

Perjanjian Kerja Pekerja Kontrak Perspektif Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003

Artikel	Abstrak
<p>Rezky Handayani Chambali¹</p> <p>¹ Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Kendari, Indonesia</p> <p>Email Correspondence: rezkymuhsin@gmail.com</p> <p>Data: Received: Feb, 23, 2023; Accepted: Juli 10, 2023; Published: Sep 22, 2023</p> <p>DOI: 10.31332/flr.v5i1.6143</p>	<p>Praktik jual beli online mystery box telah menjadi fenomena populer dalam beberapa tahun terakhir, karena daya tarik misteriusnya dan menarik banyak penggemar. Namun, pada kenyataannya, beberapa orang merasa kecewa dengan konsep jual beli online mystery box karena beberapa produk bisa mengecewakan. Tujuan hukum ekonomi Islam terhadap konsep jual beli online mystery box diperlukan untuk menentukan apakah hal tersebut diperbolehkan dalam hukum Syariah atau tidak. Penelitian ini berfokus pada jual beli online mystery box di merek Pingu. Penelitian ini juga akan membahas: 1) bagaimana praktik jual beli online mystery box di merek Pingu dilakukan, dan 2) bagaimana pandangan hukum ekonomi Islam terhadap jual beli online mystery box di merek Pingu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap apakah terdapat gharar (ketidakpastian) dalam praktik jual beli online mystery box di merek Pingu. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kepustakaan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat gharar dalam praktik jual beli online mystery box di merek Pingu. Hal ini disebabkan oleh beberapa fakta yang terkait dengan ketidakpuasan konsumen terhadap hasil jual beli online mystery box di merek Pingu. Selain itu, gharar dalam praktik jual beli online mystery box di merek Pingu terletak pada ketidakjelasan objek yang dijual. Penulis juga memberikan masukan tentang perlunya evaluasi dan perbaikan yang dilakukan oleh merek Pingu untuk meminimalkan gharar dalam jual beli online mystery box di merek Pingu</p> <p>Kata Kunci: Misteri Box, Gharar, Brand Pingu.</p>

A. Pendahuluan

Gaya konsumsi sebagian masyarakat Indonesia tidak diimbangi dengan pikiran kritis. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya konsumen *mystery box* yang metodenya ialah produk berada dalam kotak tetapi tidak diketahui oleh pembeli produk tersebut, sebelum paket/orderan sampai di tangan pembeli, sehingga isinya terkesan misteri. Hal itulah yang membuat strategi pemasaran ini diberi nama *mystery box*. Selain itu, *mystery box* juga banyak ditemui di *online shop* yang tersedia di *e-commerce* dengan harga miring.

Misalnya, membeli kotak misteri tersebut seharga Rp.50.000 dan menerima produk dengan nilai jauh di atas harga seharusnya. Tidak sedikit juga beberapa pedagang malah memanfaatkan tren *mystery box* ini untuk meraup untung besar.¹

Melalui fenomena di atas, konsep *mystery box* sangat rentan merugikan konsumen/pembelinya. Peneliti *Center of Economic and Law Studies* (Celios), Muhammad Andri Perdana menjelaskan, terdapat dua jenis praktik iming-iming barang mahal dengan harga sangat murah biasa ditemukan di *marketplace online* Indonesia saat ini. *Pertama*, menurutnya adalah penipu biasanya mencoba menjual barang dengan harga terlampaui murah dengan alasan seperti sedang cuci gudang atau barang *black market*. *Kedua*, memancing pembeli dengan memberikan iming-iming sama, namun hanya bias didapatkan jika beruntung. Andri menyebut, dengan kata lain, “pembeli dipancing untuk membeli kucing dalam karung”.² Uraian di atas menunjukkan kecenderungan konsep *mystery box* ada pada metode yang kedua. Akan tetapi, konsep *mystery box* perhari ini masih samar-samar secara hukum. Di samping itu, secara hukum ekonomi syariah, konsep *mystery box* juga terindikasi adanya praktek *gharar*.

