

Analisis Transaksi Jual Beli *Mystery Box* di *E-Commerce* Shopee Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam

¹Tasya Safira, ²Prima Dwi Priyatno*

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

[*primadpriyatno@upnvj.ac.id](mailto:primadpriyatno@upnvj.ac.id)

*Penulis Korespondensi

Received: 14 January 2023

Published: 30 January 2023

Abstract

Mystery box transactions are mostly carried out in e-commerce where the item sales system does not mention the criteria for the item so that the buyer will not know what to get. On the other hand, in Islam, all transactions are very concerned so that they must be in accordance with sharia principles, the value of Islamic business ethics is inseparable in a business and is a unified whole that needs to be considered in the current competitive business competition to get the benefit of both parties. This study aims to determine the application of Islamic business ethics in mystery box online buying and selling transactions. The research method used is descriptive qualitative with a phenomenological research approach on Shopee e-commerce. Semi structured interviews, observation, and documentation are some of the methods used to collect data. The results of this study indicate that mystery box sellers have not conducted business in accordance with Islamic business ethics because the fundamental principle of unity has been violated. Islamic business ethics must be used in accordance with a number of criteria, including unity, truth, accountability, honesty, and free will.

Keyword: *E-commerce; Islamic Business Ethics; Mystery Box; Sale and Purchase*

Abstrak

Transaksi *mystery box* banyak dilakukan di *e-commerce* dimana sistem penjualan barang ini tidak menyebutkan kriteria barang tersebut sehingga pembeli tidak akan mengetahui apa yang akan didapat. Pada sisi lain dalam Islam segala transaksi sangat diperhatikan sehingga harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, tidak terlepas pula nilai etika bisnis Islam dalam suatu bisnis dan merupakan satu kesatuan utuh yang perlu diperhatikan pada kompetitifnya persaingan bisnis saat ini untuk mendapatkan masalah kedua belah pihak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mekanisme jual beli *mystery box* dalam tinjauan etika bisnis Islam di *e-commerce* shopee. Metode penelitian yang dipakai yaitu kualitatif deskriptif dengan pendekatan penelitian fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara semi terstruktur, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan penjual *mystery box* belum melakukan bisnis yang sesuai etika bisnis Islam karena prinsip fundamental tauhid telah dilanggar. Penerapan etika bisnis Islam harus mengacu pada beberapa indikator yakni tauhid, kebenaran, tanggungjawab, kejujuran, dan juga kehendak bebas.

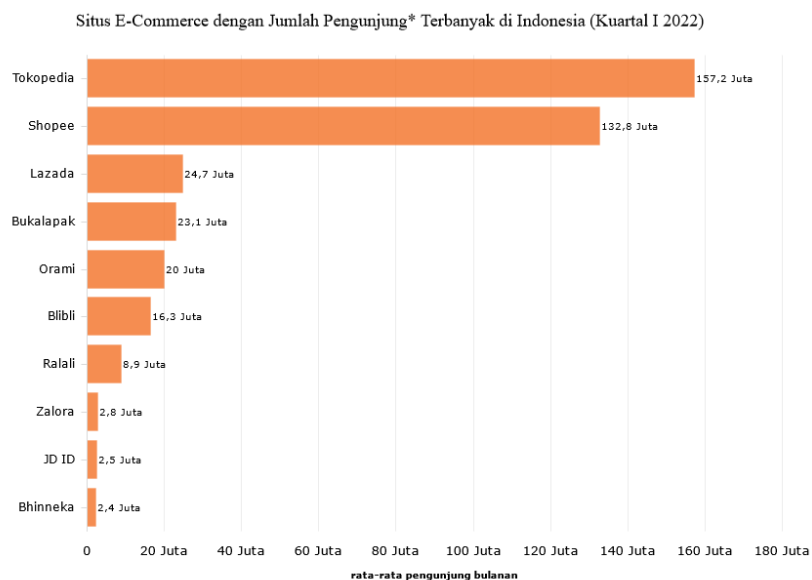
Kata Kunci: *E-commerce; Etika Bisnis Islam; Jual Beli; Kotak Misteri.*

PENDAHULUAN

145 | Analisis Transaksi Jual Beli *Mystery Box* di *E-Commerce* Shopee...

