

aaaalipia@gmail.com 1

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Mistery Box

 Universidad Internacional de la Rioja - no repository 11

Document Details

Submission ID**trn:oid:::2945:338966995****19 Pages****Submission Date****Dec 25, 2025, 9:51 PM GMT+7****5,140 Words****Download Date****Dec 25, 2025, 9:53 PM GMT+7****33,843 Characters****File Name****Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Mistery Box.pdf****File Size****327.6 KB**

15% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
-

Top Sources

11%	 Internet sources
10%	 Publications
14%	 Submitted works (Student Papers)

Top Sources

- 11% Internet sources
10% Publications
14% Submitted works (Student Papers)
-

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Student papers	
	unars on 2025-01-17	66%
2	Student papers	
	unars on 2024-11-19	4%
3	Student papers	
	unars on 2024-07-25	1%
4	Internet	
	repository.umi.ac.id	<1%
5	Internet	
	repository.uir.ac.id	<1%
6	Publication	
	Dewa Kadek Kevin Patria, Abdul Rokhim. "Klausula Eksonerasi dalam E-Commerce..."	<1%
7	Internet	
	repository.ar-raniry.ac.id	<1%
8	Internet	
	simasinsurtech.com	<1%
9	Publication	
	Afdilla, Shifa. "Legal Reasoning Hakim Dalam Putusan Wanprestasi Akad Muraba..."	<1%
10	Student papers	
	Universitas International Batam on 2019-02-27	<1%
11	Student papers	
	Universitas Muria Kudus on 2018-09-13	<1%

12	Internet	
	zulfahriaprialpower.blogspot.com	<1%
13	Student papers	
	Sriwijaya University on 2024-02-07	<1%
14	Student papers	
	Universitas Diponegoro on 2025-10-29	<1%
15	Student papers	
	Universitas Sam Ratulangi on 2025-06-23	<1%
16	Internet	
	fh.unsoed.ac.id	<1%
17	Internet	
	fh.upnvj.ac.id	<1%
18	Internet	
	journal.uii.ac.id	<1%
19	Student papers	
	unars on 2022-08-09	<1%
20	Internet	
	www.msn.com	<1%
21	Publication	
	Pangaribuan, Azi Pratama. "Rekonstruksi Regulasi Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Elektronik di Indonesia"	<1%
22	Student papers	
	Purdue University on 2022-09-29	<1%
23	Publication	
	Ramadhan, Syaiful Nur Aditya. "Perlindungan Hukum Bagi para Pihak Dalam Perjanjian Penjualan dan Pengembangan Produk Elektronik di Indonesia"	<1%
24	Publication	
	Chairussuriyati. "Rekonstruksi Regulasi Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Jasa Elektronik di Indonesia"	<1%
25	Student papers	
	UIN Syarif Hidayatullah Jakarta on 2021-06-25	<1%

26**Student papers****Universitas International Batam on 2017-11-09****<1%****27****Student papers****Universitas Islam Riau on 2025-09-18****<1%****28****Internet****jurnal.fh.unpad.ac.id****<1%**

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli *Mystery Box* Di Marketplace Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Legal Protection of Consumers in the Sale and Purchase of Mystery Boxes in the Marketplace Based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection

MUHAMMAD MANSOR¹⁾, Dyah Silvana Amalia²⁾, Abdul Halim³⁾

¹mansyurjancvk@gmail.com, ²dyah_silvana@gmail.com, ³abdul_halim@unars.ac.id

¹Jurusan Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

²Jurusan Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

³Jurusan Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli *Mystery Box* Di *Marketplace* Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan Konsumen Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi dasar hukum yang dapat dijadikan pedoman di Indonesia. Undang-undang ini bertujuan untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang memastikan kepastian hukum, transparansi informasi, serta aksesibilitas terhadap informasi. Namun, undang-undang ini tidak secara khusus mengatur transaksi online yang terkait dengan *Mystery Box*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam transaksi Jual Beli *Mystery Box* di *marketplace*. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, penelitian ini bertujuan untuk memahami implikasi hukum terkait keabsahan perjanjian dalam praktik jual beli *Mystery Box* di *marketplace*.

Kata kunci: Perlindungan hukum; Konsumen; Mystery Box.

ABSTRACT

The research titled *Legal Protection of Consumers in the Sale and Purchase of Mystery Boxes in the Marketplace Based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection* is driven by the fact that the current law in Indonesia, specifically Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection, serves as a guideline in this context. This law aims to establish a consumer protection system that incorporates elements of legal certainty, transparency of information, and access to information. The research titled *Legal Protection of Consumers in the Sale and Purchase of Mystery Boxes in the Marketplace Based on Law Number 8 of 1999

concerning Consumer Protection* is driven by the fact that the current law in Indonesia, specifically Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection, serves as a guideline in this context. This law aims to establish a consumer protection system that incorporates elements of legal certainty, transparency of information, and access to information.

Keywords: Legal protection; Consumer; Mystery Box.

