

## **Transaksi *Mystery Box* dalam *E-Commers* Dihubungkan dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999**

Anggun Humairah Aziz<sup>1\*</sup>, Siti Nurhayati<sup>2</sup>, Mirna Fadilah<sup>3</sup>, Linda Novianti<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gema Widya Bangsa, Bandung, Indonesia

<sup>a</sup> [anggunhumairahaziz@gmail.com](mailto:anggunhumairahaziz@gmail.com); <sup>b</sup> [sitynurhayati636@gmail.com](mailto:sitynurhayati636@gmail.com); <sup>c</sup> [mirnafadilahh288@gmail.com](mailto:mirnafadilahh288@gmail.com); <sup>d</sup> [lindanovianti979@gmail.com](mailto:lindanovianti979@gmail.com)

Nomor Handphone (Untuk Keperluan Koordinasi) : 0895-2676-3799

### **Abstrak**

Perdagangan elektronik telah banyak perkembangan sehingga memunculkan transaksi jual beli *mystery box* yang merugikan konsumen karena ketidakjelasan transaksi dan informasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesesuaian praktik *mystery box* dengan unsur perjudian dalam pasal 303 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta mengkaji tanggung jawab *platform e-commerce* sebagai perantara, Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan kepustakaan (*library research*) yang bersifat deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi *Mystery Box* memenuhi unsur tindak pidana perjudian, dan unsur untung-untungan (*gharar*) yang dilarang hukum islam. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa *platform e-commerce* bertindak sebagai perantara aktif yang turut mendistribusikan konten melalui algoritma rekomendasi, sehingga memiliki tanggung jawab hukum untuk melakukan verifikasi dan pengawasan, serta tidak dapat sepenuhnya berlindung dibalik prinsip *safe harbor*.

**Kata Kunci** : *Mystery Box*; Perjudian KUHP; Perlindungan Konsumen; *Intermediary Liability*; Perdagangan

### **Pendahuluan**

Perkembangan perdagangan berbasis sistem elektronik telah mengubah praktik pelaku usaha. Transformasi digital dalam ekonomi telah membuat pasar menjadi lebih efisien dan mudah diakses, sekaligus menciptakan jenis transaksi baru yang sulit diadaptasi dengan aturan hukum yang lama. Dalam praktiknya, transformasi ini juga membuka ruang bagi aktivitas perdagangan yang memanfaatkan ketimpangan informasi dan lemahnya literasi konsumen, sehingga berpotensi menimbulkan kerugian secara ekonomi maupun hukum (Fauzia Syifa, 2024). Salah satu bentuk transaksi yang berkembang dalam ekosistem perdagangan digital adalah praktik jual beli *mystery box*. Barang ini ditawarkan lewat konsep kejutan, sehingga pembeli tak tahu betul isi yang didapat sebelum membeli. Karakteristik tersebut menempatkan konsumen pada posisi yang rentan karena tidak adanya kejelasan objek perjanjian, sementara harapan keuntungan lebih besar justru didorong melalui strategi promosi visual dan narasi pemasaran yang persuasif (Fauzia Syifa, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa terdapat ketidakseimbangan daya tawar antara pelaku dan konsumen ketika mereka bertransaksi secara digital.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Haqi & Warka, 2023) telah mengkaji mekanisme *mystery box* dari sudut pandang hukum perdata dan dampaknya terhadap konsumen. Kajian tersebut menyoroti pelanggaran kewajiban pemberian informasi yang benar dan jelas, asas itikad baik, serta potensi ketidakabsahan perjanjian akibat objek transaksi yang tidak tertentu (Haqi & Warka, 2023). Temuan tersebut menunjukkan bahwa praktik *mystery box* kerap menimbulkan kerugian bagi konsumen dan bertentangan dengan prinsip perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Namun demikian, kajian-kajian tersebut pada umumnya masih menempatkan *mystery box* semata-mata sebagai persoalan kontraktual dan belum mengaitkannya secara mendalam dengan kemungkinan pemenuhan unsur tindak pidana, khususnya perjudian sebagaimana diatur dalam Pasal 303

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana. Padahal, mekanisme transaksi jual beli *mystery box* mengandung unsur spekulasi, ketidakjelasan hasil, serta harapan memperoleh keuntungan yang tidak sebanding dengan nilai yang dipertaruhkan, yang secara konseptual mendekati karakteristik perjudian (Nugraha & Adhari, 2025).

