larangan kepada pelaku usaha untuk melakukan pengalihan tanggung jawab.<sup>50</sup>

Secara spesifik, toko Griya Store88 melanggar aturan yang ada di dalam Pasal 18 ayat (1) huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang membahas tentang larangan kepada pelaku usaha membuat klausula baku yang memuat penolakan penyerahan kembali barang yang

---

<sup>48</sup>Pasal 18 ayat (1) huruf c Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>49</sup>Pasal 4 ayat (4) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>50</sup>Pasal 18 ayat (1) huruf a Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

dibeli oleh konsumen.<sup>51</sup> Lebih lanjut, toko Griya Store88 juga melanggar Pasal 18 ayat (1) huruf c Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berisi larangan kepada pelaku usaha yang mencantumkan klausula baku yang memuat penolakan pengembalian uang atau dana yang telah dikeluarkan oleh pembeli.<sup>52</sup>

Selain di Lazada, peneliti juga temukan di aplikasi *e-commerce* Blibli, terlebih yang peneliti temukan merupakan toko yang berlokasi di gudang Blibli di kota Tangerang yang merupakan milik *e-commerce* Blibli sendiri. Toko ini mencantumkan klausula baku sebagai berikut :

- 1) Pembeli akan mendapatkan produk (*random*) yang disediakan oleh Blibli;
- 2) Pembelian maksimal 1 pcs per *customer*;
- 3) Produk *Mystery Box* yang sudah dibeli tidak dapat ditukar/dikembalikan;
- 4) Dengan membeli produk *Mystery Box* konsumen dianggap telah menyetujui semua Syarat & Ketentuan yang tertera.

Dari total 4 (empat) klausula baku yang dicantumkan, peneliti menemukan pelanggaran pada poin ke 3 (tiga) dimana penjual sebagai pelaku usaha menyatakan bahwa produk yang sudah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan/*return*. Ini bertentangan dengan ketentuan yang berlaku pada Pasal 18 ayat (1) huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dimana aturan ini menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang untuk membuat klausula baku yang berisi tentang penolakan penyerahan kembali barang yang telah dibeli oleh konsumen, terlebih jika barang yang sampai ke tangan konsumen tidak sesuai dengan yang dijanjikan penjual.<sup>53</sup>

Secara garis besar, peneliti menemukan bahwa banyak penjual sebagai pelaku usaha yang tersebar di beberapa aplikasi *e-commerce* telah melanggar ketentuan pencantuman klausula baku. Bahkan peneliti sempat menemukan ada yang tidak mencantumkan klausula sama sekali, sehingga pembeli sebagai konsumen posisinya sangat rentan dilanggar atau diabaikan haknya. Peneliti melihat kecenderungan penjual sebagai pelaku usaha mencantumkan klausula baku yang berbunyi :

---

<sup>51</sup>Pasal 18 ayat (1) huruf b Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>52</sup>Pasal 18 ayat (1) huruf c Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>53</sup>Pasal 18 ayat (1) huruf b Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

- a) Menolak pengembalian dana atau biaya yang telah dikeluarkan oleh pembeli/*refund*;
- b) Menolak pengembalian barang yang telah dibeli oleh konsumen/*return*;
- c) Tidak menerima keluhan, komplain, serta penilaian buruk dari pembeli sebagai konsumen;
- d) Dari hasil penelitian peneliti, ada beberapa penjual yang tidak memberikan informasi yang jujur;
- e) Dari 7 (tujuh) temuan peneliti, 5 (lima) diantaranya membatasi hak konsumen mengenai pilihan dan informasi terkait jenis *Mystery Box* yang dijual oleh pelaku usaha.

Hal ini menunjukkan bahwa minimnya pemahaman serta kepatuhan penjual sebagai pelaku usaha terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen khususnya pada Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang membahas hak-hak pembeli konsumen, Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang membahas terkait kewajiban pelaku usaha yang harus ditaati, Bab 4 (empat) yang membahas mengenai larangan yang ditujukan kepada penjual sebagai pelaku usaha mulai dari Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen sampai dengan Bab 5 (lima) Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menjabarkan tentang bagaimana cara pencantuman klausula baku yang benar sehingga penjual sebagai pelaku usaha terhindar dari pelanggaran yang dapat membuat usahanya terhambat.