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk hidup mempunyai berbagai keperluan yang harus dipenuhi agar kehidupannya dapat berlangsung secara layak. Keperluan tersebut mencakup aspek jasmani maupun rohani. Pemenuhan kebutuhan tersebut tidak dapat dilakukan secara mandiri, sebab manusia memiliki sifat sosial yang menuntut adanya hubungan serta kerja sama dengan individu lain. Hubungan sosial tersebut kemudian melahirkan aktivitas pertukaran, khususnya kegiatan ekonomi berupa jual beli, yang berperan sebagai sarana utama pemenuhan kebutuhan hidup.

Perubahan zaman yang terus bergerak maju membawa dampak besar terhadap perkembangan teknologi serta sistem informasi. Kemajuan tersebut memicu perubahan signifikan terhadap pola kehidupan masyarakat. Teknologi tidak lagi sekadar alat bantu, melainkan telah menjadi bagian penting dari rutinitas harian. Pemanfaatan perangkat digital semakin meluas dan secara perlahan membentuk kebiasaan baru yang mengedepankan kecepatan, kemudahan, serta efisiensi.

Salah satu wujud nyata dari kemajuan teknologi terlihat pada aktivitas perdagangan yang kini banyak dilakukan secara daring. Sistem jual beli yang sebelumnya mengharuskan pertemuan fisik antara penjual dan pembeli, pemeriksaan barang secara langsung, serta proses tawar-menawar, kini dapat digantikan oleh mekanisme elektronik. Melalui berbagai platform digital seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada, proses pemilihan barang, pembayaran, hingga pengiriman dapat dilakukan tanpa batas ruang dan waktu.

Perubahan pola hidup masyarakat turut memengaruhi aktivitas usaha secara keseluruhan. Kegiatan bisnis mengalami penyesuaian pada aspek operasional, strategi pemasaran, hingga sistem penjualan. Selera serta kebutuhan konsumen mengalami pergeseran yang berlangsung secara cepat dan tidak menentu. Kondisi

tersebut menghadirkan peluang besar bagi pelaku usaha, khususnya sektor perdagangan berbasis digital, sekaligus menuntut kemampuan adaptasi dan inovasi agar usaha tetap bertahan dan berkembang.

Akan tetapi, perkembangan tersebut tidak hanya membawa dampak positif. Konsumen berpotensi menghadapi berbagai risiko apabila tidak memiliki kewaspadaan yang memadai. Munculnya berbagai gagasan serta model usaha baru sering kali diikuti oleh praktik penipuan dengan cara yang semakin beragam. Salah satu contohnya terlihat pada tren jual beli *Mystery Box* yang berpotensi menimbulkan kerugian apabila tidak disertai kejelasan informasi terkait produk yang ditawarkan. Oleh sebab itu, keberadaan perlindungan konsumen menjadi hal yang sangat penting. Setiap orang tidak dapat melepaskan diri dari aktivitas penggunaan barang maupun jasa sepanjang hidupnya. Upaya perlindungan tersebut harus mampu memberikan rasa aman bagi masyarakat serta menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen pada setiap aktivitas konsumsi yang dilakukan.

Tokopedia adalah sebuah platform *marketplace* yang dikembangkan oleh PT. Tokopedia, sebuah perusahaan teknologi terkemuka di Indonesia. Platform ini memungkinkan individu, usaha kecil, perusahaan besar, pemasok, merek, dan Seorang dropshipper bisa membuka dan mengelola toko online mereka tanpa perlu mengeluarkan biaya operasional. Di Tokopedia, tersedia berbagai produk untuk dijual, termasuk *Mystery Box*.

Shopee adalah platform aplikasi yang berfokus pada transaksi jual beli online yang dapat diakses secara langsung oleh pengguna melalui smartphone atau komputer. Dengan Shopee, masyarakat dapat dengan mudah mencari, membeli, dan menjual berbagai produk dengan cara yang praktis dan cepat. Shopee menawarkan beragam produk untuk kebutuhan sehari-hari, dengan (Dua puluh Enam) kategori yang tersedia seperti pakaian wanita, pakaian pria, perlengkapan bayi dan anak, barang elektronik, *Mystery Box*, perlengkapan rumah, peralatan komputer, aksesoris handphone, Buku dan perlengkapan tulis, makanan dan minuman, produk kesehatan, aksesoris otomotif, hadiah, serta berbagai macam barang lainnya.

1

Lazada adalah Platform e-commerce yang menawarkan berbagai produk dan layanan secara daring. Pengguna dapat mengakses Lazada baik melalui aplikasi seluler maupun situs web. Untuk membeli produk dari berbagai macam kategori, seperti fashion, elektronik, peralatan rumah tangga, kebutuhan bayi, dan masih banyak lagi. Layanan ini memungkinkan konsumen untuk membeli barang dengan mudah dan nyaman tanpa perlu mengunjungi toko fisik. Lazada juga sering menawarkan promo dan diskon menarik kepada pengguna untuk menarik minat pembelian seperti pembelian *Mystery Box*.