Selain itu, praktik transaksi jual beli *mystery box* tidak dapat dipisahkan dari peran *platform e-commerce* sebagai operator sistem elektronik. *Platform-platform* saat ini beroperasi sebagai pengendali operasional yang menggunakan sistem rekomendasi dan keputusan penayangan produk untuk mendistribusikan konten. Keterlibatan aktif ini menimbulkan implikasi hukum terhadap tanggung jawab *platform*, terutama ketika transaksi yang difasilitasi menimbulkan kerugian bagi konsumen (Dewi & Mahuli, 2025). Dalam sistem hukum Indonesia, kewajiban *platform e-commerce* diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Aturan yang ada mewajibkan *platform* untuk mengoperasikan sistem mereka dengan andal, menjaga keakuratan informasi, dan menciptakan sistem penyelesaian keluhan yang berfungsi. Namun, implementasi kewajiban tersebut dalam praktik transaksi jual beli *mystery box* masih menunjukkan berbagai kelemahan, khususnya dalam aspek pengawasan dan pencegahan transaksi yang bersifat menyesatkan (Yuswar et al., 2023).

Berdasarkan kondisi tersebut, kajian terhadap praktik transaksi jual beli *mystery box* menjadi relevan untuk dilakukan secara lebih komprehensif dengan mengintegrasikan perspektif hukum pidana, hukum perlindungan konsumen, dan teori tentang tanggung jawab perantara untuk mengkaji praktik transaksi jual beli *mystery box*. Pendekatan terintegrasi ini digunakan untuk menilai kemungkinan pemenuhan unsur perjudian dalam transaksi *mystery box* sebagaimana diatur dalam Pasal 303 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, mengidentifikasi pihak-pihak yang bertanggung jawab atas kerugian konsumen, serta menganalisis posisi dan tanggung jawab *platform e-commerce* sebagai *active intermediary* dalam mekanisme transaksi tersebut berdasarkan Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan penelitian kepustakaan (*library research*) yang bersifat deskriptif untuk mengkaji dan menganalisis praktik transaksi jual beli *mystery box* yang berkembang pada platform *marketplace*, dengan fokus pada kesesuaiannya terhadap norma hukum yang berlaku serta keterkaitannya dengan unsur perjudian. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan gambaran yang sistematis dan mendalam mengenai fenomena tersebut melalui analisis literatur dan dokumen hukum yang relevan. Secara metodologis, penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis serta pendekatan yuridis normatif (Novianti, 2024), dengan sumber data yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan berupa buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, dan dokumen hukum yang ditelaah secara sistematis (Novianti, 2023). Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis secara induktif guna menghasilkan temuan yang sistematis, faktual, dan mendalam sesuai dengan tujuan penelitian (Novianti, 2020).

### Literatur Review

Judul Artikel	Penulis, Tahun	Metode	Temuan Utama	Keterbatasan	Link
Tinjauan Hukum Terhadap Transaksi Jual Beli <i>Mystery</i>	Martinus Martquery Herman Lewar, Ronny Adrie Maramis,	Penelitian hukum normatif	Membuktikan bahwa secara formil, bisnis ini terlindung di balik Pasal 1320 KUH Perdata	Hanya melihat aturan hukum yang kaku dan menganggap bisnis ini sah asalkan syarat perjanjiannya	<a href="#">Link</a>

Box di Online Shop	Jeany Anita Kermite (2023)		(syarat sah perjanjian), yang menjelaskan mengapa bisnis ini masih eksis dan legal di <i>platform marketplace</i>	terpenuhi, tanpa memikirkan bahwa posisi konsumen sebenarnya dirugikan oleh aturan yang dibuat penjual	
Transaksi Jual Beli <i>Mystery Box</i> Pada <i>E-Commerce</i> Dalam Perspektif Etika Bisnis (Studi Kasus Pada <i>Start Up Seller</i> Di <i>E-Commerce Shopee</i> )	Mahfud Nugroho, Eka Kurnia Patmasari (2023)	Deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif	Memberikan argumen bahwa bisnis ini cacat etika karena memanipulasi sifat spekulatif (mirip judi), dan klausula “no return” bentuk ketidakadilan yang nyata	Menunjukkan bahwa bisnis ini curang dan tidak jujur secara moral, tetapi pendapat tersebut lemah di mata hukum karena penilaian adil atau tidak hanya berdasarkan pada perasaan untung dan rugi pembeli yang berbeda-beda, sehingga sulit untuk menindak penjual dengan tegas.	<a href="#">Link</a>
Upaya Hukum Dalam Transaksi <i>Mystery Box</i> Pada <i>Marketplace</i> Untuk Perlindungan Konsumen	Dandy Agam Muhammad Haqi; Made Warka (2024)	Yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan perbandingan	Transaksi melanggar aturan yang mensyaratkan adanya alasan hukum (Pasal 1337 KUH Perdata). Konsumen dapat meminta ganti rugi (Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen) dengan mengajukan permohonan ke BPSK atau mengajukan gugatan perdata, meskipun aturan “tidak ada keluhan” membuat hal tersebut lebih sulit dilakukan.	Tidak mengkaji implikasi pidana (Perjudian) dan cenderung berfokus pada ranah perdata/konsumen. Bersifat analisis regulasi, bukan studi kasus	<a href="#">Link</a>

Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Jual Beli <i>Mystery Box</i> di <i>E-Commerce</i> Tokopedia dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Perdata Indonesia	Syifa Fauzia (2024)	Yuridis normatif + studi kasus; statute & case approach	Penjualan kotak misteri di Tokopedia, khususnya melalui toko Jakarta Shoppy, tidak memenuhi syarat-syarat kontrak yang sah sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, karena kurangnya kejelasan mengenai produk. Menurut hukum Islam, transaksi semacam ini melibatkan gharar, yang berarti terdapat tingkat ketidakpastian, dan hal ini dapat bertentangan dengan prinsip keadilan dan kejujuran. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha belum memberikan informasi yang akurat, jelas, dan jujur kepada konsumen, yang dapat merugikan mereka.	Studi ini didasarkan pada satu <i>platform marketplace</i> , Tokopedia, dan satu toko, Jakarta Shoppy, dan tidak mencakup data empiris yang lebih luas seperti wawancara dengan badan regulasi atau perbandingan antar <i>platform</i> . Oleh karena itu, kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian ini tidak dapat digeneralisasi secara luas.	<a href="#">Link</a>
Tinjauan Yuridis Perjanjian Jual	Apriliani, Benny Djaja, Maman	Penelitian yuridis normatif yaitu penelitian	Penelitian ini menemukan bahwa praktik	Penelitian ini tidak menggunakan studi kasus yang terjadi	<a href="#">Link</a>

Beli <i>Mystery Box</i> di <i>E-Commerce</i>	Sudirman (2025)	yang dilakukan dengan mengkaji bahan hukum primer (KUH Perdata, Pidana, dan UUPK), bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier yang berkaitan dengan praktik jual beli <i>mystery box</i>	jual beli <i>mystery box</i> di <i>e-commerce</i> memiliki potensi adanya wanprestasi karena, isi dari perjanjian tidak diketahui secara pasti oleh konsumen. Praktik tersebut melanggar pasal 1320 dan pasal 1238 KUH Perdata serta memiliki potensi melanggar hak konsumen sebagaimana diatur dalam undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.	langsung di lapangan, sehingga belum bias menggambarkan langsung praktik jual beli <i>mystery box</i> yang terjadi di masyarakat atau pengalaman konsumen secara langsung	
Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Kotak Misteri ( <i>Mystery Box</i> )	Muhammad Rifqi Eka Nurfitriah, Asram A.T Jadda, Wahyu Rasyid, Hartono Hamzah, dan Nurhaedah Hasan (2025)	Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif dengan pengumpulan data secara <i>library research</i> serta analisisnya dilakukan secara deskriptif kualitatif	Praktik jual beli <i>mystery box</i> telah Undang-Undang Perlindungan Konsumen nomor 8 tahun 1999, kegiatan ini dinilai tidak sah karena penjual melanggar hukum karena adanya pelanggaran atas hak konsumen, tidak jujur dan ketidakjelasan.	Dalam penelitian ini lebih berfokus pada gambaran hukum secara teori dan regulasi, sehingga memerlukan penelitian lebih lanjut untuk praktik di lapangannya secara lebih mendetail.	<a href="#">Link</a>

### Hasil dan pembahasan

#### Praktik Jual Beli *Mystery Box* di *Marketplace* Menurut Pasal 303 KUHP

Transaksi jual beli pada zaman sekarang mengalami perkembangan yang begitu signifikan, mulai dari kebutuhan manusia yang semakin meningkat, sistem perdagangan yang telah berubah, dan teknologi yang semakin berkembang. Salah satu perubahan pada saat ini adalah berbelanja *online* melalui *platform* seperti shopee, tiktok dan *e-commerce*

lainnya. Berdasarkan jurnal (Zhafira et al., 2025), menyatakan bahwa jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia menunjukkan peningkatan yang konsisten dari tahun 2020 hingga 2024. Pada tahun 2020, terdapat sekitar 38,72 juta pengguna, kemudian meningkat menjadi 44,43 juta pada tahun 2021, 50,89 juta pada tahun 2022, 58,63 juta pada tahun 2023, dan mencapai 65,65 juta pengguna pada tahun 2024. Tren ini diperkirakan akan berlanjut dalam lima tahun ke depan, dengan proyeksi jumlah pengguna mencapai 73,06 juta pada tahun 2025, 79,85 juta pada tahun 2026, 87,27 juta pada tahun 2027, 93,29 juta pada tahun 2028, dan 99,10 juta pada tahun 2029.

