

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Banyak inovasi yang dibuat dalam rangka menarik daya minat pembeli. Sebagai penjual, selain cerdas dalam mengatur strategi bisnis di perlukan juga tingkat kreativitas yang tinggi serta *up to date* dengan permintaan pasar yang terkini, agar bisnis nya tersebut terus maju dan berkembang.

Dalam kagiatan jual-beli dikenal istilah *marketing* atau pemasaran. Pemasaran adalah kegiatan yang menggabungkan strategi atau rencana yang meliputi *product, place, price dan promotion* sebagai usaha pemenuh kebutuhan dan keinginan konsumen guna mendapatkan laba dari suatu proses pertukaran atau transaksi.¹

Agar kegiatan jual-beli dapat berjalan sesuai rencana yang diharapkan, maka diperlukanlah suatu Teknik (*Marketing/Pemasaran*). Dalam suatu teknik marketing, diperlukan adanya strategi dalam pemasaran. Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusankeputusan tentang biaya pemasaran, bauran

¹Onny Fitriana Sitorus dan Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, (Jakarta: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, 2017), h. 11.

pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan.²

Banyak sekali teknik *marketing* yang digunakan para pelaku usaha guna mendongkrak penjualan. Salah satu teknik *marketing* yang baru-baru ini digunakan (khususnya) pada penjualan di marketplace adalah teknik *marketing* “*Mystery Box*”.

Mystery Box atau Kotak Misteri adalah produk yang dibeli dengan sistem “*surprise*” jadi, pembeli tidak mengetahui apa isi di dalamnya. Penjual hanya mendeskripsikan kira-kira barang apa yang terdapat dalam kotak. Ada juga yang benar-benar *pure*, penjual hanya mengelompokkan barang berdasarkan harganya. Jadi bisa disebut *Mystery Box*, karena pembeli tidak mengetahui pasti, barang atau benda apa yang di belinya (masih secara misteri).

Hal tersebut bersifat spekulatif karena bisa menjadi suatu keuntungan jika pembeli merasa untung dengan barang yang di dapatkannya atau malah menjadi rugi, jika barang tersebut tidak sesuai dengan keinginannya. Pembeli baru tahu barang apa yang di dapat setelah barang tersebut telah sampai ke tangan pembeli.

²Farida Yulianti, dkk., (ed.) *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2019), h. 8.

Transaksi perdagangan pastinya memiliki resiko baik itu untung ataupun rugi. Perihal yang normal bagi pengusaha yang berniaga untuk mengharapkan agar memperoleh kelebihan berupa laba, tapi perlu diingat bahwasanya setiap usahanya belum tentu akan mendapatkan keuntungan.³

Islam tidak melarang suatu akad yang hanya terkait dengan resiko atau ketidakpastian. Hanya bila resiko tersebut sebagai upaya untuk membuat satu pihak mendapatkan keuntungan atas pengorbanan pihak lain, maka hal tersebut menjadi gharar. Seperti diungkapkan oleh Ibnu Taimiyah dalam jurnal “Analisis Bentuk *Gharar* Dalam Transaksi Ekonomi”.⁴ sudah jelas bahwa Allah S.W.T dan Rasulullah S.A.W tidak melarang setiap jenis resiko. Begitu juga tidak melarang semua jenis transaksi yang kemungkinan mendapatkan keuntungan atau kerugian ataupun netral (tidak untung dan tidak rugi). Kegiatan yang dilarang dari perbuatan semacam itu ialah memakan harta orang lain secara tidak benar, bahkan bila tidak terdapat risiko, bukan resikonya yang dilarang.

Alasan mengapa *gharar* dilarang karena keterkaitannya dengan cara yang tidak benar dalam menggunakan harta orang lain, jadi bukan sekedar

³Nadrattuzaman Hosen, Analisis Bentuk Gharar Dalam Transaksi Ekonomi, *Jurnal Al-Iqtishad*, Vol. I, No. 1, (Januari 2009) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Jakarta, h. 59.

