



## Analisis Gharar Dalam Obyek Jual Beli Online

Mohamad Ainun Najib<sup>1</sup>, Muhammad Abduh<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Dosen Jurusan Ekonomi Syariah FEB Universitas Sultan Ageng Tirtayasa  
Email: ainun.najib@untirta.ac.id, HP. 085213433321

---

### Info Artikel

Sejarah Artikel:  
Diterima: 1 Februari  
2022  
Direvisi: 25 Maret 2022  
Dipublikasikan: 21 April  
2023  
e-ISSN: 2829-2960  
p-ISSN: 2829-8101  
DOI: 10.69768/ji.v2i1.19

### Abstract:

*Ease of doing business online, bringing up creative business ideas in marketing business products, or selling various business products, including the practice of dropshipping and mystery boxes. This research will discuss the practice of gharar in online buying and selling in the form of the dropship and mystery boxes. This research is a type of descriptive qualitative research. which aims to understand the phenomenon or occurrence of buying and selling online in the form of dropship and mystery boxes in-depth and descriptive. The results of this study are that the continuity of the handover of dropship products to buyers still depends on ownership or full authority over the goods being traded. Dropship does not interpret aspects of legal ownership of goods. This can cause uncertainty (gharar) in the handover of goods to buyers, the availability of goods and time. Uncertainty in mystery box products can also contribute to greater risk. The equilibrium point in a mystery box product is not the result of the intersection of supply and demand with the same quality. This means that the level of balance that is created is an apparent balance because it brings together demand and supply that differ in quality.*

**Keyword:** *Gharar, Dropshipp, Mystery box*

---

### PENDAHULUAN

Manusia menurut tabiatnya adalah makhluk sosial. Ia tidak bisa hidup sendiri, melainkan harus berinteraksi dengan yang lainnya.

Ia memerlukan bantuan orang lain dan ia juga diperlukan oleh yang lainnya. Ada yang memerlukan bahan pokok, tapi ada juga yang membutuhkan pakaian. Semuanya saling membutuhkan antara yang

satu dengan yang lain. Interaksi tersebut diperlukan suatu aturan yang baik guna menghindari terjadinya kedzoliman di antara sesama manusia, salah satunya adalah transaksi jual beli.

Seiring dengan perkembangan zaman yang modern ini, perkembangan teknologi semakin pesat khususnya internet mempengaruhi proses berinteraksi, gaya hidup dan cara pandang masyarakat saat ini. Termasuk dalam transaksi jual beli yang sebelumnya terjadi dengan pertemuan penjual dan pembeli saat ini mengalami perubahan dengan menggunakan sistem online.

Merilis hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menunjukkan bahwa pada tahun 2018 dari total populasi penduduk Indonesia 264,16 juta orang, sebanyak 171,17 juta jiwa merupakan pengguna internet aktif. Dari hasil survei yang dilakukan oleh APJII, menunjukkan bahwa lebih dari 50 persen penduduk di Indonesia menggunakan internet. Internet masuk dan berkembang dalam masyarakat dengan sangat pesat. Dengan pengguna internet yang tinggi, maka interaksi antar masyarakat melalui internet juga semakin marak bahkan interaksi dalam jual beli. Untuk memenuhi

kebutuhan konsumen dan mengembangkan usahanya, para pelaku usaha memilih untuk melakukan kegiatan usaha dalam jaringan (*daring*) atau *online* pada generasi milenial ini. (HIDAYATI, 2022)

APJII dalam melakukan survei mengenai pengguna internet tidak meninggalkan faktor konten internet (komersial) yang sering pengguna internet gunakan untuk membeli barang atau jasa secara *online*. APJII mencatat sebanyak 46,6 persen orang mengunjungi situs jual beli *online* (*e-commerce*). (<https://apjii.or.id/>, 2023) Berdasarkan riset firma konsultasi bisnis IPSOS sebanyak 64 persen netizen milenial belanja *online*. Survei *online* terhadap 400 orang ini berskala nasional dengan rentang usia responden 18-55 tahun dan dilakukan mulai dari 20-26 Agustus 2018.

Ada pun *e-commerce* yang paling sering dikunjungi dalam satu bulan terakhir generasi millennial adalah Shopee sebanyak 51 persen, Tokopedia 44 persen, Bukalapak 38 persen, Lazada 35 persen, Blibli 17 persen, dan JD.ID 11 persen. Melihat hasil survei tersebut menunjukkan bahwa generasi milenial juga memiliki kontribusi tinggi bagi perkembangan internet khususnya *e-commerce*, dengan demikian para pelaku usaha berlomba-lomba dalam menciptakan produk yang

inovatif, sesuai kebutuhan milenial dan tentunya dengan harga terjangkau.