Banyaknya pengguna *e-commerce* saat ini dapat menguntungkan bagi pengguna dan para pelaku usaha yang berkecimpung di dalamnya, karena proses yang cepat dan mudah. Namun dengan kemudahan yang ada sekarang, banyak oknum-oknum yang menyalahgunakan keadaan tersebut, salah satunya adalah dengan adanya praktik transaksi jual beli *mystery box*. *mystery box* atau kotak misteri adalah kotak yang tidak diketahui isinya atau *random*, dimana penjual hanya memberikan bayangan mengenai apa saja yang mungkin ada di dalam kotak tersebut, biasanya harga yang dibeli dengan barang yang datang tidak sesuai, dengan embel-embel barang yang datang sesuai dan tidak *zonk*, dengan memasang foto produk agar pembeli tertarik. Mengutip dari (May, 2022) salah satu contoh kasus yang sempat viral, ada seorang anak yang membeli *Mystery Box* di salah satu *market place*. Saat barang datang, ternyata barang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan anak tersebut. Anak tersebut menangis sambil meratapi barang tersebut. Isi dari paket tersebut adalah botol *spray* kecil dengan dibungkus kardus kecil, sedangkan sang anak merasa apa yang dipesannya adalah sebuah handphone. Mengutip dari akun (GadgetIn (YouTube Channel), 2020), yaitu David sebagai seorang *content creator* YouTube. Dimana David membeli berbagai barang *mystery box*, mulai dari harga Rp.150.000 hingga ada yang harganya mencapai Rp. 2.000.000. Barang yang didapatkan bermacam-macam mulai dari kartu mainan, masker, lampu meja hingga ada beras kadaluarsa dan sebagai nya. Barang yang didapatkan cenderung aneh dan terkadang tidak sesuai dengan harga yang dibayar, David mengatakan pembelian *mystery box* ini hanya untuk bersenang-senang dan hiburan saja.

Mengutip dari (CNN Indonesia Staff, 2022) mengharamkan jual beli *mystery box* di *market place*. Majelis Ulama Indonesia Sulawesi Selatan mengeluarkan perintah yang mengharamkan praktik transaksi jual beli *mystery box*, karena sudah banyak merugikan masyarakat. Putusan ini dikemukakan pada tahun 2022, karena *mystery box* mengandung spekulasi penipuan, ketidakjelasan, serta banyaknya pemalsuan barang. Jika dikaitkan dengan hukum, maka pada kasus *mystery box* ini sesuai dengan pasal 303 ayat 3 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana tentang perjudian. Mengapa *mystery box* dapat dikategorikan sebagai perjudian, karena pertama, mengandung unsur pertaruhan dan imbalan. Definisi perjudian adalah aktivitas yang mempertaruhkan barang berharga, bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar dengan ketidakjelasan atau hanya mengandalkan keberuntungan. Relevansinya dengan praktik *mystery box* sendiri adalah adanya uang yang diberikan oleh pembeli kepada penjual. Pembeli menukarkan uang sebagai benda berharga dengan harapan mendapatkan keuntungan dan memperoleh barang yang nilainya jauh lebih tinggi dari harga yang dibayar. Dalam *mystery box* ini juga berpotensi untuk menang atau mendapat keuntungan dan adanya potensi kalah atau *zonk*. Kedua, adanya unsur untung-untungan, dalam perjudian sendiri setiap pemain memiliki potensi untuk menang dan hanya mengandalkan untung-untungan.

Potensi untuk menang bisa bertambah besar jika pemain mengerti atau cakap dalam permainan. Sedangkan dalam *mystery box* sendiri isinya tidak dapat diketahui dengan pasti, dimana penjual hanya memberikan bayangan atau gambaran mengenai barang tersebut, untuk hasil akhirnya sendiri hanya bisa mengandalkan keberuntungan. Penjual dapat menentukan atau mengontrol, sehingga pembeli benar-benar bergantung pada keberuntungan dimana *zonk* atau tidak *zonk* dilakukan dengan acak. Ketiga, adanya unsur ketidakjelasan (*Gharar*), meskipun ini merupakan istilah dalam Islam tetapi pembahasannya sangat relevan dengan *fenomena* yang dibahas. *Mystery Box* sendiri sering mengalami permasalahan karena adanya ketidakjelasan



(*Gharar*), dimana nilai barang yang dibeli dengan barang yang datang tidak sesuai. Pembeli sering kali membayar dengan harga tinggi, namun barang yang datang harganya jauh lebih rendah dari yang dibayarkan. Transaksi ini menyerupai skema dugaan untuk mendapatkan hadiah utama dari pada jual beli barang biasa.