Hal yang peneliti jelaskan di atas adalah jika dilihat dari pelanggaran terkait ketentuan pencantuman klausula baku yang dilakukan oleh penjual sebagai pelaku usaha di aplikasi *e-commerce*. Jika melihat dari sudut pandang ini, akan terlihat sedikit pelanggaran yang dilakukan oleh penjual sebagai pelaku usaha. Namun jika kita menelusuri serta melihat dari sudut pandang pembeli sebagai konsumen, maka akan terungkap begitu banyak hak pembeli sebagai konsumen yang dilanggar oleh penjual sebagai pelaku usaha.

Peneliti menemukan banyak hak konsumen yang dilanggar oleh pelaku usaha didalam kegiatan jual beli *Mystery Box* ini. Peneliti menemukan banyak pembeli merasa kecewa dengan kegiatan jual beli *Mystery Box* karena barang yang sampai ke tangan pembeli tidak sesuai dengan harga yang dia keluarkan dan jaminan yang dijanjikan oleh penjual. Hal ini melanggar hak konsumen yang tertera pada Pasal 4 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang salah satu poinnya menjelaskan bahwa pembeli sebagai konsumen berhak mendapatkan

barang sesuai dengan harga dan jaminan yang dijanjikan oleh penjual.<sup>54</sup> Salah satu contohnya peneliti temukan di toko OSM Jakarta di *e-commerce* Shopee, seorang pembeli bernama Endang Harsono mengeluarkan uang sebanyak tiga puluh ribu rupiah, tetapi hanya mendapatkan jepitan rambut senilai seribu hingga dua ribu rupiah saja. Bahkan peneliti sempat menemukan seorang pembeli yang namanya tidak diketahui karena dia tidak mengizinkan publik melihat nama akun Shopeenya, dia bahkan tidak menerima *Mystery Box*nya sama sekali.

Selain melanggar Pasal 4 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, apa yang dilakukan penjual sebagai pelaku usaha juga melanggar aturan pada Pasal 7 huruf a Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimana penjual diwajibkan untuk beritikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya.<sup>55</sup> Perlu diingat bahwa itikad baik merupakan awal mula jalannya segala hal dengan lancar, tanpa adanya gesekan permasalahan. Kemudian, pernyataan di dalam Pasal 7 huruf a Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga didukung dengan adanya pernyataan yang tercantum di dalam Pasal 9 ayat (1) huruf k Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyampaikan larangan yang ditujukan kepada seluruh penjual sebagai pelaku usaha, dimana mereka dilarang menawarkan hal yang mengandung janji yang tidak pasti.<sup>56</sup>

Pasal 9 ayat (1) huruf k Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga didukung dengan kehadiran pasal sebelumnya yaitu Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan hal yang sama yaitu larangan kepada penjual sebagai pelaku usaha untuk memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan janji yang tertera pada barang serta iklan atau promosi terkait barang tersebut.<sup>57</sup> Namun pada realitanya, pembeli sebagai konsumen lebih sering dirugikan oleh oknum penjual yang tidak memiliki itikad baik yang memberikan janji yang tidak pasti, yang pada akhirnya berujung mendapatkan kekecewaan.

---

<sup>54</sup>Pasal 4 ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>55</sup>Pasal 7 huruf a Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>56</sup>Pasal 9 ayat (1) huruf k Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>57</sup>Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Di sisi lain, peneliti juga menemukan beberapa pembeli menerima barang yang tidak sesuai dengan standar kualitas yang berlaku. Beberapa pembeli menerima barang dalam kondisi tidak berfungsi sama sekali. Hal ini peneliti temukan di toko lamigo\_official. Seorang pembeli dengan nama akun bernama kaol25 di Shopee membeli *Mystery Box*, isi yang didapatkan adalah kabel *micro USB* yang awalnya berfungsi, namun ketika dipakai untuk kedua kalinya barang tersebut rusak.

Selain itu, akun bernama firmansyaharief96 juga mengalami hal yang sama di toko lamigo\_official, ia membeli *Mystery Box* di Shopee dan mendapatkan alat pengisi daya telepon genggam. Ketika dipakaikan ke telepon genggamnya, yang terjadi malah kebalikannya. Alat pengisi daya telepon genggamnya tidak mengisi daya sama sekali, yang terjadi adalah penurunan kapasitas telepon genggamnya. Kemudian, akun yang bernama martinjhonatan619 juga mengalami hal yang sama di toko lamigo\_official, ia membeli *Mystery Box* di Shopee dan menerima isi yang berupa alat audio yang dipasang di telinga atau secara umum biasa disebut *earphone*. Ia mendapatkan *earphone* yang tidak mengeluarkan suara sama sekali, atau bisa disebut tidak berfungsi.