Melalui problem dilematis di atas, beberapa penelitian turut menjelaskan tentang larangan *gharar* dalam jual beli, yang terkadang secara tidak sadar pelaku ekonomi mempraktekkan *gharar* demi meraih keuntungan tanpa melihat aturan-aturan dan norma yang ada dalam jual beli serta konsumen yang tidak jeli dalam memfilterisasi gaya konsumsinya, khususnya pelaku usaha muslim/muslimah dan juga konsumen muslim/muslimah. Dalam hal ini beberapa kontribusi penelitian tentang *gharar* sebagai berikut: Penelitian Pertiwi, Azzahrah dan Berliana (2021), menjelaskan bahwa masih banyak sebagian masyarakat, khususnya umat Islam yang belum mengetahui tentang *gharar*, sehingga tidak menyadari melakukan transaksi jual beli online yang terindikasi *gharar*.³ Selain itu, penelitian Erliana (2020) juga menjelaskan bahwa tidak sedikit jual beli online yang menampilkan gambar dan testimoni palsu sebagai strategi pemasarannya. Hal ini tentu juga sangat jelas adalah *gharar*.⁴ Senada dengan yang diungkapkan oleh Syahputra dan Yoesoef (2020), bahwa praktek *gharar* juga diterapkan dengan cara *endorsement* di platform Instagram, adanya ketidaksesuaian antara produk yang di-*endorse* oleh selegram dan produk yang dibeli oleh konsumen. Dari penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa praktek *gharar* di masyarakat sangat banyak dan bermacam-macam caranya.⁵

Penelitian ini berfokus membahas praktek jual-beli *mystery box* yang ada pada brand Pingu. Penulis melihat praktek *mystery box* pada brand Pingu masih belum ditinjau

¹ Anatasia Wahyudi, *Marak Praktik Penipuan Mystery Box, Celios Sarankan E-Commerce Lebih Proaktif*. Retrieved September 5, 2022, from *Barisan.co*: <https://barisan.co/marak-praktik-penipuan-mystery-box-celios-sarankan-e-commerce-lebih-proaktif/>, 18 Juli, 2022.

² Anatasia Wahyudi, *Ibid...*

³ Pertiwi dkk, *Pemahaman Konsumen terhadap Gharar dalam Transaksi Online di Market Place, Pekan Ilmiah Mahasiswa FKIP UNIS*, 2021.

⁴ Lilik Erliana, *Jual Beli Online yang Mencantumkan Gambar dan Testimoni Palsu Studi Market Place Melalui Facebook. Falah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol.1, No.1, 2021.

⁵ Angga Syahputra & Yoesrizal M. Yoesoef, *Praktek Gharar pada Endorsement Produk di Media Sosial Instagram. Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*: Vol. 5, No.2, Desember, 2020

melalui perspektif hukum Islam, sehingga perlunya tinjauan lebih dalam mengenai praktek-praktek jual beli *mystery box* yang diterapkan brand Pingu, mengingat tidak sedikitnya umat Islam yang menggunakan konsep jual beli tersebut. Penelitian ini juga akan fokus membahas praktek-praktek jual-beli *mystery box* brand Pingu serta komentar konsumen terkait konsep tersebut. Setelah penulis mengulas praktek-praktek jual beli *mystery box* pada brand pingu, penulis akan meninjau melalui hukum ekonomi syariah terkait praktek *mystery box* yang ada pada brand Pingu. Tentunya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola jual-beli *mystery box* khususnya pada brand Pingu dan tanggapan hukum ekonomi syariah perihal jual beli *mystery box* yang ada pada brand Pingu. Melihat uraian tersebut, sehingga peneliti menyusun tema dari penelitian ini dengan judul “Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Pada Transaksi Jual Beli Online Mystery Box Di Brand Pingu”.

B. Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis kualitatif yaitu mengumpulkan, mempelajari, dan menganalisa masalah yang ada kaitannya dengan penelitian ini. Sedangkan teknik pengumpulan data ditempuh melalui *library research* dengan beberapa upaya ditempuh yaitu mengumpulkan buku-buku sumber dan beberapa jurnal artikel ilmiah yang berkaitan potensi tinjauan hukum ekonomi Islam pada transaksi jual beli online *mystery box*. Dari beberapa sumber tersebut, kami mereduksinya untuk memfokuskan serta menjawab permasalahan penelitian ini menjadi tinjauan hukum ekonomi Islam pada transaksi jual beli online *Mystery Box* pada brand Pingu.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Gambaran Umum Brand Pingu di Market Place Shopee