Mulai dari unsur pertaruhan uang untuk mendapatkan imbalan yang lebih besar atau keuntungan yang lebih besar, dengan mengandalkan untung-untungan dimana isi barang yang dibeli tidak diketahui secara pasti, *mystery box* ini telah merugikan dan memenuhi aspek dari tidak pidana perjudian yang termuat dalam undang-undang pasal 303 ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Pidana. Dalam pasal 303 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana secara tegas mengatur tindak pidana di Indonesia. Pasal ini menjelaskan tentang larangan bagi setiap orang yang menyelenggarakan, menawarkan atau memfasilitasi aktivitas perjudian untuk sumber penghasilan. Mengutip jurnal (Nugraha & Adhari, 2025) Dalam Pasal 303 ayat (1) dan (2), tindakan tersebut dibedakan menjadi dua bentuk yang pertama, menawarkan secara langsung dengan tujuan menjadikan judi sebagai pencarian ayat (1), dan kedua, menawarkan kepada khalayak umum tanpa memedulikan persyaratan tertentu ayat (2). Ayat (2) lebih mengedepankan aspek penawaran kepada masyarakat luas dan tidak memperhatikan apakah ada syarat tertentu atau tata cara tertentu. Ini menegaskan bahwa perjudian dalam bentuk yang ditawarkan kepada publik tanpa izin tetap merupakan tindak pidana. Selanjutnya, ayat (3) Pasal 303 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana melarang siapa saja menjadikan perjudian sebagai sumber penghasilan utama atau sebagai pencarian. Oleh karena itu, ini menjadi bentuk penegasan segala bentuk perjudian yang ditawarkan kepada publik atau masyarakat adalah bentuk tindak pidana. Dalam praktiknya, ancaman hukuman pada pasal 303 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana cukup berat, yaitu ancaman pidana paling lama 10 tahun atau denda sebesar 25 juta rupiah.

#### **Pihak yang Bertanggung Jawab Atas Transaksi Jual Beli *Mystery Box***

Kasus dalam transaksi jual beli *mystery box* melibatkan dua aspek utama yaitu perilaku penjual dalam memberikan *deskripsi* dan perilaku pembeli dalam mengambil suatu keputusan. Berdasarkan skripsinya, (Fauzia Syifa, 2024) kesalahan atau tanggung jawab dapat dilihat dari kedua belah pihak, namun penjualan lebih memiliki beban tanggung jawab serta moral hukum yang lebih berat karena memegang kendali atas *deskripsi* produk. Sisi penjual dalam hal memberikan informasi tidak jelas, menurut (Fauzia Syifa, 2024) dalam penelitiannya, penjual dianggap memiliki andil kesalahan terbesar karena menciptakan ketidakjelasan (*gharar*) dan sering kali tidak memenuhi kewajiban *transparansi*. Pelanggaran hak informasi dalam skripsi (Fauzia Syifa, 2024), menjelaskan bahwa praktik jual beli *Mystery Box* sering kali melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) Nomor 8 Tahun 1999, penjual wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur.

Praktik *mystery box* sering kali gagal memenuhi hal tersebut dikarenakan sengaja menyembunyikan spesifikasi barang tersebut. Dalam hukum islam, mengutip skripsi (Fauzia Syifa, 2024) menegaskan bahwa penjual bersalah karena melakukan *transaksi* yang mengandung (*gharar*) ketidakjelasan pada barang yang di jual. Penjual mengetahui isi dari *mystery box* tersebut sedangkan pembeli tidak mengetahuinya sehingga menciptakan ketidakadilan dalam informasi. Selain itu, terdapat unsur penipuan (*tadlis*) sehingga menjadi potensi untuk melakukan penipuan, ketika penjual menggunakan gambar produk mahal seperti Hp ataupun laptop sebagai daya tarik, padahal isi yang sebenarnya adalah barang murah atau *zonk*. Menurut hukum perdata, jual beli *mystery box* bisa dianggap tidak sah karena tidak memenuhi syarat objektif perjanjian, yaitu "suatu hal tertentu" (objeknya tidak jelas jenis dan kualitasnya saat akad)