Kemudian di lain tempat, peneliti juga menemukan hal yang serupa terjadi di toko daman.toys di *e-commerce* Shopee. Pembeli dengan akun yang bernama slayerblack109 mengeluhkan *Mystery Box* yang ia terima berisi mainan yang sudah dalam kondisi patah. Selain pembeli di atas, ada pembeli dengan nama akun yang disensor oleh aplikasi mengeluhkan bahwa ia sama sekali tidak menerima *Mystery Box* walaupun ia sudah membayar sejumlah uang dan yang datang hanyalah kardus kosong. Terakhir, pembeli dengan nama akun elviralienv12 mengeluhkan kardus yang dipakai untuk membungkus *Mystery Box*nya dalam kondisi banyak robekan dan hanya diselotip bagian yang robek saja. Hal ini membuat elviralienv12 sebagai pembeli merasa khawatir jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan yang dapat mempengaruhi kualitas barang yang dikirim. Hal ini telah melanggar ketentuan yang tercantum pada Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa pembeli sebagai konsumen berhak mendapatkan rasa nyaman, aman, serta keselamatan terkait barang yang ia dapatkan dan yang ia gunakan atau konsumsi.<sup>58</sup>

---

<sup>58</sup>Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.



Tentunya semua yang dialami oleh beberapa pembeli di atas adalah pelanggaran terhadap aturan yang telah ditetapkan di dalam Pasal 7 huruf d Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa penjual sebagai pelaku usaha wajib menjaga serta menjamin mutu atau kualitas barang dagangannya sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh aturan yang berlaku.<sup>59</sup> Pernyataan senada juga disampaikan melalui Pasal 8 ayat (1) huruf a Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyampaikan larangan kepada penjual sebagai pelaku usaha untuk memperdagangkan barang yang dibawah atau tidak sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.<sup>60</sup> Kemudian dipertegas lagi dengan Pasal 8 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa penjual sebagai pelaku usaha dilarang untuk memperdagangkan barang yang kondisinya rusak, cacat, dan atau bekas tanpa memberitahu detail yang lengkap terkait barangnya.<sup>61</sup>

Barang yang kualitasnya dibawah standar tentu membuat pembeli sebagai konsumen merasa kecewa dan tidak sedikit yang meminta ganti rugi atau tanggung jawab kepada penjual atas kualitas barang yang mereka terima. Maka dari itu, penjual sebagai pelaku usaha wajib bertanggung jawab dengan memberikan ganti rugi terlebih jika barang yang sampai ke tangan pembeli tidak sesuai dengan yang dijanjikan agar hak konsumen bisa terpenuhi. Hal ini telah ditegaskan di dalam Pasal 4 ayat (8) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa pembeli sebagai konsumen mempunyai hak untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi jika ia menerima barang yang tidak sesuai dengan janji dari penjual.<sup>62</sup> Kemudian dipertegas kembali pada Pasal 7 huruf g Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimana penjual sebagai pelaku usaha wajib memberikan kompensasi atau ganti rugi jika barang yang diterima oleh pembeli tidak sesuai dengan yang dijanjikan.<sup>63</sup>

---

<sup>59</sup> Pasal 7 huruf d Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>60</sup> Pasal 8 ayat (1) huruf a Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>61</sup> Pasal 8 ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>62</sup> Pasal 4 ayat (8) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>63</sup> Pasal 7 huruf g Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Di kasus lainnya, peneliti mendapatkan banyak pembeli mengeluhkan bahwa mereka tidak mendapatkan hadiah gratis yang dijanjikan jika membeli dengan harga tertentu. Kejadian ini peneliti temukan di toko Space grosir di *e-commerce* Shopee. Para pembeli yang merasa kecewa dan dirugikan oleh toko ini kompak mempertanyakan hadiah yang dijanjikan oleh penjual, namun respon penjual berkata sebaliknya. Hal ini telah menyalahi aturan yang tertera pada Pasal 13 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimana penjual sebagai pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan barang dagangannya dengan cara menjanjikan hadiah secara gratis dengan maksud tidak melaksanakannya sesuai dengan perjanjian yang ia buat.<sup>64</sup> Pasal di atas kembali dipertegas melalui Pasal 9 ayat (1) huruf k Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyampaikan tentang larangan yang ditujukan kepada penjual sebagai pelaku usaha, untuk tidak menawarkan janji yang tidak pasti kepada pembeli sebagai konsumen.<sup>65</sup>