Kemudahan dalam melakukan bisnis secara online, memunculkan ide-ide kreatif bisnis dalam memasarkan produk bisnis, atau menjual produk produk bisnis yang bervariasi. Secara rukun dan syarat seperti dalam pelaku jual beli, obyek yang dijual, ketentuan pembayaran telah memenuhi syarat dan sah. Tetapi ada hal lain yang menjadi pertanyaan terkait apakah barang yang dijual real ada stok, atau barang yang dijual sesuai dengan yang akan di serahkan. Ini beberapa pertanyaan dalam beberapa ketentuan dalam jual beli online. Secara umum apakah tidak ada unsur ketidak jelasan dalam transaksinya. Karena dalam Islam telah diatur tuntunan dan prinsip dalam setiap transaksi.

Dalam al-Qur'an dan Hadits telah menjelaskan prinsip-prinsip syariah dalam setiap transaksi yang dilakukan hamba-Nya, berfungsi sebagai rambu-rambu manusia dalam setiap transaksinya sehingga dapat terhindar dari praktek yang *syubhat* dan yang diharamkan Allah Swt. Sebagaimana firman Allah, QS. Al-Nisa (4) : 29 : *"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama-suka di antara kamu.*

*Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.*

Dalam hal ini Rasulullah di dalam haditsnya yang diriwayatkan Abu Hurairah *Rādiyallahu 'Anhu* bersabda, *"Akan datang kepada manusia suatu masa, di mana orang tidak lagi peduli tentang apa dan bagaimana sesuatu yang diperolehnya, apakah dari yang halal ataukah dari yang haram"* (HR. Bukhari).

Penjelasan dari Al-Qur'an dan Hadits tersebut mengisyaratkan pentingnya kehati-hatian dalam melakukan berbagai transaksi, dan pentingnya mengetahui hukum dan prinsip syariah pada setiap transaksi baik dalam skala makro maupun dalam skala mikro. Karena setiap transaksi yang salah dan haram berimplikasi kepada tidak sahnya sebuah akad, dan ketika sebuah akad tidak sah akan mendapat dosa yang harus ditanggung pelakunya, dan menyebabkan kerugian dan kesengsaraan di dunia dan di akhirat. Bahkan akan berpengaruh kepada karakter dan akhlak keturunannya, karena harta diperoleh dengan cara yang halal akan mengalir dengan kebaikan-kebaikan, sebaliknya harta yang didapatkan dengan cara yang tidak baik akan mengalirkan keburukan-keburukan. (Najib, 2017)

Dropshipping merupakan salah satu pola bisnis online yang marak dan berkembang saat

ini. Dropshipping adalah metode perdagangan di mana seorang penjual menjual produk tanpa harus menyimpan stok barang atau mengirimkan produk itu sendiri kepada pembeli. Sebaliknya, ketika pembeli melakukan pembelian, penjual memesan produk dari pemasok atau produsen, dan kemudian pemasok mengirimkan produk tersebut langsung ke pembeli.

Dalam dropshipping, penjual bertanggung jawab untuk memasarkan dan menjual produk kepada pembeli, dan pemasok bertanggung jawab untuk mengirimkan produk tersebut langsung kepada pembeli. Penjual mendapatkan keuntungan dari selisih antara harga jual kepada pembeli dan harga yang diperoleh dari pemasok. Keuntungan dari dropshipping adalah bahwa penjual tidak perlu menyimpan stok barang atau mengelola pengiriman, yang dapat mengurangi biaya dan risiko bisnis. Namun, penjual juga harus mempertimbangkan kekurangan dari metode ini, seperti kehilangan kontrol atas ketersediaan produk dan pengiriman, serta persaingan yang tinggi di pasar dropshipping.

Selain itu ide bisnis yang inovatif dan unik adalah *mystery box*. Sesuai namanya produk ini menawarkan sebuah paket namun tak diinformasikan produk atau item apa saja yang ada di dalam paket

tersebut, untuk harga dari *mystery box* ini beragam mulai dari Rp 25.000 hingga ada yang nilainya jutaan. *Mystery box* sebenarnya telah lama dikenal masyarakat dunia sejak 2015 silam terlebih di luar negeri. Beberapa penggunaannya mengunggahnya di media sosial seperti Youtube dan mendapatkan viewer yang tinggi pula. Isi dari *mystery box* juga beraneka ragam mulai dari beberapa alat elektronik, kebutuhan dapur, mainan, pakaian hingga zonk. *Mystery box* tak selalu memiliki nilai tinggi bahkan ada yang isinya benda-benda yang mungkin tak seberapa dan tidak berguna. Dengan adanya ide bisnis yang unik ini, beberapa situs jual beli *online* juga mengikuti trend *mystery box*, salah satunya Lazada. (Ratnasari, 2023)