Sisi pembeli dalam membeli tanpa berpikir panjang, pembeli pastinya memiliki peran dalam situasi ini karena perilaku konsumtif dan kurang nya kehati-hatian, yang sering didorong

oleh faktor psikologis. *Impulse buying* adalah perilaku pembelian yang tidak direncanakan dengan ciri pengambilan keputusan relatif cepat dan hasrat untuk dapat memiliki sebagaimana dikutip dalam (Pratiwi, 2022). (Wale & Situmorang, 2023) dalam jurnal mereka menambahkan bahwa pembelian ini dilakukan tanpa pertimbangan matang mengenai manfaat atau kualitas produk, sering kali dipicu oleh keinginan memuaskan diri secara instan. (Pratiwi, 2022) dalam skripsinya, menjelaskan bahwa pembeli di dorong oleh motivasi hedonisme yaitu mencari kesenangan, sensasi kejutan, serta kepuasan emosional saat membuka *mystery box*, bukan karena kebutuhan. Pembeli juga sering kali tergiur oleh promosi penjualan seperti diskon, gratis ongkos kirim, dan *Flash Sale*, sehingga memicu konsumen untuk bertindak cepat dan tanpa pikir panjang mengenai risikonya. (Fauzia Syifa, 2024) menyoroti bahwa pembeli yang membeli *mystery box* dengan harapan mendapatkan keuntungan dari barang harga murah secara sadar masuk ke dalam ranah spekulasi. Ketika niatnya adalah "mengadu nasib" untuk mendapatkan keuntungan besar dari modal kecil, ini mendekati praktik perjudian (*maysir*) yang di larang agama. Pembeli sering kali tidak membaca *deskripsi* dengan jelas atau memahami risikonya bahwa barang yang di dapatkannya bersifat acak dan mungkin tidak bernilai (*zonk*).

Secara hukum dan etika bisnis, Penjual berada pada posisi yang lebih "salah" atau bertanggung jawab sebagaimana dalam skripsi (Fauzia Syifa, 2024), karena penjual yang merancang sistem transaksi yang tidak jelas dan melanggar kewajiban hukum untuk menjamin kejelasan produk. Unsur kesengajaan untuk mengecoh pembeli dengan gambar promosi yang tidak nyata tentunya memperberat posisi penjual. Namun, Pembeli ataupun konsumen juga berkontribusi pada kerugian mereka sendiri karena, seperti yang dijelaskan oleh (Pratiwi, 2022), mereka mengabaikan rasionalitas demi sensasi kejutan dan kepuasan emosional sesaat (*Impulse Buying*).

### **Peranannya Platform E-Commerce dalam Mempertanggungjawabkan sebagai Active Intermediary dalam Transaksi Mystery Box**

*Platform e-commerce* tidak lagi dapat diposisikan semata-mata sebagai fasilitator pasif, *platform* ini mengatur mekanisme informasi, melakukan kurasi konten, dan menentukan visibilitas produk melalui algoritma rekomendasi. (Dewi & Mahuli, 2025) menegaskan bahwa *platform* transaksi digital, yang memfasilitasi proses yang mengarah pada transaksi digital, dapat dianggap sebagai perantara aktif (*active intermediary*). Dalam konteks transaksi *mystery box* ini menjadi relevan karena secara inheren mengandung ketidakjelasan informasi mengenai objek transaksi, ketimpangan informasi yang terstruktur, serta penggunaan ketentuan tertentu seperti "tidak dapat dikembalikan", yang secara signifikan meningkatkan kerentanan konsumen terhadap kerugian.

Dalam kerangka hukum Indonesia, kewajiban *platform* termuat dalam, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019, dan khususnya Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Regulasi tersebut mewajibkan platform menyediakan informasi yang akurat, memverifikasi identitas penjual, serta menyediakan mekanisme pengaduan yang efektif bagi konsumen. Selain itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen melarang pencantuman ketentuan baku yang menghilangkan hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 18. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019. Platform memiliki tanggung jawab yang jelas untuk memverifikasi dan memeriksa keakuratan data pelaku usaha. *Platform* memiliki akses ke semua data transaksi mereka dapat mendeteksi hal-hal seperti harga yang tidak sesuai atau lonjakan yang tidak biasa dalam keluhan konsumen. Ketidakmampuan atau kelalaian platform dalam mendeteksi pola semacam ini dapat dipandang sebagai kegagalan menjalankan kewajiban pengawasan sebagaimana diatur dalam rezim Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), sehingga melemahkan klaim perlindungan hukum melalui prinsip *safe harbor*.