Brand Pingu telah memproduksi baju anak sejak tahun 1998 di Jakarta, dengan target pasar anak usia 3 bulan hingga 12 tahun. Saat pertama kali diluncurkan, ia hadir dengan produk bayi yang mencakup segalanya, dan karena permintaan untuk produk pakaian model ini masih tinggi dan mempertahankan fitur pembeda sangat penting, produk ini dibuat hingga saat ini. Kaos bayi *overall*, yang sering dikenal dengan sebutan kaos "kodok" oleh para penggemarnya, diterima secara luas di pasaran karena bahan, model, dan harga menarik yang tersedia untuk semua konsumen (Pingu & Uni Color, 2020).⁶

Pingu saat ini tersedia di hampir semua kota besar dan *department store* di Indonesia. Ini juga cukup mudah untuk ditemukan dan diperoleh. Merek kedua dari Pingu, Uni Color, hanya tersedia di Matahari Department Store yang memiliki lokasi hampir di seluruh kota di Indonesia. Perusahaan Uni Color yang berdiri sejak 2015 hanya menjual pakaian pria dan memiliki pendekatan yang lebih ringan dan berwarna (Pingu & Uni Color, 2020).⁷

⁶ Pingu & Uni Color, Retrieved April 2, 2023, from www.pakaianbaqus.com:https://www.pakaianbaqus.com/pingu-unicolor/, September, 2020.

⁷ Pingu & Uni Color, *Ibid*....

Setelah bertahun-tahun berkecimpung dalam industri fashion retail, Pingu & Uni Color kini dapat ditemui secara online, dengan tujuan utama menjangkau pasar dan melayani pelanggan yang lebih luas, baik secara mandiri di situs resmi *www.clothingbagus.com* maupun di hampir semua e-commerce di Indonesia, seperti *marketplace Shopee*. Pingu ditawarkan dalam berbagai koleksi, antara lain untuk bayi, laki-laki, dan perempuan. Koleksi ini antara lain piyama bayi, jeans, kemeja, sweater, gaun, dan blus. Menurut pemilik brand Pingu bahwa pakaian anak harus selalu mengikuti trend fashion serta nyaman dipakai (Pingu & Uni Color, 2020).⁸

2. Jual Beli Mystery Box pada Brand Pingu di Market Place Shopee

Proses jual-beli dengan sistem *mystery box* brand Pingu di *market place* Shopee dapat dilakukan oleh semua pengguna. Langkah pertama, pengguna *login* pada akun miliknya. Jika belum memiliki akun dapat mengunduh terlebih dahulu di aplikasi *store*, jika sudah maka pengguna melengkapi identitas untuk bisa *login* pada aplikasi. Ketika pengguna sudah login pada halaman utama *market place* Shopee, pengguna dapat menuliskan kata kunci *mystery box*. Pada pencarian tersebut akan ditampilkan beberapa keyword yang sedang ramai dikunjungi seputar *mystery box*. Sehingga pengguna juga perlu menambahkan kata sesuai dengan kebutuhan yang pengguna inginkan. Pada konteks ini, penulis memfokuskan pada jual beli *mystery box* brand Pingu yang terdapat di *marketplace* Shopee. Dalam hal ini, jual beli *mystery box* yang ada pada brand Pingu berfokus pada pakaian anak. Sehingga mayoritas yang menggunakan *mystery box* brand Pingu ialah seorang Ibu yang masih memiliki anak di bawah umur

Tahap selanjutnya, jika pengguna telah menemukan produk yang sesuai dengan keinginan, pengguna dapat mengklik gambar atau foto tersebut. Sehingga akan muncul tampilan toko penyedia produk yang telah dipilih pengguna. Pada toko tersebut juga tertera harga, rincian produk, serta penilain produk dari pembeli. Setelah pengguna telah merasa cocok dengan produk, harga, serta perform toko, maka dapat dilangsungkan proses pembelian dengan menekan tombol “beli sekarang” di kolom bawah kiri, atau jika ingin melihat yang lain produk tersebut dapat disimpan terlebih dahulu dengan memasukkan ke dalam keranjang, yaitu dengan menekan tombol “masukkan keranjang” di kolom bawah bagian tengah.