Lazada merupakan destinasi belanja dan berjualan *online* nomor satu di Asia Tenggara - hadir di Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam. Sebagai pelopor ekosistem *e-commerce* di Asia Tenggara, melalui platform *marketplace* yang didukung oleh berbagai macam layanan pemasaran yang unik, layanan data dan layanan jasa lain, Lazada telah membantu lebih dari 135.000 penjual lokal dan internasional, serta 3000 brand untuk melayani 560 juta konsumen di kawasan Asia Tenggara. Dengan lebih dari 300 juta SKU yang

tersedia, Lazada menawarkan variasi produk dalam berbagai kategori mulai dari barang elektronik hingga barang keperluan rumah tangga, mainan, fashion, perlengkapan olahraga dan kebutuhan lainnya.

Dalam Islam sendiri, sudah menjelaskan bahwa jual beli adalah halal, namun harus tetap dengan cara-cara yang sesuai dengan syara' walau mengikuti perkembangan. Tata cara yang benar tidak akan menyebabkan kerugian pada kedua belah pihak yang melakukan interaksi sehingga menimbulkan itikad baik yang diharapkan oleh masing-masing pihak.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena atau kejadian secara mendalam dan deskriptif. Penelitian ini lebih fokus pada proses daripada hasil, dan mencoba untuk memahami perspektif atau pengalaman subjek yang diteliti. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian kualitatif deskriptif adalah observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Dalam penelitian kualitatif deskriptif, data yang dikumpulkan akan dijelaskan

secara naratif dan disajikan dalam bentuk kutipan, transkripsi wawancara, atau deskripsi dari hasil observasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang fenomena yang diteliti, sehingga hasilnya dapat digunakan untuk memperbaiki atau mengembangkan teori, memperkaya literatur, atau memberikan saran dan rekomendasi untuk perbaikan praktik. Langkah kerja untuk mendeskripsikan suatu obyek, fenomena, atau setting sosial terjewantah dalam suatu tulisan yang bersifat naratif. Artinya, data, fakta, yang dihimpun berbentuk kata atau gambar dari pada angka-angka. Mendeskripsikan sesuatu berarti menggambar apa, mengapa, dan bagaimana suatu kejadian terjadi.

Sumber data dari data primer yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer dalam artikel ini adalah melalui wawancara tidak langsung dengan pihak penjual dan pembeli *mystery box* serta mengamati proses transaksi jual beli *mysterybox* dengan melakukan pembelian melalui *marketplace* Lazada. Sedangkan data sekunder diperoleh atau dikumpulkan dari berbagai sumber baik buku, jurnal

atau artikel-artikel yang menunjang tulisan ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Konsep Gharar

Secara etimologis, merupakan isim mashdar dari ( غَرَّرَ ) Makna kata *gharar* berkisar pada risiko (*khathar*), ketidaktahuan (*jahl*), kekurangan (*nuqsan*) dan/atau sesuatu yang mudah rusak (*ta`arrudh lil halakah*). Sehingga Imam Jurjani menyatakan, *gharar* adalah yang tidak jelas hasilnya (*majhul al-'aqibah*) tidak tahu apakah ada atau tidak. (Jurjani)

Secara terminologis terdapat sejumlah definisi *gharar* dari para ulama: Menurut Imam Syarkhasi dari ulama hanafiyah mengatakan: Sesuatu yang tidak jelas hasilnya. Sedangkan Imam malik mendefinisikan *gharar* sebagai jual beli objek yang belum ada, belum diketahui kualitas barang itu baik atau buruk oleh pembeli, seperti ; jual beli binatang yang telah lepas dari tangan pemiliknya, atau jual beli anak binatang yang masih berada dalam kandungan. Sedangkan menurut Ibnu Taimiyyah *Gharar* adalah konsekuensi yang tidak diketahui (*the unknown consequences*).

Menurut Undang Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, *gharar* yaitu transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak dimiliki, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat

diserahkan pada saat transaksi dilakukan kecuali diatur lain dalam syariah. (Syariah).

### Landasan Hukum Tentang Gharar

Ketetapan larangan transaksi *gharar* sesuai dengan perintah Allah SWT yang termaktub dalam AL-Qur'an dan hadits dari Rasulullah Saw., Dalam surat An-nisa ayat 29 Allah SWT berfirman: "*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*". Para ulama tafsir menjelaskan bahwa salah satu bentuk memakan harta secara batil adalah melakukan transaksi *gharar*. Bahkan secara khusus makan harta dengan cara bathil dapat dilihat dari dua hal, yaitu mengkonsumsi dengan cara dzolim, mencuri, berkhianat atau dengan cara mengambil yang bukan haknya (*ghosob*). Atau dari sisi yang dilarang seperti perjudian, upah penyanyi dan lain sebagainya.