⁴Nadrattuzaman Hosen, *Analisis Bentuk*, ..., h. 59.

terdapatnya faktor resiko maupun ketidakpastian, hal itu dinamakan pula dengan *game of chance*. Sebab perihal ini hendak menyebabkan merugikan untuk pihak lain.⁵

Dengan banyaknya strategi dan teknik *marketing* yang baru dalam dunia bisnis saat ini, sebagai seorang muslim hendaklah berhati- hati dan memperhatikan *syari'at* dalam kegiatan *muāmalahnya*.

Merujuk pada hal tersebut, dengan adanya suatu kemajuan dalam dunia bisnis, dari mulai teknik *marketing* hingga sarana jual beli dapat menjadi mata pisau bagi seorang muslim. Hal tersebut bisa menjadi *masalah* atau menjadi *mudhorot* jika ada hukum Islam yang dilanggar.

Berangkat dari pemaparan singkat di atas, penulis tertarik ingin mengkaji model atau teknik *marketing* jual-beli *Mystery Box* dalam tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen di *marketplace* Shopee (Studi Kasus di *Online Shop* Hola.Nasa).

Karena praktik ini sudah diterapkan di sejumlah *Marketplace* Shopee (aplikasi jual beli *online*). Berdasarkan pertimbangan di atas, penyusun bermaksud mengkaji persoalan ini dalam skripsi yang berjudul **“TINJAUAN HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG**

⁵Nadrattuzaman Hosen, *Analisis Bentuk* , ..., h. 59.

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP
TEKNIK *MARKETING* JUAL BELI *MYSTERY BOX*
DI *MARKETPLACE* SHOPEE (STUDI KASUS DI
ONLINE SHOP HOLA.NASA)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka akan dibahas rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik teknik *marketing* jual beli *Mystery Box* di *marketplace* Shopee *online shop* Hola.Nasa ?
2. Bagaimana tinjauan Hukum Islam terhadap teknik *marketing* jual beli *Mystery Box* di *marketplace* Shopee *online shop* Hola.Nasa ?
3. Bagaimana tinjauan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap teknik *marketing* jual beli *Mystery Box* di *marketplace* Shopee *online shop* Hola.Nasa ?

C. Fokus Penelitian

Untuk mempermudah penulis dan mengingat keterbatasan dalam melakukan penelitian, agar penelitian tersebut lebih fokus dan terarah, maka dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Praktik jual beli dengan teknik *marketing Mystery Box* di *marketplace Shopee online shop* Hola.Nasa.
2. Tinjauan Hukum Islam terhadap praktik jual beli yang menggunakan teknik *marketing Mystery Box* di *marketplace Shopee online shop* Hola.Nasa
3. Tinjauan Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap praktik jual beli yang menggunakan teknik *marketing Mystery Box* di *marketplace Shopee online shop* Hola.Nasa.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, tujuan penelitian yang ingin dicapai ialah:

1. Untuk mengetahui praktik jual beli dengan teknik *marketing Mystery Box* di *marketplace Shopee online shop* Hola.Nasa.
2. Untuk mengetahui bagaimanakah tinjauan Hukum Islam terhadap teknik *marketing* jual beli yang menggunakan teknik *Marketing Mystery Box* di *marketplace Shopee online shop* Hola.Nasa.
3. Untuk mengetahui bagaimanakah tinjauan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap jual beli yang

menggunakan teknik *marketing Mystery Box* di *marketplace Shopee online shop* Hola.Nasa

E. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan apa yang penulis paparkan diatas, harapan penulis dari penelitian ini dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi perkembangan ilmu, khususnya di bidang hukum ekonomi syari'ah. Serta diharapkan bisa menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti hal yang berkaitan dengan praktik jual beli *Mystery Box*.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan, baik untuk penjual maupun pembeli terkait pelaksanaan jual beli *Mystery Box*. Dan diharapkan pula sebagai suatu langkah untuk mempraktikkan jual beli yang sesuai dengan ketentuan agama Islam.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