Teori *intermediary liability* menyediakan dasar konseptual hukum yang relevan untuk mempertanggungjawabkan *platform e-commerce* atas transaksi *mystery box* yang merugikan. Menurut teori ini, *platform* dapat dituntut secara hukum jika terbukti bahwa mereka tidak menjalankan kewajiban pengawasan dengan baik. Konsep ini didukung oleh penelitian (Kwari et al., 2025), yang menunjukkan bahwa *platform* dapat dituntut pertanggungjawaban jika gagal mendeteksi pola transaksi yang mencurigakan, seperti pesanan palsu. Dalam konteks transaksi *mystery box*, teori *intermediary liability* relevan karena menjadi semakin kuat, mengingat *platform* secara faktual memiliki akses terhadap data transaksi, mekanisme kurasi, serta sistem algoritma yang memungkinkan deteksi dini terhadap pola transaksi yang berpotensi merugikan konsumen. Ketika *platform* terlibat secara aktif, dalam perlindungan yang biasanya mereka dapatkan melalui prinsip *safe harbor*, tidak dapat diterapkan sepenuhnya. (Yuswar et al., 2023) menegaskan bahwa *safe harbor* hanya berlaku jika *platform* bertindak sebagai perantara pasif, bukan sebagai pihak yang secara aktif memfasilitasi regulasi atas barang yang dijual, menentukan apa yang dilihat atau tidak dilihat oleh konsumen melalui algoritma rekomendasi, dan memperoleh keuntungan dari penjualan yang direkomendasikan. Dalam kondisi ini, tidak dapat diberlakukan secara absolut, dan *platform* bertanggung jawab atas kegagalan dalam mengatur transaksi yang seharusnya ilegal seperti *mystery box* tanpa memberikan informasi memadai konsumen apa yang ada di dalam kotak tersebut.

Temuan empiris menguatkan posisi bahwa *platform* berperan dalam memperbesar risiko kerugian konsumen. (Haqi & Warka, 2023) mengidentifikasi pola kategorisasi menyesatkan, penerapan ketentuan pembebasan tanggung jawab, serta tingginya komplain terhadap produk *mystery box*. Selain itu, sistem rekomendasi *platform* sering menampilkan produk yang menghasilkan keuntungan lebih besar terlebih dahulu, yang berarti *mystery box* muncul lebih sering di halaman utama pengguna. Situasi ini menunjukkan bagaimana struktur *platform* membantu menyebarkan produk yang memiliki tingkat ketidakjelasan tertentu. Oleh karena itu *platform* perlu menerapkan langkah-langkah konkret untuk menghentikan aktivitas *mystery box* yang merugikan, antara lain verifikasi awal pengecekan identitas penjual dan peninjauan konten sebelum dipublikasikan untuk memastikan deskripsi yang jujur dan tidak mengandung klausul standar yang dilarang, pengawasan sistem rekomendasi, yaitu memastikan bahwa algoritma tidak mempromosikan produk yang menerima banyak keluhan atau tidak transparan dalam cara kerjanya, kewajiban keterbukaan informasi, seperti nilai terendah dari barang yang tersedia dan peluang untuk memenangkan hadiah, guna mengurangi kebingungan dan ketidakjelasan, pemantauan secara berkala dan penghapusan otomatis daftar yang menimbulkan masalah, serta penyediaan mekanisme pelaporan dan penyelesaian sengketa yang efektif, telah berhasil diimplementasikan sebagai sistem pelaporan dan penyelesaian sengketa secara daring (ODR) sebagaimana direkomendasikan (Dewi & Mahuli, 2025).

Praktik *mystery box* pada dasarnya tidak serta-merta dilarang dalam kegiatan perdagangan elektronik. Namun, minimnya kejelasan objek perjanjian, keterbukaan informasi, dan pengawasan *platform* dalam transaksi tersebut menunjukkan penyimpangan dari tujuan perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. Ketidakjelasan batas tanggung jawab *platform* berimplikasi langsung pada lemahnya perlindungan konsumen, sehingga diperlukan pengaturan yang lebih tegas mengenai peran *platform* dalam transaksi jual beli *mystery box*.

### **Simpulan**

Praktik transaksi jual beli *mystery box* menimbulkan permasalahan-permasalahan yang begitu rumit, khususnya dalam permasalahan hukum. Terutama mengenai pertanggungjawaban pihak digital (*intermediary liability*) dan adanya peluang pelanggaran terhadap hukum perlindungan konsumen serta hukum pidananya. Praktik transaksi jual beli *mystery box* ini memiliki potensi yang begitu kuat untuk dikategorikan sebagai perjudian, karena telah

memenuhi unsur pertaruhan dan imbalan, unsur untung-untungan, dan unsur ketidakjelasan (*Gharar*) sebagaimana diatur dalam Undang-Undang 303 ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Pidana. *Platform e-commerce* sendiri memiliki peran penting dalam tanggung jawab yang tinggi untuk mencegah terjadinya praktik transaksi jual beli *mystery box* yang dapat merugikan pembeli, dan mereka tidak dapat secara sepenuhnya dapat dilindungi oleh prinsip *safe harbor*, karena prinsip *safe harbor* hanya berlaku untuk *platform* yang bertindak sebagai perantara pasif. Secara hukum dan etika bisnisnya penjual memiliki peranan dan tanggung jawab yang lebih tinggi, karena merekalah yang telah merancang sistem dan mengatur regulasi transaksi *mystery box* yang melanggar hukum. Namun pembeli juga memiliki peranan dan ikut andil dalam kerugian yang dialami oleh dirinya sendiri akibat kurangnya kehati-hatian dalam membeli suatu produk.