Dalam hadits juga dijelaskan bahwasanya Abu Hurairah mengatakan Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam melarang jual beli *al-hashah* (jual beli dengan cara lempar batu) dan jual beli *gharar*." Dari penjelasan hadits tersebut jelas bahkan transaksi *gharar* adalah

transaksi yang dilarang dalam Islam, karena dalam sistem gharar ini terdapat unsur memakan harta orang lain dengan cara batil. Padahal Allah melarang memakan harta orang lain dengan cara batil. Allah melarang memakan harta sesama dengan cara yang bathil sebagaimana terdapat dalam firman Allah dalam surat Al-Baqarah: 188. *Artinya: "dan janganlah kamu memakan harta diantara kamu dengan jalan yang batil..."*

Filosofi larangan *gharar* adalah adanya pertaruhan dan menimbulkan sikap permusuhan pada orang yang dirugikan. Yakni bisa menimbulkan kerugian yang besar kepada pihak lain. Larangan ini juga mengandung maksud untuk menjaga harta agar tidak hilang dan menghilangkan sikap permusuhan yang terjadi pada orang akibat jenis jual beli ini. (IbnuTaimiyah)

### **Kriteria Gharar**

Terkait pelarangan transaksi gharar ini tidak mutlak, karena ada unsur gharar yang tidak bisa dihindari oleh manusia. Untuk memastikan kriteria gharar yang diharamkan, karena tidak semua gharar di larang, di antara kriterianya adalah (Dhorir, 1993) ;

- a. Gharar dalam kuantitas yang banyak menyebabkan ketidakabsahan sebuah kontrak, berbeda dengan

- gharar dalam kuantitas yang sedikit masih diperbolehkan.
- b. Gharar yang terjadi pada akad-akad komersial seperti jual beli, sewa menyewa dan lain sebagainya. Sedangkan gharar masuk dan yang bersifat sosial diperbolehkan ada unsur ghararnya.
- c. Gharar tidak masuk dalam kategori akad kebutuhan pokok banyak orang. Jika dalam akad tersebut termasuk yang dibutuhkan apalagi sangat dibutuhkan maka tidak berlaku adanya hukum gharar. (Dhorir, 1993) Apalagi yang telah menjadi kebiasaan suatu daerah dapat dimanfaatkan atau ditolerir dalam akad jual beli baik karena sedikit jumlahnya maupun karena sulit memisahkan dan menentukan. Misalnya, gharar yang terjadi dalam menentukan jumlah pemakaian air yang dibayar untuk keperluan mandi umum, karena sulit menentukan jumlah air tertentu dari air yang dipakai atau adanya biji-bijian kapas di dalam kapas ketika kapas diperjualbelikan.

Di antara praktek kontemporer yang mengandung unsur gharar adalah short selling,

yaitu suatu cara yang digunakan dalam penjualan saham yang belum dimiliki dengan harga tinggi dengan harapan akan membeli kembali pada saat harga turun. (MUI)

### ***Dropshipping di Market Place***

Salah satu metode pemasaran di market place dengan system dropshipping. Secara bahasa, dropship dapat diartikan sebagai pengiriman barang dari pihak supplier atau produsen langsung kepada pelanggan, tanpa melalui persediaan atau gudang penjual. Penjual hanya bertindak sebagai perantara dalam transaksi antara pelanggan dan pihak supplier atau produsen. Dalam model bisnis dropship, penjual tidak perlu menyimpan stok barang di gudangnya, dan memperoleh keuntungan dari selisih harga jual dan harga beli produk.

Dropship adalah tehnik pemasaran dimana penjual tidak menyimpan stok barang, dan dimana jika penjual mendapatkan order maka penjual akan meneruskan pesannya ke distributor/supplier. Lalu supplier akan mengirim barang tersebut dengan menggunakan nama penjual atau dropshipper. Dengan cara begini maka seolah-olah dropshipper memiliki toko pribadi dengan stok barang yang lengkap.

Skema dropship seperti yang kita uraikan berikut ini; Dalam

praktik dropship yang terjadi adalah dropshipper menerima sejumlah uang dari pembeli, kemudian dropshipper menyetorkan uang kepada pemilik barang. Yang terjadi disini masih dalam taraf, tukar uang dengan uang dengan selisih nominal.