No.	Nama/Tahun/Judul/Perguruan Tinggi	Persamaan dan Perbedaan
1.	Mohamad Rokib Qomarudin /2019/ “Tinjauan Hukum Islam dan Perdata terhadap Jual Beli Sistem Mystery Box di Situs www.Bukalapak.Com ”/ Universitas Islam Negri Sunan Ampel Surabaya/	<p>Persamaan: Skripsi tersebut sama-sama membahas penelitian tentang tinjauan hukum islam terhadap jual beli Mystery Box di marketplace</p> <p>Perbedaan: Skripsi tersebut memuat penelitian pada marketplace Buka Lapak.com. Dan dianalisis selain dari segi hukum islam yaitu dari segi hukum perdata. Menurut hukum perdata pasal 1320 jual beli mystery box batal, karena tidak memenuhi syarat yang objektif yaitu mengenai sebab yang halal. Dimana melanggar ketentuan dari bukalapak yaitu aturan pelapak no 23. Kategori dalam penelitian tersebut menggunakan metode <i>Field</i></p>

		<p><i>Reseach</i>, dan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Sedangkan skripsi ini melakukan penelitian di marketplace Shopee, membahas bagaimana pandangan hukum islam dan UU perlindungan konsumen no 8 tahun 1999 terhadap kegiatan jual beli Mystery Box.</p>
2.	<p>Disa Nusia Nistrina /2015/ “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen”/Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar/</p>	<p>Persamaan: Sama-sama membahas jual beli secara online. Baik dari segi tinjauan Hukum Islam maupun UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999.</p> <p>Perbedaan: Cakupan jual beli nya luas (tidak spesifik) dan bukan membahas mengenai teknik marketing yang digunakan. Akan tetapi bagaimana Hukum Islam dan UUPK No 8 Tahun 1999</p>

		<p>hadir dalam melindungi hak konsumen (Khususnya jual-beli via online). Sehingga menghindari adanya resiko antara pelaku usaha dan konsumen. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah penelitian kepustakaan (<i>Library Research</i>).</p> <p>Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan teologi normative (syar'i) dan yuridis normative. Untuk metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah kepustakaan (<i>Library Reseach</i>). Sedangkan dalam skripsi ini penulis memfokuskan konteks penelitian bagaimana tinjauan UU Perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999 terhadap kegiatan jual beli <i>Mystery Box</i>.</p>
--	--	--

3	<p>Miftahul Jannah/ 2020/ “Transaksi Jual Beli Mystery Box Pada Situs Shopee Ditinjau Dalam Perspektif Ba’I Salam (Studi Kasus di Banda Aceh)”/ Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh</p>	<p>Persamaan: Skripsi tersebut sama-sama membahas mengenai penelitian tentang jual beli Mystery Box di marketplace Shopee.</p> <p>Perbedaan: Penelitian tersebut dilakukan pada studi kasus di Banda Aceh. Dan ditinjau dalam perspektif Hukum Islam (Ba’I Salam) saja. Pada penelitian tersebut, transaksi jual beli mystery box tidak sah karena mengandung unsur spekulasi dan taruhan, serta transaksi seperti ini lebih mudah mengalami penipuan karena hanya pihak penjual yang mengetahui secara jelas dan pasti mengenai produk yang akan dijual kepada pembeli. Untuk pendekatan penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif, dan jenis penelitiannya adalah</p>
---	---	---

		<p>deskriptif analisis. Untuk metode pengumpulan datanya adalah <i>Library Research</i> dan <i>Field Research</i>. Sedangkan pada skripsi ini, selain membahas dari segi hukum islam, membahas pula dari konteks UU Perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999. Dan narasumber (pembeli) Mystery Box berasal dari konsumen yang melakukan pembelian Mystery Box di marketplace Shopee (online shop Hola.Nasa).</p>
--	--	---

G. Kerangka Pemikiran

Muāmalah merupakan hukum-hukum *syarī'ah* yang mengendalikan hubungan antar manusia, khususnya di dalam urusan harta. *Fiqih muāmalah* merupakan ilmu yang mengendalikan pertukaran harta dengan harta ataupun manfaat dengan manfaat di antara manusia dengan metode transaksi ataupun perihal yang mengikat.⁶

⁶Rahmat Hidayat, *Buku Ajar Pengantar Fiqih Muamalah*, (Medan:UIN Sumatera Utara, 2020), h. 2.