Bermuamalah melalui media sosial telah diatur dalam Fatwa DSN-MUI No.24 Tahun 2017 dimana fatwa tersebut menjelaskan bahwasannya muamalah adalah proses interaksi antara individu atau kelompok, termasuk produksi, distribusi, konsumsi dan penggunaan teknologi informasi. Dengan banyaknya jual beli online yang terjadi saat ini, Islam memperbolehkan hal tersebut dilakukan selama tidak terdapat dalil yang melarang kegiatan tersebut. Meskipun begitu, kegiatan jual beli online tetap harus mengikuti sebuah ketentuan yang ada (Librianty, 2017).

Aplikasi belanja *online* yang terdapat di Indonesia saat ini sudah banyak dijumpai. Salah satu aplikasi yang sedang banyak digunakan masyarakat yaitu Shopee. Shopee adalah *website* atau marketplace untuk jual beli online yang dapat dengan mudah diakses atau digunakan dengan *gadget*. Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang dikenal ramah terhadap UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dikarenakan mudahnya system pendaftaran bagi penjual dengan hanya bermodalkan E-KTP, produk yang akan dijual, dan juga nomor telepon (Faizah, 2020).



Gambar 1. Data Pengunjung E-Commerce

Sumber: katadata.co.id

Gambar 1 menunjukkan bahwasannya yang memimpin pasar di *e-commerce* di Indonesia yakni Tokopedia dan Shopee. Jika dilihat dari rata-rata jumlah pengunjung tiap bulannya, terlihat bahwasannya kedua *e-commerce* tersebut memiliki persaingan yang semakin ketat. Merujuk pada katadata.co.id,, jumlah pengunjung Tokopedia naik sebesar 5,1% dari kuartal IV 2021 149,6 juta menjadi 157,2 juta pada kuartal I 2022. Diurutan kedua terdapat shopee dimana pada kuartal I 2022 tercatat rata-rata pengunjung bulanan sebesar 132,77 dari kuartal sebelumnya yang hanya sebesar 131,9 sehingga naik 0,6% .

Banyaknya penjual di *e-commerce* Shopee ini maka berpengaruh terhadap persaingan usaha diantara para penjual. Para penjual online harus terus melakukan inovasi terbaru untuk persaingan usaha ini seperti pemasaran yang kreatif untuk

146| Analisis Transaksi Jual Beli *Mystery Box* di *E-Commerce* Shopee...

menarik perhatian konsumen, dengan adanya dorongan tersebut menyebabkan munculnya beberapa system penjualan yang dinilai unik dalam *e-commerce* Shopee. Fenomena yang saat ini terjadi adalah jual beli *mystery box* atau kotak misteri. Dalam Transaksi *mystery box* ini dilakukan dengan system menjual barang tanpa menyebutkan kriteria barang tersebut sehingga pembeli tidak akan mengetahui apa yang akan didapat dan sistem jual ini sedang banyak terjadi di *e-commerce* Shopee. Kolom detail produk mengatakan bahwa barang-barang di dalam *mystery box* akan dikirim secara acak sesuai yang dikirim oleh penjual dan tidak dapat dikembalikan setelah konsumen membelinya. Tidak menutup kemungkinan barang yang dikirim penjual memiliki harga yang tidak setara dengan harga yang dibayarkan pembeli. (Nugroho & Astuti, 2022). Pada sisi lain, nilai etika dalam suatu bisnis merupakan satu kesatuan utuh yang perlu diperhatikan pada kompetitifnya persaingan bisnis saat ini. Jika suatu bisnis yang dijalankan telah melakukan etika dan nilai-nilai bisnis secara benar, maka bisnis tersebut mendapatkan keuntungan materi dan non materi seperti citra positif dan juga kepercayaan dari konsumennya (Azizah, 2020).