### ***Produk Mystery Box di Market Place***

Kalau dideskripsikan *Mystery box* adalah bagian dari produk atau disebut sebagai sebuah strategi pemasaran yang dilakukan oleh beberapa penjual di *marketplace*, salah satu *market place* yang menjual adalah Lazada. Ciri khas dari produk *mystery box* di antaranya dalam kerahasiaan bentuk, jumlah, dan spesifikasi barang namun mencantumkan jenis/kategori barang yang ada di dalam box tersebut. Contoh dalam *market place* di Lazada banyak yang menjual *mystery box* dengan kategori kecantikan, sepatu, alat olahraga, alat rumah tangga, dan lain sebagainya.

Penjualan produk *mystery box* market place khusus Lazada sudah sejak dari tahun 2017 pada moment Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) yang hingga sekarang masih banyak penelusuran mengenai *mystery box* di Lazada. Untuk mengetahui proses penjualan produk tersebut

akan dijelaskan unsur-unsur yang ada sebagai berikut:

a. Unsur Penjual dan Pembeli

Dalam jual beli *mystery box* ada dua pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut, yaitu, Izzat Store (penjual *mystery box*) dan pembeli *mystery box*

b. Proses Transaksi dalam *mystery box*

Jual beli *mystery box* dilakukan secara *online* melalui aplikasi maupun website Lazada. Praktik jual beli *mystery box* di Lazada pun sederhana, tidak jauh berbeda dengan jual beli produk lain maupun di *platform* lainnya. Seperti mengakses *platform* pada umumnya yaitu dengan membuka situs [www.Lazada.com](http://www.Lazada.com) atau dengan membuka aplikasi Lazada yang telah di unduh melalui ponsel, selanjutnya melakukan pencarian pada fitur pencarian yang terdapat di aplikasi. Lakukan pencarian terhadap barang yang ingin di beli pada aplikasi Lazada tersebut.

Dalam konteks penelitian ini, penulis melakukan pembelian *mystery box* dan melakukan pencarian produk *mystery box* pada

fitur pencarian yang tersedia kemudian akan muncul beragam produk *mystery box* yang tersedia di Lazada. Seperti yang terlihat pada gambar di atas, bahwa dalam situs Lazada banyak yang menawarkan produk *mystery box* sesuai dengan kategori yang diinginkan. Setelah menentukan kategori yang diinginkan, yang dilakukan selanjutnya adalah melakukan *checkout* dengan memastikan informasi pribadi mengenai nama pembeli dan alamat benar. Kemudian memilih kurir pengirim barang serta melakukan metode pembayaran.

Pada situs Lazada ini menyediakan berbagai metode pembayaran, sehingga pembeli dapat memilih metode yang sesuai dengan kehendak pembeli. Dalam situs atau aplikasi Lazada ini terdapat metode pembayaran sebagai berikut, akun Dana, kartu kredit maupun debit, transfer ke *virtual* akun bank, transfer ke rekening bank, pembayaran melalui gerai yang bekerja sama dengan Lazada (indomart/alfamart), internet banking, cicilan kartu kredit, Lazada kredit dan bisa juga bayar di tempat (CashOn Delivery). Setelah memilih metode pembayaran yaitu membuat pesanan.

Setelah membuat pesanan maka pembeli akan mendapat notifikasi dari pihak toko yang

menjual produk melalui pesan, yang mana agar pembeli mengkonfirmasi pembelian tersebut dan akan segera diproses. Barang yang dipesan dapat dipantau melalui aplikasi Lazada dari mulai proses pengemasan, proses pengiriman hingga sampai ke tangan pembeli.

### **Analisis Gharar Pada Dropship**

Sebagaimana yang penulis sampaikan pada paparan teoritis sebelumnya, batasan yang ada pada penelitian ini mengacu pada praktik dropship yang terjadi dimana dropshipper menerima sejumlah uang dari pembeli, kemudian dropshipper menyetorkan uang kepada pemilik barang. Terhadap aktivitas penjualan dropship dapat terjadi peristiwa hukum dimana; 1. Dropshipper mendapatkan ijin dari pemilik barang awal untuk dijual dengan harga yang lebih tinggi, dan 2. Dropshipper tidak mendapatkan ijin dari pemilik barang awal untuk melakukan aktifitas penjualan pada barang yang dipasarkan pemilik barang.

Gharar dapat terjadi pada beberapa kasus, diantaranya 1. Barang yang dijual tidak jelas; 2. Harga dan barang yang dihargai tidak jelas atau ukurannya tidak jelas, tenggang waktu pembayarannya tidak jelas untuk jual beli yang pembayarannya

tunda; 3. Tidak diketahui wujudnya atau diragukan keberlangsungan serah terimanya; dan 4. Tidak diketahui keselamatan kekekalan barangnya.