3. Fakta-Fakta Jual Beli Mystery Box pada Brand Pingu

Seperti halnya transaksi jual beli yang dilakukan pada *market place* lainnya, jual beli di *market place* Shopee pada brand Pingu dengan sistem *mystery box* juga terdapat fakta-fakta. Menurut penulis, fakta-fakta sementara tentang *mystery box* yang ada pada brand Pingu masih sesuai dengan permintaan masyarakat. Untuk sementara, penulis belum menemukan fakta-fakta kekecewaan dari masyarakat karena adanya ketidaksesuaian dari permintaan atau keinginan masyarakat. Diketahui bersama bahwa sistem *mystery box* membuat pembeli/konsumen tidak mengetahui apa yang ditransaksikan karena *output* dari sistem jual beli tersebut dibuat terkesan misteri. Akan

⁸ *Ibid....*

tetapi, penulis juga menemukan beberapa fakta-fakta lain tentang pembelian *mystery box* pada brand Pingu yang sangat berbeda dengan fakta-fakta sebelumnya.

Sebagaimana telah diulas sebelumnya bahwa pemberian nilai berupa lima bintang yang dimaksudkan bahwa pembeli/konsumen merasa puas terhadap produk tersebut. Akan tetapi terdapat fakta yang berbeda seperti gambar di atas bahwa adanya ketidakpuasan dari pembeli/konsumen terhadap pembelian *mystery box* pada brand Pingu dengan ditandai pemberian bintang satu. Hal ini dikarenakan adanya kecacatan dari produk yang dibeli konsumen, dan pelayanan yang lambat respon sehingga membuat konsumen/pembeli kecewa terhadap barang/produk yang sampai kepada mereka.

Hal ini ditandai dengan penilaian bintang 1, dan hal tersebut dikarenakan adanya ketidaksesuaian harapan konsumen dengan barang yang ia beli melalui sistem *mystery box*. Kekecewaan konsumen dikarenakan produk yang datang tampilannya sudah kusam dan pudar, bahkan ketika konsumen mengajukan pengembalian, pihak brand Pingu menolak pengajuan tersebut. Di samping itu, terdapat juga komentar kekecewaan dikarenakan konsumen/pembeli yang telah mengajukan beberapa kali untuk pengembalian atau ditukarkan dengan produk yang lain, tetapi tidak adanya tanggung jawab dari pihak penjual, bahkan adanya penolakan secara terang-terangan saat pembeli/konsumen brand Pingu mengajukan pengembalian tersebut.

Menurut penulis, fakta-fakta di atas yang diantaranya kekecewaan konsumen/pembeli adalah resiko yang harus ditanggung sendiri oleh pihak pembeli/konsumen. Kesan misteri yang dihadirkan, secara tidak langsung pembeli/konsumen harus menerima konsekuensi dari produk yang akan datang. Beberapa konsumen mendapatkan yang sesuai harapan, tetapi beberapa konsumen juga mendapatkan yang tidak sesuai dengan harapan. Hal ini bila ditinjau lebih dalam, maka terdapat kesamar-samaran, bahkan pembeli/konsumen dibuat menerka-nerka dengan produk yang akan datang. Dalam perspektif hukum Islam, dapat disimpulkan adanya indikasi *gharar* dalam praktek *mystery box* brand Pingu. Akan tetapi perlu peninjauan lebih dalam terkait fenomena tersebut, dikarenakan tidak semua praktek jual beli *mystery box* brand Pingu dapat disebut *gharar*. Hal ini ditandai ada banyak juga komentar yang baik terhadap jual beli *mystery box* brand Pingu.

4. Tinjauan Hukum Islam dalam Jual Beli *Mystery Box* pada Brand Pingu

Jual beli merupakan aktivitas yang tidak dapat lepas dari keseharian manusia di muka bumi. Melalui aktivitas tersebut manusia dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam proses pemenuhan kebutuhan hidup, sering kali jual beli berjalan bebas sesuai kehendak masing-masing pihak. Hal tersebut kemudian menjadi pemicu adanya kecurangan dan penyimpangan pada transaksi yang dilakukan. Sehingga Islam hadir dalam wujud fiqih muamalah sebagai pengatur, agar transaksi yang dilakukan dapat berjalan dengan sehat. Landasan terkait jual beli dapat ditemukan dalam Q.S An Nisa'(4) ayat 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahan Kemenag 2019: *Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