Dalam *muāmalah* terdapat pembahasan jual beli. Jual beli merupakan pertukaran harta atas dasar sama- sama rela antara pembeli maupun penjual, ataupun memindahkan kepunyaan dengan ganti yang dibenarkan. Dasarnya jual beli merupakan akad yang diperbolehkan, perihal ini bersumber pada atas dalil- dalil yang ada dalam al- Qur'an.⁷

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. (Qs. Al-Baqarah: 275).⁸

Tetapi hal tersebut belum memungkinkan pergantian bagaimana mengenai status jual beli tersebut, seluruhnya bergantung apakah terpenuhi ataupun tidaknya ketentuan serta rukun dalam jual beli.⁹

Pembeli dalam transaksi *marketplace* mempunyai resiko yang lebih besar penjual, terlebih jika kenyataan nya bahwa benda yang sudah dibeli tidak sesuai dengan pesanan. Sebab itu, tidak hanya jaminan yang diberikan oleh penjual, dibutuhkan pula aturan dan

⁷Siswadi, ‘‘Jual Beli dalam Perspektif Islam’’, *Jurnal Ummul Qura*, Vol III, No. 2, (Agustus 2013), Sekolah Tinggi Agama Islam Raden Qosim, h. 60.

⁸Yayasan Penyelenggara Penerjemah/penafsiran Al-Qur’an Kementerian Agama RI, Al-Qur’an Dan Terjemahnya (Bandung: Sygma, 2010), h. 47.

⁹ Wati Susiawati, ‘‘Jual Beli dalam Konteks Kekinian’’, *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume VIII, Nomor 2, (November 2017), UHAMKA, h. 175.

juga jaminan oleh negara. Konsumen perlu diberikan hak berupa adanya perlindungan hukum, ialah sesuatu perlindungan yang diberikan terhadap subyek hukum dalam wujud perangkat hukum baik yang bersifat preventif ataupun bersifat represif.¹⁰

Kemudian dari sisi peraturan pemerintah, juga mengatur segala jenis kegiatan jual beli. Terdapat Undang-Undang yang menjamin adanya perlindungan konsumen, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Didalam penelitian ini, menjelaskan mengenai bagaimana tinjauan hukum Islam dan Undang- Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap teknik *marketing* jual beli *Mystery Box* pada *marketplace* Shopee di *online shop* Hola.Nasa

Marketplace disini adalah sebuah *platform* tempat bertemunya penjual dan pembeli secara *online*. Penjual tidak perlu menyewa lahan untuk membuka toko. Penjual tinggal mendaftarkan tokonya untuk membuat toko *online* di *marketplace* tersebut. Dan bagi pembeli, untuk membeli barang tinggal mencari di *marketplace*

¹⁰Muhajir Akbar Hamsah, “ Efektivitas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Dengan Sistem Transaksi Elektronik (E-Commerce), *Al-Ishlah*, Vol.XXI, No.2, (November 2019), Universitas Muslim Indonesia, h. 60.

barang apa yang di butuhkan. Tidak perlu lagi berbelanja ke pasar ataupun ke mall. Kemudian *marketplace* akan menampilkan berbagai produk yang pembeli cari dari berbagai toko *online* yang telah terdaftar pada *marketplace* tersebut.

Karena banyaknya saingan, penjual haruslah cerdas dan kreatif dengan bisnisnya. Banyak sekali bermacam strategi dan teknik *marketing* yang digunakan guna menarik daya minat pembeli. Salah satu teknik *marketing* yang unik adalah *Mystery Box*. Terinspirasi dari kejutan dan rasa penasaran, teknik *marketing Mystery Box* lahir. Ketika membeli *Mystery Box* tersebut sebagai pembeli merasakan harap-harap cemas dan penasaran akan kejutan barang *Mystery Box* yang akan di dapatkannya.