Pada praktiknya, kejelasan mengenai barang dropship yang ada pada *marketplace* jika diukur menurut spesifikasi dan kualitas masih menunjukkan pada standar penilaian yang akurat. Hal ini terjadi karena pengirim dari barang pesanan dropship masih berasal dari pemilik barang awal. Sekalipun terjadi perbedaan harga pada produk dropship dalam tampilan *marketplace*, hal tersebut belum dapat memenuhi kualifikasi sebagai potensi gharar karena tampilan harga memiliki kejelasan yang akurat yang tidak bisa berubah (memiliki kepastian harga yang jelas).

Potensi *gharar* baru dapat terlihat pada keberlangsungan serah terima dari produk dropship tersebut. Sebagaimana yang kita tahu bahwa praktik dropship ada yang telah mengantongi Ijin dari pemilik barang awal dan juga ada yang dilakukan tanpa ijin pemilik barang awal. Hal ini memiliki makna bahwa keberlangsungan serah terima produk dropship kepada pembeli masih bergantung pada kepemilikan atau kuasa penuh atas barang yang diperdagangkan.

Salah satu syarat sah dalam transaksi bisnis adalah adanya

kepemilikan penuh terhadap harta yang menjadi objek transaksi yang nantinya akan dialihkan. Hal ini dapat diartikan bahwa objek transaksi harus legal, bisa diserahkan dan merupakan milik penuh dari salah satu pihak. Kepemilikan secara bahasa diartikan sebagai penguasaan terhadap sesuatu dan wewenang di dalam mengatur, menggunakan dan memanfaatkannya. Menurut istilah ahli fikih adalah sebagaimana yang disebutkan dalam kitab *Al-Fiqhu Al-Islami* karya Muhammad Salam Madkur, "*Kepemilikan merupakan hubungan yang diakui syariat antara manusia dan sebuah harta, di mana manusia tersebut diberikan pengkhususan terhadap suatu harta sehingga orang lain tidak dapat bertindak dan memanfaatkannya. Dengan hubungan dan hak tersebut, si pemilik jika sudah memenuhi syarat bertransaksi, ia diperbolehkan untuk memperlakukan harta tersebut dengan berbagai macam cara yang diperbolehkan oleh syariat dan di dalam batas yang telah ditentukan oleh syariat.*" Dalam perundang-undangan kontemporer, kepemilikan diartikan sebagai, "*Hak eksklusif untuk memanfaatkan dan mengeksploitasi sesuatu serta menggunakannya secara permanen, dan semua itu harus berada dalam koridor syariat.*" (Idris, Muhammad: 2022)

Dengan demikian dapat diketahui bahwa terhadap aktivitas dropship yang tidak mendapatkan

ijin dari pemilik barang merupakan transaksi yang tidak legal karena dropshiper tidak menginterpretasikan aspek kepemilikan barang yang sah. Hal ini mampu menimbulkan ketidakpastian dalam serah terima barang kepada pembeli karena barang dikuasai penuh oleh pemilik asalnya, bukan dikuasai atau diwakilkan kepada dropshiper. Ketersediaan barang dan waktu pengiriman bersifat tidak pasti, sehingga mampu merugikan pihak pembeli yang membutuhkan barang tersebut.

### **Analisis Gharar Pada Penjualan Mystery Box**

Salah satu ketentuan dalam jual beli diketahuinya obyek barang yang dijual, baik secara kualitas barang maupun dari sisi kualitas barang. Karena kualitas barang merupakan syarat terjadinya jual beli baik bagi penjual maupun pembeli, jika tidak maka termasuk jual beli gharar.

Menurut Ibnu Rusyd dalam kitab *bidayatul mujtahid* dijelaskan bahwa Gharar dapat terjadi pada beberapa kasus, diantaranya 1. Barang yang dijual tidak jelas; 2. Harga dan barang yang dihargai tidak jelas atau ukurannya tidak jelas, tenggang waktu pembayarannya tidak jelas untuk jual beli yang pembayarannya

tunda; 3. Tidak diketahui wujudnya atau diragukan keberlangungan serah terimanya; dan 4. Tidak diketahui keselamatan kekekalan barangnya. Diantara jual beli yang mengandung ciri gharar ada yang dengan jelas disebutkan dalam nash, serta ada pula jual beli yang tidak disebutkan namanya oleh nash.