### Referensi

- Adi satya nugraha, & ade adhari. (2025). Analisis yuridis delik perjudian dalam pasal 303 KUHP dan implikasinya terhadap penegakan hukum di indonesia. *Jurnal sosial humaniora dan pendidikan*, 4(2), 593–604. <https://doi.org/10.55606/inovasi.v4i2.4204>
- Cnn indonesia staff. (2022, january 13). *Mui sulsel haramkan jual beli mystery box di marketplace*. Cnn indonesia.
- Dewi, d. K., & mahuli, j. I. (2025). Perlindungan hukum terhadap konsumen di era ekonomi digital: analisis terhadap tanggung jawab pelaku usaha platform e-commerce legal protection for consumers in the digital economy era: analysis of the responsibilities of e-commerce platform business actors. *Afosj-las (all fields of science j-las)*, 5(2), 48–60. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v5i2.1028>
- Fauzia syifa. (2024). *Perlindungan hukum terhadap konsumen jual beli mystery box di e-commerce tokopedia dalam perspektif hukum islam dan hukum perdata indonesia skripsi*. <https://share.google/mvdz5rrp3rnmih9vt>
- Gadgetin (youtube channel). (2020, november 30). *Buang buang rp5 juta demi mystery box :(. Youtube*.
- Haqi, d. A., & warka, m. (2023). Upaya hukum dalam transaksi mystery box pada marketplace untuk perlindungan konsumen. *Jurnal pemuliaan hukum*, 6(1), 19–37. <https://doi.org/10.30999/ph.v6i1.2810>
- Kwari, j. A., suhartati, a., & kunci, k. (2025). Penerapan prinsip limitation of liability terhadap tanggung jawab platform e-commerce dalam kasus fake order di indonesia application of the principle of limitation of liability towards the responsibility of e-commerce platforms in fake order cases in indonesia info artikel abstrak. *Journal of scientech research and development*, 7(1). <https://idm.or.id/jscr/index.php/jscr>
- May. (2022, july 5). *Viral bocah tertipu mystery box saat belanja online*. Viva.co.id.
- Nugraha, a. S., & adhari, a. (2025). Analisis yuridis delik perjudian dalam pasal 303 kuhp dan implikasinya terhadap penegakan hukum di indonesia. *Jurnal sosial humaniora dan pendidikan*, 4(2), 593–604. <https://doi.org/10.55606/inovasi.v4i2.4204>
- Novianti, L. (2020). Prinsip Islam dalam Melindungi Hak Minoritas. *Adliya: Jurnal Hukum dan Kemanusiaan*, 14(2), 228–241.
- Novianti, L. (2023). Pidana Mati Terhadap Tindak Pidana Terorisme di Indonesia Dihubungkan dengan Tujuan Pemidanaan dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Pidana Islam. *JSIM: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 4(1), 50–70.
- Novianti, L. (2024). Green Constitution dalam Mendorong Green Economy sebagai Pembangunan Inklusif Berkelanjutan. *Gunung Djati Conference Series*, 42, 1–10.
- Pratiwi, a. W. (2022). *Perlindungan hukum konsumen terhadap praktik jual beli mystery box dalam transaksi elektronik* [undergraduate thesis (skripsi)]. Institut agama islam negeri ponorogo.

- Wale, n. B., & situmorang, t. P. (2023). Analisis impulsif buying pada belanja online (studi pada konsumen online shop waingapu blessing. *Innovative: journal of social science research*, 3(3), 5563. <https://j-innovative.org/index.php/innovative>
- Yuswar, c. P., saviera, l., rosmalinda, & sirait, n. N. (2023). Pertanggungjawaban hukum platform e-commerce terhadap penjualan buku bajakan (studi komparasi indonesia dan malaysia). *Jurnal mercatoria*, 16(1), 1–12. <https://doi.org/10.31289/mercatoria.v16i1.8515>
- Zhafira, n., harisandi, p., & yahya, a. (2025). *The influence of brand awareness, influencers, and product quality on purchase intention of skintific skincare products on tiktok social media the influence of brand awareness ....* 5(1), 1135.