Berdasarkan ayat di atas, telah jelas bahwa Allah memerintahkan kepada umatnya agar dalam memenuhi kebutuhan hidup dilakukan dengan cara yang diperbolehkan, salah satunya dengan transaksi perdagangan atau jual beli. Transaksi jual beli sekarang ini telah hadir dengan berbagai macam media dan cara, salah satunya jual beli dengan sistem *mystery box*. Jual beli tersebut dilakukan dengan menggunakan media elektronik sehingga antara penjual dan pembeli tidak perlu saling bertatap muka dalam melakukan suatu transaksi. Transaksi muamalah semacam ini tentu saja boleh dilakukan, asal tidak menyalahi apa yang telah dilarang dalam Al-Qur'an dan Hadis. Hal tersebut sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam prinsip muamalah melalui kaidah fiqh berikut (Arfan, 2017):⁹

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Hukum asal dalam muamalah adalah boleh sepanjang tidak ada dalil yang mengharamkannya.”

Menurut Arfan (2017) konsep jual beli Islam juga memiliki syarat dan rukun yang harus diperhatikan oleh para pelaku jual beli, agar muamalah yang dilakukan dapat dihukumi sah atau boleh. Syarat dan rukun tersebut sebagai berikut:¹⁰

5. Syarat para pihak yang berakad

Para pihak yang berakad ialah mereka yang berkepentingan dalam transaksi jual beli. Adapun syarat yang harus diperhatikan oleh para pihak yang berakad yaitu *baligh* dan berakal, serta antara pembeli dan penjual bukanlah orang yang sama. Dalam jual beli *mystery box* brand Pingu di *market place* Shopee sudah dapat dipastikan bahwa para penggunanya adalah orang yang sudah *baligh* dan berakal, dan antara penjual dan pembeli bukanlah orang yang sama. Hal ini sebagaimana yang tertera dalam poin syarat layanan (Shopee, 2023) pada bagian “pernyataan dan jaminan anda”. Bahwa:¹¹

“Anda menyatakan dan menjamin bahwa:” “(a) Anda memiliki kapasitas hukum (dan dalam hal anak di bawah umur, persetujuan yang sah dari orang tua atau wali), hak dan kemampuan untuk mengikatkan diri pada Syarat Layanan ini dan mematuhi ketentuan-ketentuannya; dan (b) Anda akan menggunakan Layanan untuk tujuan yang sah saja dan sesuai dengan Syarat Layanan ini serta semua undang-undang, aturan, kode, arahan, pedoman, kebijakan dan peraturan yang berlaku.”

⁹ Abbas Affan, *99 Kaidah Fiqh Muammalah Kulliyah Tipologi dan Penerapannya Dalam Ekonomi Islam dan perbankan syariah*, (Malang: UIN Maliki Press, 2017).

¹⁰ Abbas Affan, *Ibid...*

¹¹ Shopee, *Syarat dan Layanan*. Retrieved April 2, 2023, from Shopee Pusat Bantuan: <https://help.shopee.co.id/portal/article/71187>, Februari, 2023.

Sehingga pada syarat ini jika pengguna *market place* Shopee telah memenuhi ketentuan yang diberikan, dalam hal ini pembelian *mystery box* brand Pingu maka syarat ini tidak ada masalah.

6. Syarat ijab kabul

Menurut jumhur ulama', syarat perihal ijab qabul ialah maksud atau tujuan dari ijab qabul yang dilakukan tersebut harus jelas, selain itu lafad ijab qabulnya harus saling bersesuaian, dan antara penjual dan pembeli harus ada unsur kerelaan.

Dalam jual beli *mystery box* lafad ijab oleh penjual dinyatakan dalam kolom rincian produk. Sedangkan lafadz qabul oleh pembeli dinyatakan ketika pembeli telah memesan barang dan membayarkan uang seharga barang *mystery box* brand Pingu yang dibeli kepada pihak Shopee. Aktivitas tersebut secara tidak langsung dapat dikatakan sebagai ungkapan ijab qabul karena jual beli *mystery box* merupakan bagian dari jual beli online, yang mana media yang digunakan penjual dan pembeli adalah melalui jaringan internet (penjual dan pembeli tidak dapat saling bertemu). Hal ini sesuai dengan kaidah fiqih berikut (Muhammad & Azzam, 2009):¹²