Jual beli dengan aspek gharar yang disebutkan namanya dalam nash seperti tradisi jahiliyah. Contoh pertama jual beli dengan aspek *gharar* dikenal dengan istilah *bai' al-habl al-habl*, baik bayi yang dalam kandungan yang disebut *madhamin* maupun hasil peranakan pejantan yang disebut *mulaqih*. Salah satu bentuk ketidakjelasan dalam kualitas penjualan anak hewan yang masih dalam kandungan induknya, penjual maupun pembeli tidak mengetahui kondisi anak dalam kandungannya, kemudian Ketika lahir apakah dalam dalam kondisi hidup atau mati. Apabila anak sapi tersebut lahir normal, maka si pembeli untung, namun apabila ternyata anak sapi tersebut lahir dalam keadaan cacat, maka ia rugi. Kedua, ialah jual beli *mulamasah* yang merupakan jual beli barang dengan cara disentuh dimalam hari yang gelap sehingga tidak diketahui sejatinya barang tersebut. Dan ketiga ialah *munabadhah*, yakni penjual dan pembeli saling melempar barang hingga tidak jelas barang mana yang dipertukarkan. Keempat, jual beli

*khasat*, yaitu jual beli dengan cara melempar batu pada dagangan dan yang kena berarti wajib dibeli. Kelima, jual beli menggunakan dua akad yang diberi sebutan *bai'atini fi bai'atin*. Keenam, jual beli buah sebelum jelas wujudnya.

Melihat pada berbagai kasus diatas, titik ekulibrium bukanlah hasil perpotongan dari penawaran dan permintaan dengan kualitas yang sama. Artinya tingkat keseimbangan yang tercipta adalah keseimbangan semu karena mempertemukan permintaan dan penawaran yang berbeda kualitasnya.

Praktik mystery box yang dilakukan pada berbagai aktivitas jual beli memiliki potensi gharar pada aspek tidak diketahui wujudnya dan mampu mengarah pada keseimbangan semu karena mempertemukan permintaan dan penawaran yang berbeda kualitasnya.

Dilihat dari etika bisnis islami aktivitas mystery box mengesampingkan konsep rasionalitas dalam konsumsi, karena tidak memiliki orientasi yang menjurus pada konsep *maslahah* yang dikenksikan dengan kebutuhan. Sedangkan jika dilihat pada aspek kepuasan (*utility*), wujud produk yang ada pada mystery box yang tidak diketahui mampu memberikan nilai guna yang tidak maksimal.

Dapat dipahami bahwa untuk mencapai suatu tujuan, maka diperlukan suatu pengorbanan. Namun, jika pengorbanan tersebut lebih besar dari hasil yang diharapkan, maka dapat dipastikan bahwa telah terjadi pemubadziran atas suatu sumberdaya. Perilaku mencegah wasting ini diinginkan oleh setiap perilaku ekonomi, karena dengan terjadinya kemubadziran berarti telah terjadi pengurangan dari sumberdaya yang dimiliki tanpa kompensasi berupa hasil yang sebanding.

Ketentuan mengenai *gharar* yang tertuang dalam *nash* sejatinya disampaikan dan diimplementasikan untuk meminimalisir resiko (*risk aversion*) dalam aktivitas ekonomi. Ketika nilai hasil yang diharapkan lebih kecil dari resiko yang ditanggung maka resiko menjadi sesuatu yang tidak memiliki nilai (*unworthed*) bagi konsumennya. Ketidakpastian dalam produk *mystery box* juga mampu memberikan kontribusi terhadap resiko yang lebih besar pula. Dalam kondisi ketidakpastian, setiap pelaku ekonomi harus berusaha untuk mencari dan melengkapi informasi serta kemampuannya. Hal ini kemudian digunakan untuk mengkalkulasi suatu resiko masuk ke dalam *worthed* atau *unworthed* sehingga dapat ditentukan keputusan apakah akan

menghadapi resiko tersebut atau menghindarinya (P3EI, 2013).

Terjadinya asimetris informasi atau ketidaklengkapan dalam produk yang ditawarkan mampu memberikan celah pada terjadinya *tadlis* (penipuan) pada transaksi bisnis. Hal ini tentu mampu merugikan pihak pembeli, disisi lain transaksi menghadirkan barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan/keinginan mampu menggiring pada perilaku boros yang tidak mengedepankan aspek rasionalitas dalam transaksi ekonomi.

## KESIMPULAN

Keberlangsungan serah terima produk *dropship* kepada pembeli masih bergantung pada kepemilikan atau kuasa penuh atas barang yang diperdagangkan. *Dropship* yang tidak mendapatkan ijin dari pemilik barang merupakan transaksi yang tidak legal karena *dropshipper* tidak menginterpretasikan aspek kepemilikan barang yang sah. Hal ini mampu menimbulkan ketidakpastian (*gharar*) dalam serah terima barang kepada pembeli karena barang dikuasai penuh oleh pemilik asalnya, bukan dikuasai atau diwakilkan kepada *dropshipper*. Ketersediaan barang dan waktu pengiriman bersifat tidak pasti,

sehingga mampu merugikan pihak pembeli yang membutuhkan barang tersebut.