Pembeli dengan nama akun *pandawa\_2018*, *atline\_clothing*, *shakila\_softtech* dan beberapa pembeli lainnya dengan nama akun yang disembunyikan mengeluhkan jika mereka tidak mendapatkan hadiah gratis yang dijanjikan oleh penjual ketika membeli dalam nominal tertentu. Respon penjual beberapa diantaranya berkata kasar kepada pembeli. Hal ini telah melanggar aturan yang ditetapkan pada Pasal 4 ayat (7) Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimana pasal ini memberi pernyataan bahwa pembeli sebagai konsumen mempunyai hak untuk diperlakukan secara baik, benar, dan jujur dan juga tidak menerima sikap diskriminatif dari penjual sebagai pelaku usaha.<sup>66</sup> Hal senada disampaikan melalui Pasal 7 huruf c Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menjelaskan bahwa penjual sebagai pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memperlakukan atau melayani konsumen dengan baik, benar, jujur serta tidak menunjukkan sikap diskriminatif kepada konsumen.<sup>67</sup>

---

<sup>64</sup>Pasal 13 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>65</sup>Pasal 9 ayat (1) huruf k Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>66</sup>Pasal 4 ayat (7) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>67</sup>Pasal 7 huruf c Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Kegiatan jual beli *Mystery Box* di *e-commerce* juga berkaitan langsung dengan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), dimana kegiatan jual beli *Mystery Box* di *e-commerce* ini sama halnya dengan kegiatan jual beli pada umumnya. Jadi bisa dikatakan syarat sah kegiatan jual beli *Mystery Box* di *e-commerce* ini sama dengan syarat sah perikatan atau perjanjian. Kegiatan jual beli *Mystery Box* di *e-commerce* yang ideal adalah semua syarat-syarat sahnya terpenuhi, dengan kata lain sesuai dengan aturan atau ketentuan yang telah ditetapkan dalam hal ini pada Pasal 1320 KUHPerdata. Kegiatan jual beli *Mystery Box* di *e-commerce* ini dapat dikatakan sah atau memenuhi syarat selama ke 4 (empat) syarat yang disebutkan di dalam Pasal 1320 KUHPerdata terpenuhi. Ke 4 (empat) syarat yang dimaksud adalah :<sup>68</sup>

- 1) Adanya kesepakatan  
Hal yang dimaksud dengan adanya kesepakatan adalah adanya 2 (dua) orang sebagai subjek hukum yang saling menyetujui perjanjian yang telah mereka buat tanpa ada tekanan dari pihak manapun.
- 2) Subjek yang cakap  
Subjek dalam hal ini adalah orang-orang yang membuat dan melakukan prestasi, dimana 2 (dua) orang yang terikat memiliki kemampuan untuk melaksanakan suatu prestasi yang tertera di dalam suatu perjanjian dengan baik dan benar. Orang yang dimaksud adalah yang dianggap cakap oleh hukum.
- 3) Ada hal tertentu  
Hal tertentu yang dimaksud adalah adanya kejelasan objek yang dijadikan sebagai perjanjian atau perikatan oleh 2 (dua) pihak yang saling terikat.
- 4) Suatu sebab yang diperbolehkan  
Maksud dari poin ke 4 (empat) ini adalah objek yang diperjanjikan oleh para pihak yang saling terikat tidak boleh melanggar aturan yang berlaku baik secara hukum positif, hukum agama, maupun norma-norma yang ada di masyarakat umum.

Dalam ke 4 (empat) syarat perjanjian di atas, terbagi menjadi 2 (dua) bagian yaitu syarat subjektif dan syarat objektif. Syarat subjektif adalah syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh subjek hukum atau orang yang melakukan perjanjian, yaitu adanya kesepakatan dan subjek hukum dalam hal ini orang yang cakap melakukan perjanjian. Sedangkan syarat objektif sendiri merupakan syarat-syarat yang berkaitan dengan objek yang sedang diperjanjikan dalam sebuah perjanjian dimana objek yang

---

<sup>68</sup> Frans Satriyo Wicaksono, *Panduan Lengkap Membuat Surat-Surat Kuasa*, (Jakarta: Visimedia, 2009) hlm. 30.

diperjanjikan harus jelas dan tidak bertentangan dengan aturan atau ketentuan yang telah berlaku.<sup>69</sup> Poin pertama dan kedua merupakan syarat subjektif yang berkaitan dengan subjek atau orang yang melakukan perjanjian, sedangkan poin ketiga dan keempat merupakan syarat objektif yang mengatur tentang objek perjanjian. Jika syarat subjektifnya tidak terpenuhi, maka salah satu pihak bisa meminta untuk membatalkan perjanjian tersebut. Jika syarat objektifnya tidak terpenuhi, maka perjanjiannya batal demi hukum. Jadi perjanjian tersebut dianggap tidak pernah dibuat oleh para pihak.<sup>70</sup>

Sama halnya pada Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dalam Pasal 46 ayat (2). Peraturan ini merupakan hasil adaptasi dari ilmu hukum dengan tuntutan kemajuan zaman yang saat ini semakin berkembang. Peraturan ini menyatakan bahwa kontrak elektronik dianggap sah apabila :<sup>71</sup>

- a) Ada kesepakatan kedua belah pihak;
- b) Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap selaras dengan aturan perundang-undangan;
- c) Ada hal tertentu;
- d) Objek transaksi atau objek yang diperjanjikan tidak boleh berlawanan dengan aturan atau norma-norma yang berlaku.