Dalam beberapa penelitian terdahulu, kajian mengenai analisis penerapan etika bisnis Islam pada transaksi jual beli *mystery box* pada *e-commerce* Shopee belum ditemukan. Selain itu penelitian *mystery box* yang dilakukan pada *e-commerce* shopee masih cukup sedikit jika dibandingkan dengan *e-commerce* lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep dan penerapan etika bisnis Islami dalam jual beli kotak misteri. Sehingga penelitian ini diharapkan dapat membuat literasi penjual meningkat ketika melakukan transaksi jual beli *online* dengan mengacu pada kode etika bisnis syariah.

TINJAUAN PUSTAKA

Etika Bisnis Islam

Menurut Rachman et al (2018) etika bisnis Islam diartikan sebagai sebuah proses yang mengatur kegiatan bisnis berdasarkan hukum benar dan salah dan juga hukum Islam yang menjadi tumpuan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya (Rachman et al., 2018). Etika Bisnis Islam merupakan suatu etika yang digunakan dalam kegiatan bisnis sesuai dengan kaidah Islam dimana hal tersebut telah dianggap sebagai ajaran yang benar seperti nilai kejujuran, keadilan, kebebasan, dan juga kebenaran. Fitrah manusia akan menjadi sempurna ketika nilai etika tersebut dilaksanakan dengan baik sesuai aturan. Pengetahuan terkait nilai mungkin sudah dimiliki oleh setiap manusia, namun dalam hal melakukan kontrol terhadap perilaku umat Islam, maka Al-Qur'an dan Hadist merupakan jawaban dari itu semua karena di dalamnya telah menjadi sumber sebagai pedoman segala aspek kehidupan dan termasuk bisnis (A'yun et al., 2021). Al-Qur'an telah mengatur etika bisnis Islam salah satunya pada QS Al-Nahl ayat 90:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkar, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat.

Menurut Djakfar (2012) etika bisnis Islam dapat diukur pada beberapa hal antara lain:

1. Tauhid

Landasan yang sangat filosofis, prinsip kesatuan berfungsi sebagai landasan utama bagi setiap tindakan yang dilakukan oleh seorang Muslim yang beriman dalam menjalani hidupnya secara maksimal. Amalan yang dilakukan sesuai dengan syariat Allah membentuk dasar tauhid ketuhanan. Operasi bisnis terhubung dengan prinsip dan tujuan ilahi.

2. Keadilan

Setiap orang harus diperlakukan sama sesuai dengan standar yang adil dan wajar, jujur, dan dapat dipertahankan. Keadilan mengamanatkan bahwa tidak ada hak atau kepentingan pihak yang boleh digunakan untuk melawan mereka. Islam menuntut agar semua orang terutama mereka yang tidak populer, diperlakukan secara adil dalam menjalankan bisnis dan aktivitas lainnya.

3. Kehendak Bebas

Kebebasan mengacu pada kebebasan total manusia untuk melakukan bisnis, baik secara individu maupun kolektif. Manusia bebas mengadopsi ide-ide Islam dalam ekonomi karena masalah ekonomi diliputi oleh ajaran muamalah bukan ibadah, maka aturan umum yang berkaitan dengan muamalah adalah "apa saja boleh kecuali yang dilarang", dan Islam melarang riba dan ketidakadilan.

4. Tanggung Jawab

Tanggung jawab dalam dunia bisnis ada di dua sisi, vertikal kepada Allah dan horizontal kepada masyarakat. Perilaku bertanggung jawab dalam bisnis dapat tercermin dalam memberikan layanan terbaik kepada konsumen. Konsep tanggung jawab sangat berlaku dalam dunia bisnis. Namun, ketika sebuah bisnis mencapai tujuan yang ditargetkan atau menghasilkan keuntungan setelah terlibat dalam semua aktivitas bisnis yang diperlukan dengan berbagai kebebasan, itu tidak berarti bahwa semua telah selesai. Segala sesuatu yang dilakukan pengusaha harus dapat dipertanggungjawabkan, baik pertanggung jawaban ketika pembisnis memproduksi barang, melakukan transaksi jual beli dan melakukan perjanjian.