Ketidakpastian dalam produk *mystery box* juga mampu memberikan kontribusi terhadap resiko yang lebih besar pula. asimetris informasi atau ketidaklengkapan dalam produk yang ditawarkan mampu memberikan celah pada terjadinya tadelis (penipuan) pada transaksi bisnis. Titik ekulibrium dalam produk *mystery box* bukanlah hasil perpotongan dari penawaran dan permintaan dengan kualitas yang sama. Artinya tingkat keseimbangan yang tercipta adalah keseimbangan semu karena mempertemukan permintaan dan penawaran yang berbeda kualitasnya

#### DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qurthuby, Ibnu Rusyd. (1995). *Bidayatul Mujtahid wa Nihayatul Muqtashid. Darul Ibnu Hazm*. Beirut, Libanon.
- Darmawan, A. (2019). Meningkatkan peran inkubator bisnis sebagai katalis penciptaan wirausaha di asia pasifik: tinjauan ekonomi makro. *EQUITY*, 01-12.
- Dhorir, S. M. (1993). *Al-Ghoror fil al-Uqud* . Jedah: Bank Islami Li Tanmiyah.
- Ferdaus, N. N., Zahrati, F., & Hidayatullah, A. (2020). Business incubation model based on productive zakat for economic recovery SMEs of post COVID-19. *4TH INTERNATIONAL CONFERENCE OF ZAKAT PROCEEDINGS*, (pp. 49-60). Surabaya.
- Ginting, A. L. (2020). Dampak angka harapan hidup dan kesempatan kerja terhadap kemiskinan. *EcceS: Economics, Social, and Development Studies*, 42-61.
- Hasbullah, R., Surahman, M., Yani, A., Almada, D. P., & Faizaty, E. N. (2014). Model pendampingan UMKM pangan melalui inkubator bisnis perguruan tinggi. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 43-49.
- <https://apjii.or.id/>. (2023, April 8). Retrieved from <https://apjii.or.id/>.
- IbnuTaimiyah. (n.d.). *Kutub wa Rasa'ilwa Fatawa Syekhul Islam IbnuTaimiyah* . Kairo: Dar IbnuTaimiyah Vol. 29.h.22-23.
- Jurjani, A. (n.d.). *Al-Ta'rifat* . Beirut: Dar al-Kitab al-Arobi,1405 H. Cet.I .
- Kominfo. (2021). *Pentingnya Trnsformasi Wakaf Indonsesia Menuju Wakaf Produktif*. Diambil kembali dari Kominfo: <https://www.kominfo.go.id/content/detail/32260/pentingnya-trnsformasi-wakaf-indonsesia-menuju-wakaf-produktif/0/berita>
- MES. (2020). *Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah di Indonesia Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi*. Retrieved

- from MES:  
<http://www.ekonomisyariah.org/11340/peningkatan-literasi-dan-inklusi-keuangan-syariah-di-indonesia-melalui-pemanfaatan-teknologi-informasi/>
- MUI, F. D. (n.d.). *Fatwa DSN no: 80/DSN-MUI/III/2011 tentang penerapan prinsip syariah dalam mekanisme perdagangan efek bersifat ekuitas di pasar reguler Bursa Efek*. Jakarta.
- Najib, M. A. (2017). Penguatan Prinsip Syariah pada Bank Syariah. *Jurnal Juriceprudence*, 3.
- Novriansyah, M. A. (2018). Pengaruh pengangguran dan kemiskinan terhadap pertumbuhan ekonomi di Provinsi Gorontalo. *Gorontalo Development Review*, 59-73.
- Presiden RI. (2021). *Presiden Jokowi Luncurkan Gerakan Nasional Wakaf Uang*. Retrieved from Presiden RI: <https://www.presidentri.go.id/siaran-peresiden-jokowi-luncurkan-gerakan-nasional-wakaf-uang/amp/>
- Puspajuita, E. A. (2018). Factors that influence the rate of unemployment in Indonesia. *International Journal of Economics and Finance*, 140-147.
- Ratnasari, N. (2023, April 7). *Mysteri Box, Bisnis Unik Lewat Sebuah Kotak*. Retrieved from <https://uangonline.com/mysteri-box-bisnis-unik-lewat-sebuah-kotak/>.
- Sagath, D., Burg, E. V., Cornelissen, J. P., & Giannopana, C. (2019). Identifying deign principles for business in the European space sector. *Journal of Business Venturing Insights*, 1-30.
- Sulistiyani, D., Asikin, N., Soegianto, S., & Bambang, S. (2020). Pelaksanaan dan pengembangan wakaf uang di Indonesia. *Jurnal USM Law Review*, 328-343.
- Syariah, U. P. (n.d.). *Penjelasan Pasal 2 UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah*.
- Uyun, Q. (2015). Zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf sebagai konfigurasi filantropi Islam. *Islamuna*, 218-234.