Senada dengan yang disebutkan dalam Pasal 1320 KUHPerdara, poin pertama dan kedua yang dijabarkan di atas merupakan syarat subjektif yang berkaitan dengan subjek perjanjian atau orang yang melakukan perjanjian. Sedangkan poin ketiga dan keempat merupakan syarat objektif yang mengatur mengenai objek perjanjian atau objek yang sedang diperjanjikan. Jika syarat subjektifnya tidak dipenuhi, maka para pihak dapat membatalkan perjanjian tersebut. Jika syarat objektifnya tidak dipenuhi, itu berarti perjanjian tersebut dianggap tidak pernah dibuat dan diadakan oleh para pihak.<sup>72</sup>

Terlihat dari hasil penelitian yang peneliti temukan, hanya sebagian kecil penjual yang benar-benar memberitahukan jenis *Mystery Box*nya

---

<sup>69</sup>Mohamad Rokib Qomarudin, “*Tinjauan Hukum Islam Dan Perdata Terhadap Jual Beli Sistem Mystery Box Di Situs www.Bukalapak.com*”, Skripsi Hukum Perdata Islam, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019), hlm. 42.

<sup>70</sup>*Ibid.*

<sup>71</sup>Kosmas Dohu Amajihono, “*Kekuatan Hukum Kontrak Elektronik*”, Jurnal Panah Keadilan, Vol. 1, No. 2, (Agustus 2022) 131. Diakses pada 29 Juli 2025 doi:6 <https://doi.org/10.57094/jpk.v1i2.458>.

<sup>72</sup>Syifa Fauzia, “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Jual Beli Mystery Box Di E-Commerce Tokopedia Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Perdata Indonesia*”, Skripsi Hukum Perdata Islam, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2024), hlm 52-53.

secara spesifik seperti mencantumkan jenis atau temanya, contohnya *Mystery Box* mainan *figure*. Sisanya sebagian besar penjual tidak memberitahukan apa jenis *Mystery Box*nya dan hanya memberikan kata “*random*” yang berarti secara acak. Adapun penjual yang memberi sedikit gambaran dengan menampilkan foto contoh produk atau barang yang kemungkinan akan didapatkan oleh pembeli, tapi pada realitanya pembeli tetap mendapatkan barang diluar dari foto produk atau barang yang ditampilkan sebelumnya. Sehingga pembeli berhadapan dengan kondisi kemungkinan mendapatkan barang yang dapat dikatakan persentasenya kecil, dengan kata lain pembeli mendapatkan hal yang tidak pasti atau tidak jelas serta perbuatan yang dilakukan oleh penjual sebagai pelaku usaha merupakan perbuatan yang dilarang dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Dari perspektif Hukum Islam juga menyatakan bahwa kegiatan jual beli *Mystery Box* di *e-commerce* ini tidak sesuai atau bertentangan. Kegiatan jual beli *Mystery Box* ini mengandung unsur ketidakpastian atau dalam istilah agama Islam disebut dengan *gharar*. Kegiatan jual beli *gharar* merupakan kegiatan jual beli yang tidak jelas dan tidak pasti serta tidak menampakkan bentuk sesungguhnya dari barang yang dijual kepada pembeli, dimana pembeli bisa mengalami kerugian akibat kegiatan jual beli *gharar* ini yang sarat akan penipuan, sehingga kegiatan jual beli *gharar* ini dilarang oleh Hukum Islam.<sup>73</sup>

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti dapatkan, kegiatan jual beli *Mystery Box* di *e-commerce* hanya memenuhi syarat subjektif yaitu ada kesepakatan dan kecakapan antar pihak, namun tidak memenuhi syarat objektif yang dimaksud yaitu adanya kejelasan objek yang diperjanjikan serta objek perjanjian yang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam hal ini Pasal 1320 KUHPerdara dan Pasal 46 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik serta menurut Hukum Islam. Jadi dapat disimpulkan bahwa kegiatan jual *Mystery Box* di *e-commerce* ini tidak sah menurut aturan yang berlaku.