الْأُمُورُ بِمَقَاصِدِهَا

“Bahwa segala sesuatu yang dilakukan itu bergantung pada tujuan (maksudnya)”

Terkait ijab yang dinyatakan penjual dalam kolom rincian produk, jika keterangan yang diberikan telah dituliskan dengan detail dan jelas maka syarat ini tidak ada masalah. Namun pada penjual yang tidak menuliskannya dengan dengan detail dan jelas maka jual beli yang dilakukan tidak memenuhi syarat ijab qabul jual beli. Hal ini karena deskripsi pada objek akad dalam jual beli *mystery box* brand Pingu tidak tampak (tidak ada di hadapan pembeli), sehingga rincian produk dalam jual beli ini sangat bermakna ketika para pihak (penjual dan pembeli) akan melakukan transaksi.

7. Adanya alat untuk melakukan transaksi

Menurut jumhur ulama' syarat alat yang digunakan untuk transaksi ada tiga. *Pertama*, jelasnya waktu pembayaran jika jual beli yang dilakukan dengan cara berhutang. *Kedua*, nilai tukar dapat diberikan ketika berlangsungnya akad jual beli. *Ketiga*, jika nilai tukar yang digunakan adalah berbentuk barang maka barang tersebut tidak boleh bertentangan dengan syara'. Dalam jual beli dengan sistem *mystery box* brand Pingu di *market place* Shopee, mengenai harga telah ditentukan bersamaan dengan ditampilkannya produk. Sedangkan alat tukar yang digunakan disesuaikan berdasarkan dengan yang ada dalam *market place* Shope, yaitu dapat dilakukan melalui *ShopeePay*, *ShopeePayLater*, Transfer bank, melalui Alfamart/Indomaret, Kartu kredit/Debit, BRI Direct Debit, BCA OneKlik, dan Kredivo.

Pada intinya pembayaran yang dilakukan pembeli terjadi ketika berlangsungnya akad, karena untuk dapat melakukan pembayaran pihak pembeli harus melakukan konfirmasi pembayaran terlebih dahulu, dengan memilih salah satu dari model

¹² Nash Farid Muhammad & Abd. Aziz Muhammad Azzam, *Qawa'id Fiqhiyyah*, (Jakarta: Hamzah, 2009).

pembayaran yang sudah ditentukan oleh *market place* Shopee. Sehingga dalam syarat mengenai alat tukar tidak ada yang dilanggar.

5. Syarat barang yang diperjualbelikan

Ada beberapa hal yang menjadi ketentuan dan harus terpenuhi di dalam memperjualbelikan barang dagangan sebagai berikut:

- a. Barang yang menjadi objek jual beli harus suci
- b. Kepemilikan Sendiri
- c. Mengandung Manfaat Dalam prinsip muamalah, (Basyir, 2000) menyatakan bahwa tujuan dilaksanakannya muammalah ialah atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindarkan madlarat dalam hidup manusia di masyarakat. Jual beli merupakan salah satu bagian yang termuat dalam fiqih muamalah, sehingga para pihaknya juga perlu memperhatikan prinsip tersebut.¹³
- d. Barang yang diperjual-belikan harus dapat diketahui pembeli

6. Praktek *Gharar* dalam Jual Beli Mystery Box pada Brand Pingu

Sebagaimana telah disebutkan di atas, bahwa konsep *mystery box* meniscayakan adanya ketidakjelasan objek barang. Di dalam fikih muamalah dikenal dengan istilah *gharar*. Secara istilah, *gharar* adalah sesuatu yang samar dan akibatnya tidak diketahui dengan jelas (Nawawi, 2010).¹⁴ Hukum jual beli yang mengandung *gharar* sangat dilarang di dalam Islam. Hal ini sesuai dengan sabda Nabi SAW dalam hadits Abu Hurairah yang berbunyi:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

Terjemahannya: “*Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam melarang jual beli al-hashah dan jual beli gharar*”