5. Kebenaran

Istilah kebenaran dalam konteks bisnis mengacu pada maksud, sikap, dan perilaku yang tepat, termasuk perolehan komoditas dan perhitungan keuntungan. Kebajikan dan kejujuran adalah dua komponen kunci dari prinsip ini. Pendekatan kebajikan dalam menjalankan bisnis ditunjukkan dengan kesediaan dan keramahan bermuamalah. Kejujuran ditunjukkan dengan melakukan semua operasi bisnis dengan jujur dan tanpa melakukan penipuan sekecil apapun.

Jual Beli dalam Islam

Jual beli memiliki artian atas suatu perjanjian tukar menukar barang dimana kegiatan tersebut dilakukan tanpa adanya paksaan dari pihak manapun, dimana pihak pembeli mendapatkan barang yang dibelinya dan penjual mendapatkan suatu kompensasi dari hasil penjual barang yang telah disepakati sesuai syariat Islam. Transaksi jual beli memiliki dua unsur untuk melakukannya yakni ijab dan qabul. Kegiatan jual beli yang dilakukan oleh manusia ialah suatu perilaku tolong menolong dan hal itu dianjurkan dalam agama Islam (Zurohman & Rahayu, 2019). Rukun dan syarat tertentu wajib dipenuhi di transaksi jual beli dikarenakan hal ini ialah suatu aturan yang memiliki konsekuensi saat peralihan hak suatu barang dari penjual ke pembeli (Syaikhu et al., 2020). Adapun rukun jual beli menurut Sarwat (2018):

- a. Terdapat pelaku yakni pelaku yaitu penjual dan pembeli
- b. Terdapat akad
- c. Terdapat barang dan juga jasa yang diperjualbelikan (fiqh jual beli)

Adapun syarat-syarat yang terdapat dalam jual beli yakni:

a.) Syarat orang yang berakad (*aqid*)

Terdapat dua syarat untuk orang yang berakad yaitu:

1. Baligh dan berakal sehat. Sehingga akad jual beli tidak sah apabila dilakukan oleh orang yang belum baligh dan tidak berakal.
2. Melakukan akad dengan suka sama suka tanpa adanya paksaan dari pihak lain.

b.) Syarat objek akad (*Ma'qud 'Alaih*)

Terdapat lima syarat untuk objek akad dalam jual beli yaitu:

1. Suci
2. Dapat diserahkan
3. Barang, ukuran, serta sifat dari barang tersebut harus diketahui oleh kedua belah pihak
4. Dapat membawa manfaat
5. Dibawah kuasa orang yang melakukan transaksi

c.) Syarat ucapan serah terima (*Sighat Ijab Qabul*)

Terdapat tiga syarat *sighat* yaitu:

1. Di dalam proses *ijab qabul* tidak terdapat suatu perkataan yang memisahkan atau dipisahkan dengan diam secara lama yang dimana hal ini pembeli dianggap telah berpaling dari *qabul*.
2. *Ijab* dan *qabul* dilakukan sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati bersama sebelumnya.
3. Tidak terdapat ketergantungan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif-deskriptif yang berlokasi pada *e-commerce* shopee. Objek pada penelitian ini yakni etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli *online mystery box*. Sedangkan subjek penelitiannya yaitu 5 penjual *mystery box* di shopee dan 5 pembeli *mystery box* di shopee. Sumber data yang digunakan yakni sumber primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini antara lain wawancara semi terstruktur, observasi, dan juga dokumentasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktik Jual Beli *Mystery Box* di Shopee

Jual beli *mystery box* adalah jual beli yang berisi barang dan harga yang berbeda-beda dimana pembeli tidak mengetahui barang yang akan didapatnya karena sifat barang yang dikirim *random*. Alur jual beli *mystery box* yaitu sebagai berikut:

1. Pembeli melakukan pencarian dengan mengetik '*mystery box*', dari situ akan keluar berbagai macam toko dan produk yang dijual dalam *mystery box*.
2. Pembeli melakukan pembelian dengan klik 'pesan sekarang', kemudian menentukan berapa kuantitas yang akan dibelinya namun tidak mengetahui barang yang akan didapat.
3. Masuk ke dalam layar checkout, disini pembeli diminta untuk mengisi identitas diri seperti nama, nomor telepon, dan alamat lengkap untuk nantinya dijadikan sebagai alamat tujuan pengiriman barang.
4. Setelah itu pembeli memilih jasa pengiriman dan juga metode pembayaran yang diinginkan.
5. Setelah pembeli berhasil melakukan pembayaran, akan muncul notifikasi terkait proses verifikasi yang telah berhasil. Selanjutnya pembeli hanya cukup menunggu sampai barang sampai di tujuan.

Transaksi Jual Beli *Mystery Box* di Shopee dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam

Penilaian etika bisnis Islam tidak terlepas dari beberapa indikator yang perlu dilakukan, berikut merupakan hasil penelitian peneliti terkait indikator tersebut:

1. Tauhid

Penjual *mystery box* di shopee telah mengetahui dan menjual produknya yang sifatnya tidak melanggar syariat Islam. Jual beli dalam Islam harus memenuhi rukun dan syarat, salah satu rukun jual beli adalah objek jual beli tersebut dimana memiliki syarat halal. Dalam hal ini, barang pada produk *mystery box* yang dijual merupakan barang yang halal. Namun demikian, aspek kehalalan juga dilihat dari unsur-unsur yang ada pada transaksi jual beli tersebut. Berdasarkan pernyataan Saudari Hana, mengindikasikan jual beli *mystery box* ini merupakan jual beli yang sifatnya gharar (spekulasi). Spekulasi disini dikarenakan pembeli *mystery box* tidak mengetahui barang apa yang akan didapatkannya. Selain unsur gharar, jual beli *mystery box* juga mengandung unsur *maysir* (perjudian) karena jual beli seperti ini sifatnya untung-untungan sehingga terdapat pembeli yang mendapatkan barang yang masih dalam keadaan bagus bahkan hadiah utama seperti handphone dan jam tangan. Namun, ada juga pembeli yang mendapatkan barang lama dimana kondisi barang sudah tidak bagus.

2. Keadilan

Hal ini dapat tercermin dalam penetapan harga barang yang dijual oleh pembeli dengan memperhatikan unsur sepadan terhadap kualitas barang. Penjual *mystery box* telah melakukan penetapan harga yang sesuai. Hal ini telah sesuai dengan pendapat Imam Al-Ghazali bahwasannya keadilan sangat relevan dalam hal penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga yang sebanding (Al-Ghazali, 1995). Dalam produk *mystery box* terdapat beberapa penjual yang menawarkan hadiah utama seperti handphone, namun terdapat ketentuan khusus bagi pembeli jika ingin mendapatkan hadiah utama tersebut dan pembeli tidak diberitahu terkait ketentuan tersebut. Dalam Islam, transparansi ketentuan jual beli merupakan suatu keharusan yang dilakukan penjual agar tidak ada pembeli yang merasa dibedakan. Seharusnya penjual *mystery box* memberi tahu terkait ketentuan yang menjadi acuan mereka dalam memilih pembeli yang mendapatkan hadiah utamanya sehingga meminimalisir kekecewaan pembeli karena hal tersebut bisa saja diluar dari ekspektasi pembeli ketika melakukan transaksi *mystery box*.

3. Kehendak Bebas

Penjual *mystery box* menjual produknya tanpa melakukan paksaan kepada pembeli melainkan menggunakan cara yang dapat menarik konsumennya. Penjual *mystery box* telah menjalankan prinsip kehendak bebas sesuai dengan teori yang disampaikan Susminingsih (2020) dimana dalam jual beli berlaku aturan kebebasan bagi kedua belah pihak untuk melakukan hak dan kewajibannya yaitu hak memilih dan hak pilih dalam bertransaksi. Kedua belah pihak bisa sama-sama melaksanakan transaksi bisnis atau justru membatalkannya (Susminingsih, 2020).