Untuk cara penyelesaian sengketa konsumen yang diakibatkan dari kegiatan jual beli *Mystery Box* di *e-commerce* dapat ditempuh melalui 2 (dua) jalur yaitu jalur litigasi (melalui pengadilan) dan jalur non-litigasi

---

<sup>73</sup>Jannah, *Op.Cit.* hlm 4.

(penyelesaian di luar pengadilan). Umumnya, orang-orang yang bersengketa akan menempuh jalur non-litigasi terlebih dahulu. Bentuk penyelesaian non-litigasi ada beberapa macam seperti mediasi, konsultasi, arbitrase dan sebagainya.<sup>74</sup> Biasanya kedua belah pihak ditengahi oleh seseorang yang netral dan berkompeten di bidang yang sedang disengketakan. Jika telah mencapai kesepakatan atau titik temu, biasanya para pihak yang bersengketa tidak akan melanjutkan sengketa ke ranah pengadilan. Jika para pihak yang bersengketa tidak mencapai titik temu, sengketa akan berlanjut hingga ke jalur litigasi atau meja hijau pengadilan. Hal ini telah dijelaskan melalui Pasal 45 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.<sup>75</sup>

Dalam menyelesaikan sengketa konsumen, lembaga yang berwenang adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang dibentuk oleh pemerintah. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) melekat pada pemerintahan dan memiliki kantor tersendiri yang tersebar di beberapa kabupaten/kota di Indonesia. Selain itu, ada Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang dibentuk oleh pemerintah dengan tujuan memberikan saran dalam rangka meningkatkan pelayanan mengenai perlindungan konsumen. Di satu sisi juga ada Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang merupakan lembaga non-pemerintah yang mengadvokasi hak-hak konsumen serta menampung kasus-kasus terkait sengketa konsumen. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) termasuk ke dalam jalur penyelesaian sengketa di luar pengadilan atau disebut dengan non-litigasi. Adapun Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) adalah sebagai salah satu tempat pertama yang dapat ditempuh oleh konsumen untuk melaporkan aduan jika menemui kendala atau menghadapi sengketa terkait sengketa konsumen dengan pelaku usaha.

Jika dikaitkan dengan hasil penelitian yang peneliti kumpulkan, konsumen dapat memberi laporan atau aduan melalui Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Setelah memahami duduk perkara serta hak konsumen mana saja yang dilanggar, konsumen dapat memilih untuk menyelesaikan sengketa melalui jalur litigasi atau non-litigasi. Jika

---

<sup>74</sup>I Made Agus Dwi Mandala Putra, dkk., “Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Perdamaian”, *Jurnal Preferensi Hukum*, Vol. 3, No. 3, (November 2022) : 547. Diakses pada 28 Juli 2025, doi:6 <https://doi.org/10.22225/jph.3.3.5588.544-550>.

<sup>75</sup>Pasal 45 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

menempuh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), artinya konsumen memilih jalur non-litigasi. Hal ini sudah disampaikan melalui Pasal 49 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimana pemerintah membentuk Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang merupakan jalur non-litigasi atau penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.<sup>76</sup> Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dalam melaksanakan penyelesaian sengketa konsumen menggunakan cara mediasi, arbitrase, dan konsiliasi. Proses penyelesaiannya ditengahi oleh seseorang yang dianggap kompeten dan netral oleh para pihak yang sedang bersengketa.<sup>77</sup>

Banyaknya pelanggaran yang terjadi seperti muatan klausula baku yang bertentangan dengan aturan yang berlaku, ditambah isi klausula baku yang dicantumkan banyak mengalihkan bahkan meniadakan sama sekali tanggung jawab penjual sebagai pelaku usaha yang membuat hak-hak konsumen banyak dilanggar oleh penjual yang merupakan pelaku usaha, sampai syarat objektif yang tidak terpenuhi sama sekali.

Hal ini perlu mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah mengingat perkembangan zaman yang semakin maju dan canggih dalam penggunaan teknologi. Pemerintah harus hadir bersama konsumen agar tercipta upaya perlindungan konsumen yang mengedepankan kepastian, keadilan, dan kemanfaatan hukum bagi konsumen yang dilanggar hak-haknya. Pemerintah tidak boleh menganggap sepele hal ini karena sudah terjadi sejak awal penggunaan teknologi untuk berbelanja secara daring sampai sekarang.