Namun hal itu menjadi suatu masalah dalam Islam. Orang muslim dilarang untuk menjual sesuatu yang mengandung unsur ketidakjelasan (*gharar*). Jadi, ia tidak boleh menjual ikan yang di air, atau menjual bulu di punggung kambing yang masih hidup, atau anak hewan yang masih berada di dalam kandungan, atau buah-buahan

yang masih mentah, atau biji-bijian yang masih lunak, atau barang tanpa dilihat terlebih dahulu sebelumnya¹¹

رض قال نهى رسول الله عن لحاقلة ضرة والملامسة
والمنابذة والزابنة (رواه البخاري)

“Dari Anas R.A, ia berkata; Rasulullah S.A.W melarang *muhā qallah*, *mukhādarah*, *mulāmmasah*, *muzābanah*”. (H.R Bukhari)¹²

Jual beli *muhāllah* / *baqallah* tanah, sawah dan kebun maksudnya jual beli tanaman yang masih tumbuh di ladang, sawah ataupun kebun yang belum pasti wujudnya, (apakah terdapat yang belum matang atau gagal tumbuh) hal tersebut bersifat keraguan dan pada akhirnya menyebabkan ketidakrelaan baik dari pembeli ataupun penyesalan dari penjual, jual beli seperti ini termasuk kategori jual beli *gharar*.¹³

Jual beli *gharar* ini termasuk kedalam jual beli yang dilarang oleh *syarī'ah* islam karena dapat menyebabkan kerugian baik pada penjual dan khususnya bagi pembeli. Dalam penelitian ini akan meneliti mengenai tinjauan

¹¹Ismail Nawawi, *Fiqh Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2012), h. 79.

¹²Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), h.80.

¹³Shobirin, Jual Beli Dalam Pandangan Islam, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. III, No. 2, (2015), h. 252.

hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap teknik *marketing* jual beli *Mystery Box*, yaitu bagaimana teknik *marketing Mystery Box* tersebut apakah telah sesuai dengan hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, atau memang dalam teknik *marketing* jual beli *Mystery Box* ini akad yang digunakan mengandung unsur *gharar* dan peraturan yang di langgar.

H. Metodologi Penelitian

Adapun berkaitan dengan metode atau bentuk penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini, penyusun menerangkan beberapa aspek metode penelitian yang digunakan, antara lain mengenai:

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan menggunakan Penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ini bersifat hukum empiris sicio-legal, yaitu penelitian yang mengkaji keberadaan hukum di masyarakat.¹⁴

2. Pendekatan Penelitian

¹⁴Jonaedi Efendi dan Johny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum* (Depok: Prenadamedia Group, 2018), Cet ke-II, h 153

Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian studi kasus ini mengarahkan pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi dalam suatu konteks, tentang apa yang sebenarnya terjadi menurut apa adanya dilapangan studi.¹⁵ Penelitian ini berdasarkan analisis data yang diperoleh pada penelitian lapangan dan studi kepustakaan dengan cara mendeskripsikan tinjauan hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap teknik *marketing* jual beli *Mystery Box online shop* Hola.Nasa di *marketplace* Shopee

Sumber Data

1) Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara kepada narasumber yang dapat dijangkau dan dimintai keterangan terkait objek penelitian. Sumber data primer meliputi: *owner online shop* Hola.Nasa yang menjual *Mystery Box* dan Konsumen yang membeli produk *Mystery Box* melalui *online shop* Hola.Nasa di

¹⁵ Farida Nugrahani, *Metodelogi Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (STIBA, Surakarta, 2014), h. 92.

marketplace Shopee dan *Chat Live Agent* Shopee untuk dimintai keterangan terkait kebijakan teknik *marketing* yang digunakan penjual.

2) Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini meliputi, buku, artikel atau jurnal yang bersumber dari internet yang berhubungan dengan penelitian ini.