Dalam praktinya setiap transaksi jual beli yang dilakukan oleh manusia tidak dapat terlepas dari adanya unsur *gharar*, hanya saja yang membedakan ialah kadar *gharar* dari jual beli yang dilakukan. Imam Nawawi dalam kitabnya menyebutkan bahwa meski hukum asal dari jual beli *gharar* adalah batal, namun ketika jual beli *gharar* tersebut terjadi pada hal yang dibutuhkan dan tidak mungkin dihindari maka hukumnya sah menurut *ijma'* (Nawawi, 2010).¹⁵ Sedangkan terkait jual beli barang yang tidak ada di tempat (*ghaib*) hukumnya diperbolehkan, asal jenis dan sifatnya dapat diketahui oleh pihak pembeli. Karena jika jenis dan sifat dalam jual beli seperti ini tidak diketahui secara jelas oleh pihak pembeli, maka jual beli yang dilakukan akan sangat beresiko terhadap adanya *gharar*.¹⁶

Menurut Imam Nawawi (2010) di dalam kitabnya, ada beberapa batasan yang dapat menjadi acuan apakah *gharar* yang terdapat dalam suatu transaksi itu sedikit (*qalil*),

¹³ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Mu'amalah (Hukum Perdata Islam)*, (Yogyakarta: UII Press, 2000).

¹⁴ Imam Nawawi, *Al Majmu' Syarah Al Muhadzdzab, jilid 10*, (Jakarta: Pustaka Azam, 2010).

¹⁵ Imam Nawawi, *Ibid...*

¹⁶ *Ibid.....*

atau banyak (*katsîr*) berdasarkan dari dalil adanya larangan *gharar* yang sebagai berikut:¹⁷

- a. Apakah *ghararnya* berpengaruh kepada kelanjutan jual beli dan memungkinkan dihindari atau tidak. Jika *ghararnya* berpengaruh pada kelanjutan jual beli yang dilakukan dan memungkinkan untuk dihindari maka *ghararnya* termasuk pada *gharar katsîr*. Namun jika *ghararnya* tidak berpengaruh pada kelanjutan akad jual beli dan tidak dapat dihindari maka *ghararnya* termasuk pada *gharar qalîl*, dan *gharar* tersebut masih bisa ditoleransi. Seperti jual beli rumah dimana pembeli tidak mengetahui secara detail terkait pondasinya.
- b. Apakah dalam transaksi yang dilakukan objek jual beli yang mengandung *gharar* menjadi tujuan utama atau tidak. Jika *gharar* bukan tujuan utama suatu transaksi, namun hanya mengikuti adanya transaksi tersebut maka hukumnya diperbolehkan, begitupun sebaliknya.
- c. Apakah transaksi yang mengandung *gharar* tersebut menjadi kebutuhan umum atau tidak. Jika menjadi kebutuhan umum maka *gharar* dalam transaksi tersebut diperbolehkan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa jual beli dengan sistem *mystery box* pada brand Pingu atau dengan kata lain adalah jual beli kejutan/misteri, yang mana dalam pelaksanaannya terdapat unsur ketidakjelasan barang, sehingga dapat dikatakan sebagai jual beli *gharar*. Jika dilihat dari batasan-batasan kandungan *gharar* pada transaksi jual beli yang dilakukan, kandungan *gharar* pada jual beli dengan sistem *mystery box* masuk pada *gharar katsîr*, yaitu kandungan *gharar* yang ada dalam transaksi jual beli masuk pada kategori dengan jumlah besar.

Praktek jual-beli online *mystery box* pada brand Pingu masuk dalam praktek *gharar* karena adanya ketidakjelasan dalam jenis obyek akad. Mengetahui jenis obyek akad secara jelas adalah syarat sahnya jual beli. Maka jual beli yang obyeknya tidak diketahui tidak sah hukumnya karena terdapat *gharar* yang banyak di dalamnya. Seperti menjual sesuatu dalam karung yang mana pembelinya tidak mengetahui dengan jelas jenis barang apa yang akan ia beli.

Besarnya kandungan *gharar* dalam jual beli sistem *mystery box*, disebabkan karena yang menjadi *ma'qud 'alaih* dalam jual beli ini ialah isi dari kotak misterinya. Meski sebelumnya telah disebutkan apa saja isi (jenis) dari kotak misteri tersebut, namun pembeli tidak dapat mengetahui secara jelas. Karena tidak ada penjelasan terkait bentuk, spesifikasi, dan kualitas dari barangnya. Walau demikian, kerugian yang ditimbulkan oleh *gharar* dalam praktik jual beli dengan sistem *mystery box* tidak terlalu besar jika dibandingkan dengan praktik riba. Namun tetap saja tidak diperbolehkan, jika objek jual beli yang dilakukan dalam suatu transaksi bukan menjadi kebutuhan umum di masyarakat.