Pemerintah perlu mengimplementasikan aturan yang berlaku secara tegas agar bisa memberikan efek jera pada pelaku usaha yang tidak mematuhi aturan, dengan cara berkoordinasi dengan *platform* atau penyedia layanan belanja *online* untuk menerapkan aturan yang tegas sehingga kedepannya tidak ada lagi kejadian yang merugikan konsumen. Di sisi lain, pemerintah perlu penyuluhan kepada konsumen agar konsumen mengerti apa saja hak dan kewajiban mereka dalam melakukan kegiatan ekonomi. Selain itu, konsumen juga perlu

---

<sup>76</sup>Pasal 49 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>77</sup>Agustinus Samosir, "Penyelesaian Sengketa Konsumen Yang Dilakukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)", Jurnal Hukum Legal Standing, Vol. 2 No. 2., (September 2018) : 138-139. Diakses pada 29 Juli 2025 doi:6 10.24269/lis.v2i2.1245.

meningkatkan literasi hukum agar tidak terjerumus ke dalam kejadian yang dapat merugikan dirinya sendiri.

#### **D. Penutup**

Melalui penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa perspektif hukum terkait konsep jual beli *Mystery Box* di *E-Commerce* adalah kegiatan jual beli kotak misteri atau *Mystery Box* yang sesuai dengan hukum yang berlaku yaitu pada Pasal 1320 KUHPdata, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, serta Pasal 46 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, serta Hukum Islam.

Keabsahan kegiatan jual beli *Mystery Box* secara *online* di aplikasi *E-Commerce* berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan beberapa aturan pendukung lainnya adalah tidak sah. Peneliti tidak setuju dengan konsep jual beli *Mystery Box* di *E-Commerce* yang ada saat ini sebab masih jauh dari kata adil. Seperti banyaknya penjual yang melanggar aturan yang berlaku dalam hal ini Pasal 1320 KUHPdata, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, serta Pasal 46 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, serta Hukum Islam. Pelanggaran yang dilakukan seperti pencantuman klausula baku yang bertentangan dengan aturan yang berlaku sebagaimana tertera di dalam Pasal 18 UUPK, serta hak-hak konsumen yang dilanggar. Hak-hak konsumen yang dilanggar mulai dari Pasal 4 ayat 2, ayat 3, ayat 4, dan ayat 8 UUPK. Di sisi yang lain, pelaku usaha juga lalai dalam melaksanakan kewajibannya yang tertulis dalam Pasal 7 huruf a, b, d, dan g UUPK. Pelaku usaha juga melakukan perbuatan yang dilarang dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang tertera pada Pasal 8 ayat 1 (huruf a, d, dan f) dan Pasal 8 ayat 2, ayat 3, dan ayat 4 UUPK. Hingga pelanggaran dimana penjual sebagai pelaku usaha tidak memenuhi salah satu syarat penting yang disebutkan di dalam Pasal 1320 KUHPdata yakni syarat objektif, yaitu barang yang dijual oleh pelaku usaha harus jelas dan tidak melanggar peraturan perundang-undangan. Namun dalam kegiatan jual beli *Mystery Box* secara *online* di aplikasi *E-Commerce*, syarat objektif ini tidak terpenuhi karena barang yang dijual tidak jelas dan melawan hukum telah yang berlaku.