4. Tanggung Jawab

Terkait pengemasan pada barang *mystery box*, penjual telah melakukan pengemasan dengan baik menggunakan bubblewrap bahkan kardus. Sehingga barang yang akan sampai di pembeli dapat dijamin keamanannya, kecuali terdapat kerusakan dari pihak kurir. Namun dari sisi pembeli, peneliti menemukan adanya barang pada *mystery box* yang dinilai kemasannya sudah kurang baik tidak seperti kemasan barang baru pada umumnya yang mengindikasikan barang tersebut sudahlah lama. Selain itu, peneliti juga menemukan penjual yang tidak menerima retur atau penggantian barang jika terdapat kerusakan. Hal ini bertentangan dengan hak *khiyar aib* pembeli karena pembeli belum mengetahui cacat barang tersebut dan mengetahuinya setelah akad, pihak pembeli berhak melakukan *khiyar* antara mengembalikan barang atau meminta ganti rugi sesuai dengan adanya cacat.

5. Kebenaran

Dalam jual beli *mystery box* penjual tidak memberikan deskripsi barang apa yang terdapat di dalamnya, estimasi, warna barang, dan lain sebagainya. Berdasarkan beberapa pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwasannya dalam transaksi jual beli *mystery box* mengandung unsur *gharar* (spekulasi). Hal ini sejalan dengan temuan hasil penelitian Fahrurrozi et al (2021) yang menemukan bahwa sebagian pembeli kecewa (dzalim) dan praktik jual beli *mystery box* dilarang karena barang-barang di dalam kotak misteri tidak dijelaskan secara jelas atau mengandung *gharar* dengan harga yang cukup tinggi (Fahrurrozi et al., 2021). MUI Sulawesi Selatan juga mengeluarkan fatwa terkait transaksi jual beli *mystery box* yang dinilai haram yakni fatwa nomor 01 tahun 22. Fatwa ini dikeluarkan karena menerima keluhan dari masyarakat yang dirugikan karena transaksi jual beli *mystery box* tersebut.

Promosi dan persaingan merupakan suatu hal yang sudah lazim dilakukan pada penjual untuk menarik konsumennya, namun ajaran Islam menganjurkan muslim melakukan bisnis dengan selalu bersaing secara sehat, memiliki perilaku baik, jujur, dan adil. Penjual *mystery box* di shopee melakukan promosi dan persaingan yang baik dengan tidak melakukan kecurangan terhadap konten promosinya karena sebagian besar dari mereka hanya melakukan iklan di shopee ataupun mengirim link pada grup di media social. Selain itu dalam persaingan *mystery box*, rata-rata penjual *mystery box* tidak merasa melakukan persaingan dengan sesama pedagang melainkan hanya berfokus dengan barang milik pribadi yang dijualnya sehingga tidak ada persaingan kotor bahkan terdapat pula penjual *mystery box* yang lebih memilih untuk memunculkan kelebihan pada produknya dibandingkan bersaing dengan pedagang lain sehingga pembeli akan datang sendiri.

Terkait gambar yang di posting pada produk *mystery box* di shopee, kebanyakan penjual mengambil foto dari internet lalu mengeditnya karena seperti diketahui gambar pada produk *mystery box* umumnya hanya berisikan gambar box dan ditambah hiasan pendukung. Peneliti menemukan masih terdapat penjual *mystery box* yang tidak melakukan *quality control* yang tidak menyeluruh dan juga

masih terdapat beberapa konsumen yang kecewa terhadap jual beli *mystery box* dikarenakan barang yang didapatnya tidak sesuai keinginan bahkan terdapat barang yang rusak. Seharusnya, pedagang *mystery box* harus memikirkan kepuasan pelanggannya karena dalam Islam kepuasan konsumen merupakan masalah dimana Islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan non fisik yang didasarkan atas nilai-nilai syariah.