Sementara yang dimaksud dengan kebutuhan umum ialah kebutuhan yang jika tidak terpenuhi akan menimbulkan adanya kesulitan (*masyaqqah*). Sedangkan objek

¹⁷ *Ibid*.....

barang dalam praktik jual beli dengan sistem *mystery box* pada brand Pingu di *market place* Shopee tidak termasuk pada kebutuhan yang bersifat *hâjjiyât* (kebutuhan umum), akan tetapi hanya sebatas gaya hidup semata. Sehingga ketika seseorang tidak melakukan transaksi jual beli dengan sistem *mystery box* pada brand Pingu di *market place* Shopee, ia tidak sampai mendapat kesulitan (masyaqqah). Berdasarkan hal tersebut, maka hukum jual beli seperti ini tidak dapat dibenarkan menurut syariat Islam.

C. Kesimpulan

Pemberian hak pekerja kontrak yaitu jaminan kesehatan yang tidak merata terhadap pekerja/buruh yang ada di Dinas Pemadam Kebakaran Kota Kendari. Dari 189 orang pekerja/buruh Pemadam Kebakaran hanya 173 orang saja yang mendapatkan jaminan kesehatan dan keselamatan kerja dan 16 orang tidak mendapatkan jaminan yang diperjanjikan tersebut. Hambatan-hambatan yang timbul dalam pelaksanaan pemberian hak-hak Pekerja Kontrak pada Dinas Pemadam Kebakaran Kota Kendari adalah bahwa tidak semua pekerja menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan dan APD (Alat Perlindungan Diri) dikarenakan yang memutuskan Pemerintah Kota serta Pemadam Kebakaran Kota Kendari harus mengikuti peraturan Walikota Kendari dalam hal ini Pemerintah Tingkat II atau Kabupaten/Kota, hal ini sesuai dengan Peraturan Walikota Kendari Nomor 235 Tahun 2003 Tentang Pembentukan Organisasi Dinas Pemadam Kebakaran Kota Kendari sebagai salah satu SKPD dilingkup Pemerintah Kota Kendari. Oleh karena itu, segala sesuatu yang mejadi kebutuhan operasional Pemadam Kebakaran Kota Kendari harus di koordinasikan kepada Pemerintah Kota. Inilah yang menjadi faktor penghambat sehingga tidak terpenuhinya hak-hak pekerja, karena harus menyesuaikan dengan Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) Kota Kendari.

Daftar Pustaka

- Abdul Khakim, (2014) , *Dasar – Dasar Hukum Ketenagakerjaan Indonesia*, Pt. Citra Aditya bakti, Bandung.
- Arifuddin Muda Harahap. (2020) , *Pengantar Hukum Ketenagakerjaan*, Cv. Literasi Nusantara Abadi, Malang.
- Azrul Azwar. (2001). *Ilmu Kesehatan Masyarakat*, Binarupa jakarta,
- Aziz, M. (2018). *Perlindungan Hukum Terhadap Keselamatan Kerja Pemadam Kebakaran Menurut Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2013 Dan Hukum Islam*.
- Endah Pujiastuti , (2008). *Pengantar Hukum Ketenagakerjaan*, Semarang University Press. Semarang

Lalu Husni. (2014). Pengantar Hukum Ketenagakerjaan. *Raja Grafindo Persada Jakarta, Jurnal*

Ahmad Soleh. (2017). *Masalah Ketenagakerjaan dan Pengangguran di Indonesia* .
Jurnal Ilmiah Cano Economos. Vol. 6 No.2.

Hendra Wijayanto dan Samsul Ode.(2017). *Dinamika Permasalahan Ketenagakerjaan dan Pengangguran di Indonesia*". Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan. Vol.10. No.1.

Kanyaka Prajnaparamita. (2019). *Perlindungan Hukum Terhadap Tenaga Kerja Perempuan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan*. Administrative Law & Governance Journal. Vol.2. No.

Muhammad Wildan. (2017). *Perlindungan Hukum Tenaga Kerja Kontrak dalam Perjanjian Kerja Waktu Tertentu berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan*. Jurnal Hukum Khaira Ummah. Vol12. No.4.