Data sekunder tersebut dibagi menjadi dua, yaitu:

1) Bahan Hukum Primer

Bahan-bahan hukum yang mengikat terdiri dari perundang-undangan yang berkaitan dengan objek penelitian. Bahan hukum primer yang penulis gunakan adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah buku-buku dan tulisan ilmiah yang berkaitan dengan objek penelitian

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1) Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada pihak yang berkaitan dengan permasalahan yang

akan dibahas, yaitu penjual produk *Mystery Box* di *marketplace* Shopee (*Online shop* Hola.Nasa), pembeli produk *Mystery Box* di *online shop* Hola.Nasa dan *Live Chat Agent* *Shopee*. Dalam hal ini digunakan untuk menghimpun data primer mengenai proses jual beli *mystery box* pada *marketplace* Shopee di *Online Shop* Hola.Nasa

- 2) Observasi atau pengamatan toko yang menjual produk *Mystery Box*, khususnya toko online Hola.Nasa yang telah terdaftar dalam *marketplace* Shopee.
 - 3) Dokumentasi untuk mencari data penelitian yang dibutuhkan dari sumber catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda dan lainnya. Penulis mencari dokumen mengenai hal-hal penting yang diperlukan untuk menunjang kebenaran penelitian ini.
4. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi, langkah selanjutnya adalah data yang berupa fakta-fakta dan informasi yang diperoleh tersebut, dianalisis dengan tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang

Perlindungan Konsumen. Data dianalisis menggunakan metode deskriptif yang menjelaskan masalah yang didapatkan berdasarkan data yang diperoleh tentang praktik jual beli yang menggunakan teknik *marketing Mystery Box* di *marketplace* Shopee, kemudian dianalisis dengan pola pikir deduktif yang digunakan untuk menyatakan hal yang bersifat umum dan ditarik kesimpulan yang bersifat khusus. Kemudian dilakukan verifikasi apakah praktik jual beli dengan teknik *marketing Mystery Box* sudah sesuai dengan tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen atau belum.

5. Pedoman Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini, penulis berpedoman kepada:

- a. Buku bimbingan penulisan skripsi fakultas syari'ah UIN SMH Banten tahun 2020.
- b. Dalam penulisan ayat al-qur'an dan terjemahnya, penulis memakai al-qur'an yang dikeluarkan oleh Departemen Agama Republik Indonesia.

- c. Dalam penulisan teks hadits, penulis merujuk kepada kitab-hadits dan kemudian jika mengalami kesulitan mencari kitab hadits aslinya penulis mengutip dari buku hadits yang berkaitan dengan permasalahan yang penulis kaji.

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini, penulis berpedoman pada “Penulisan Karya Ilmiah UIN SMH Banten yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Meliputi: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Fokus Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu yang Relevan, Kerangka Pemikiran, Metodologi Penelitian, Sistematika Pembahasan.

BAB II TREND MARKETING DALAM ERA DIGITAL

Inovasi Dalam Digital Marketing, Digitalisasi Media Jual Beli, Profil *Online Shop* Hola.Nasa, Lokasi, Produk yang Dijual, Ketentuan Mystery Box di *Online Shop* Hola.Nas

BAB III JUAL BELI *MYSTERY BOX*

Asas Fundamental Jual Beli, Perlindungan Konsumen, Asas Kebebasan Berkontrak, Kontrak Dalam Islam.

BAB IV TEKNIK JUAL BELI *MYSTERY BOX* DI ONLINE SHOP HOLA.NASA MENURUT HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Praktik Teknik *Marketing* Jual Beli *Mystery Box* di *Marketplace* Shopee *Online shop* Hola.Nasa, Tinjauan Hukum Islam terhadap *Teknik Marketing* Jual Beli *Mystery Box* di *Marketplace* Shopee *Online shop* Hola.Nasa, Tinjauan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap *Teknik Marketing* Jual Beli *Mystery Box* di *Marketplace* Shopee *Online shop* Hola.Nasa

BAB V PENUTUP

Meliputi: Kesimpulan dan saran-saran.