SIMPULAN

Praktik jual beli *mystery box* memiliki mekanisme yang sama seperti ketika melakukan transaksi jual beli di *e-commerce*. Perbedaan mencolok hanya pada pemilihan barang, dimana biasanya pembeli dapat memilih barang yang ingin dibelinya meliputi jenis barang, warna barang, dan spesifikasi lainnya. Sedangkan pada transaksi jual beli *mystery box*, pembeli tidak diperkenankan untuk memilih spesifikasi tersebut dikarenakan barang yang dikirim penjual bersifat random. Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan, peneliti menarik kesimpulan bahwasannya pada jual beli *mystery box* di shopee, penjual telah menjalankan prinsip kehendak bebas dengan tidak memaksa pembeli. Meskipun demikian, prinsip tauhid tidak terpenuhi terlihat dari unsur syarat jual beli dimana pembeli tidak mengetahui barang yang akan didapatnya atau mengandung unsur *gharar* (spekulasi). Seharusnya tauhid merupakan prinsip dasar atau fundamental dalam kepatuhan syariah yang perlu dipatuhi sehingga apabila prinsip ini tidak terpenuhi maka prinsip lain tidak bisa dibenarkan. Berdasarkan pembahasan tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya penjual *mystery box* di shopee belum menjalankan etika bisnis yang sesuai dengan ketentuan dalam islam.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyarankan untuk pihak penjual sebaiknya lebih memahami etika bisnis Islam ketika ingin melakukan bisnis tidak hanya mementingkan keuntungan yang sifatnya materi saja. Selain itu, sebaiknya masyarakat dalam menjalankan transaksi jual beli *online* tidak melihat produk yang sifatnya untung-untungan seperti pada produk *mystery box* ini dikarenakan hal ini bersifat *gharar* (spekulasi) sehingga dapat meminimalisir kekecewaan karena barang yang datang tidak sesuai dengan ekspektasi ketika awal membeli. Bagi penulis selanjutnya, peneliti memiliki saran untuk melakukan pengembangan penelitian mengenai penerapan etika bisnis Islam pada transaksi jual beli *mystery box* di shopee dengan teori maupun metode lain.

DAFTAR PUSTAKA

A'yun, Q. A. N., Chusma, N. M., Aulia, C. N., & Putri, F. N. L. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Popular Di 153 | Analisis Transaksi Jual Beli *Mystery Box* di *E-Commerce* Shopee...

- Indonesia. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*, 1(2), 166–181.
- Al-Ghazali. (1995). *Ihya 'Ulum al-Din* (Jilid 3 Te). CV As-Syifa.
- Azizah, M. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: *Humani (Hukum dan Masyarakat Madani)*, 10(1), 83–96. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.344>
- Fahrurrozi, M. H., Febriadi, S. R., & Irwansyah, S. (2021). fikih muamalah akad bai' terhadap praktik jual beli mystery box di situs tokopedia. *Prosiding hukum ekonomi syariah*, 7(1), 108–112. <http://dx.doi.org/10.29313/syariah.v7i1.26419>
- Faizah, N. A. (2020). *Jual Beli Sistem Mystery Box di Market Place Shopee Perspektif Fiqih Muamalah*.
- Librianty, A. (2017). Fatwa Lengkap MUI tentang Hukum dan Pedoman Muamalah via Medsos. In *Liputan6.com*.
- Nugroho, M., & Astuti, F. Y. (2022). Jual Beli Mystery Box pada E-Commerce dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam. *Economic Insights*, 1(2), 137–147.
- Rachman, F. F., Setyawan, S., & Rahmi, D. (2018). Identifikasi Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Fasion Busan Muslim di Pasar Baru Trade Center. *Prosiding Ilmu Ekonomi*, 4, 37–43. <http://repository.unisba.ac.id/handle/123456789/25015>
- Susminingsih. (2020). Etika Bisnis Islam. In *PT. Nasya Expanding Management*.
- Syaikhu, Ariyadi, & Norwili. (2020). Fikih Muamalah Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer. In *K-Media* (Vol. 53, Nomor 9).
- Zurohman, A., & Rahayu, E. (2019). *Jual beli*. 5, 21–32.