## E. Daftar Pustaka

- Agassi, Farhan, "Mengenal Pengertian Penjualan Offline", <https://toffeedev.com/blog/business-and-marketing/mengenal-penjualan-offline>
- Akbar, Amirul, "Perlindungan Konsumen Anak Di Bawah Umur Terhadap Transaksi Jual Beli Online Menggunakan Sistem *Smart Contract*", Skripsi *Ilmu Hukum*, Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, 2023.
- Amajihono, Kosmas Dohu, "Kekuatan Hukum Kontrak Elektronik", *Jurnal Panah Keadilan*, Vol. 1, No. 2, (Agustus 2022) 131. doi: <https://doi.org/10.57094/jpk.v1i2.458>
- Arief, Rifky Pratama. "Hukum Perlindungan Konsumen Atas Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Gambar Pada Transaksi Di Marketplace". *Unes Law Review*. Vol. 6 No. 2, 2023, p. 4953–4963.
- Claudio, Calvin Daniel et al. "Sanksi Pidana Penjualan Obat Di Atas Harga Normal Menurut Pasal 62 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen". *Lex Privatum*. Vol. X No. 1, 2022, p. 162–171.
- Dreams.co.id, "Beli Mystery Box Isinya Tak Sesuai Ekspektasi, Pria Komplain dan Ngamuknya di Kantor Ekspedisi, Netizen: Permalukan Diri Sendiri", <https://www.dream.co.id/stories/beli-mystery-box-isinya-tak-sesuai-ekspektasi-pria-komplain-dan-ngamuknya-di-kantor-ekspedisi-netize.html>
- Fathina, Hana, "Kegiatan Ekonomi: Pengertian, Tujuan, Jenis, Hingga Contoh Kegiatan Ekonomi", <https://ekonomi.bisnis.com/read/20221122/9/1600733/kegiatan-ekonomi-pengertian-tujuan-jenis-hingga-contoh-kegiatan-ekonomi>
- Fauzia, Syifa, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Jual Beli *Mystery Box* Di *E-Commerce* Tokopedia Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Perdata Indonesia", Skripsi Hukum Perdata Islam, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2024.
- Issuance, The et al. "Digital Trust Newsflash The Issuance of Government Regulation No. 71 Year 2019 Regarding Implementation of Electronic System and Transaction"., 2019.
- Jannah, Miftahul "Transaksi Jual Beli Mystery Box Pada Situs Shopee Ditinjau Dalam Dalam Perspektif Ba'i Salam (Studi Kasus di Banda Aceh)", Skripsi Hukum Ekonomi Syariah, Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2020.
- Meilany, Dela et al. "Analisis Yuridis Terhadap Pelanggaran Syarat Objektif Dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata". *Jurnal Hukum Perdata*. Vol. 1 No. 2, 2024, p. 1–13.
- Mandala Putra, I Made Agus Dwi, dkk., "Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Perdamaian", *Jurnal Preferensi Hukum*, Vol. 3, No. 3, (November 2022) 547. Diakses 28 Juli 2025, doi:6 <https://doi.org/10.22225/jph.3.3.5588.544-550>

- Narmia Sari, Nurfyana et al. "Mystery Box and Its Impact on Society (Islamic Law Review)". *International Journal of Islamic Studies*. Vol. 1 No. 2, 2021, p. 95–103. <https://doi.org/10.24252/ijis.v1i2.32436>.
- Nomor, Volume et al. "Legal Responsibility for Mystery Box Sale and Purchase Transactions in E-Commerce". *DE LEGA LATA: Jurnal Ilmu Hukum*. Vol. 8 No. 2, 2023, p. 164–176. <https://doi.org/10.30596/dll.v8i2.15015>.
- Panduan Penjualan Mystery Box (Kotak Misteri), "Apa itu Mystery Box?", <https://seller.shopee.co.id/edu/article/16760>
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- Pusat Bantuan Shopee, "[Akun Saya] Bagaimana cara membuat akun Shopee?", [https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72685-\[Akun-Saya\]-Bagaimana-cara-membuat-akun-Shopee](https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72685-[Akun-Saya]-Bagaimana-cara-membuat-akun-Shopee)
- Pasha, Indra Nugraha, and Hisyam Asyiqin. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Barang Misteri Box Di Market Place Shopee". *Collegium Studiosum Journal*. Vol. 7 No. 1, 2024, p. 20–27. <https://doi.org/10.56301/csj.v7i1.1209>.
- Safira, Tasya et al. "Islamic Economics and Business Review Analisis Transaksi Jual Beli Mystery Box Di E-Commerce Shopee Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam". Vol. 1 No. 2, 2023, p. 145–154.
- Qomarudin, Mohamad Rokib, "Tinjauan Hukum Islam Dan Perdata Terhadap Jual Beli Sistem Mystery Box Di Situs www.Bukalapak.com", Skripsi Hukum Perdata Islam, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019.
- Samosir, Agustinus, "Penyelesaian Sengketa Konsumen Yang Dilakukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)", *Jurnal Hukum Legal Standing*, Vol. 2 No. 2., (September 2018) 138–139. doi:6 10.24269/ls.v2i2.1245
- Sihotang, Kostarika, "Perlindungan Hukum Hak-Hak Nasabah Atas Penerapan Klausula Baku Dalam Perjanjian Kredit Dengan Bank Berdasarkan UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", Skripsi Ilmu Hukum, Medan: Universitas HKBP Nommensen, 2025.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Triartiwi, Komang Ratna dan I Made Dedy Priyanto, "Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Mystery Box Pada Situs E-Marketplace", *Jurnal Kertha Desa*, Vol. 10, No. 3, (Mei 2022) 249–260. doi:6 <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthadesa/article/view/79007>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- Wicaksono, Frans Satriyo. *Panduan Lengkap Membuat Surat-Surat Kuasa*. Jakarta: Visimedia, 2009.