Mystery Box adalah sebuah konsep dalam perdagangan online di mana pembeli membayar sejumlah uang untuk sebuah kotak atau paket yang berisi barang-barang yang nilainya dapat bervariasi atau tidak diketahui sebelumnya. Isi dari *Mystery Box* tersebut biasanya dipilih secara acak atau disiapkan oleh penjual, sering kali dengan berbagai pilihan tema atau kategori tertentu. Konsep ini sering digunakan dalam berbagai industri, termasuk *e-commerce*, gaming, dan hiburan. Biasanya, Pembeli tidak dapat memastikan apa yang akan mereka temui di dalam *Mystery Box*, sehingga membuka kotak tersebut menambah unsur kejutan dan kesenangan. Karena dari beberapa penjual kadang-kadang menampilkan barang-barang menarik secara visual untuk menarik minat pembeli terhadap *Mystery Box* mereka. Akibatnya, ada situasi di mana pelanggan mungkin merasa tertipu karena perbedaan antara barang yang ditampilkan dalam gambar dengan yang sebenarnya diterima.

Salah satu contoh menarik adalah ketika seorang anak membeli *Mystery Box* melalui akun orang tua yang memiliki tampilan menarik, salah satu hadiah yang dijanjikan adalah pakaian. Namun, setelah melakukan pembelian, anak tersebut

Kasus serupa pernah dialami oleh kreator konten YouTube bernama David yang melakukan pembelian *Mystery Box* secara daring di Indonesia. Produk tersebut ditawarkan dengan variasi harga mulai dari sekitar

¹ May, Viral Bocah Tertipu *Mystery Box* saat Belanja Online, Viva, (5 Juli 2022). <https://www.viva.co.id/trending/1493688-viral-bocah-tertipu-mystery-box-saat-belanja-online>
Diakses pada 28 Januari 2023.

seratus lima puluh ribu rupiah hingga mencapai satu juta rupiah. Akan tetapi, setelah paket diterima, isi barang yang diperoleh tidak mencerminkan nilai nominal yang telah dikeluarkan. Salah satu toko bahkan menjual Mystery Box dengan harga satu juta rupiah, tetapi barang-barang yang terdapat di paket tersebut memiliki nilai ekonomi yang jauh lebih rendah daripada harga pembeliannya, sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen.²

Peraturan yang diterapkan di Indonesia sebagai acuan dalam hal ini adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-undang ini bertujuan untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mencakup kepastian hukum, transparansi, dan akses informasi. Namun, undang-undang tersebut tidak secara khusus mengatur transaksi daring yang berkaitan dengan *Mystery Box*.

Transaksi pembelian *Mystery Box* menempatkan konsumen pada situasi ketidakpastian karena barang yang akan diterima tidak dapat diketahui secara jelas, baik kondisi fisik, bentuk, maupun karakteristiknya. Keadaan tersebut sering kali diperburuk oleh sikap penjual yang tidak menyampaikan informasi secara terbuka atau jujur mengenai kemungkinan isi paket yang dipasarkan. Akibatnya, konsumen hanya mengandalkan deskripsi umum yang kerap bersifat samar dan tidak terverifikasi.

Pelaku usaha seharusnya bertindak secara bertanggung jawab dengan menghindari segala bentuk praktik yang berpotensi merugikan konsumen, termasuk penyampaian keterangan tidak sesuai kenyataan atau pemberian gambaran berlebihan terkait nilai serta kualitas barang. Apabila penjual secara sengaja memberikan informasi yang menyesatkan, perbuatan tersebut dapat dikategorikan sebagai tindakan curang. Praktik semacam ini tidak hanya menimbulkan kerugian secara ekonomi, tetapi juga bertentangan dengan prinsip kejujuran dalam kegiatan perdagangan.

² Sugiono, Beli *Mystery Box* Seharga 1 Juta, David Gadgetin Kaget Dapat Barang Ini, Dream, (1 Desember 2020). <https://www.dream.co.id/stories/beli-mystery-box-seharga-1-juta-david-gadgetin-kaget-dapat-barang-ini-2012019.html> Diakses pada 8 Februari 2023.

Apabila terbukti terjadi penipuan terkait penjualan *Mystery Box*, pelaku usaha berpotensi menghadapi konsekuensi hukum sesuai ketentuan perlindungan konsumen. Sanksi yang dapat dijatuhkan meliputi denda hingga pembatasan aktivitas usaha. Selain risiko hukum, citra serta kepercayaan publik terhadap pelaku usaha dapat mengalami penurunan yang signifikan, mengingat kepercayaan konsumen menjadi fondasi utama keberlangsungan bisnis. Kondisi tersebut mencerminkan pelanggaran terhadap ketentuan transaksi *jual beli yang wajibkan penyampaian informasi secara benar, jelas, serta transparan kepada konsumen*. Kelalaian terhadap kewajiban tersebut berpotensi merugikan konsumen sekaligus mencederai prinsip *keadilan dalam hubungan antara penjual dan pembeli*.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 juga menetapkan hak serta kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha dan konsumen. Pasal 4 dalam undang-undang tersebut menegaskan Setiap konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum yang adil dalam mengakses barang dan/atau jasa yang berkualitas, aman, dan sesuai dengan ketentuan hukum. Konsumen juga berhak memperoleh kompensasi yang layak atas kerugian yang disebabkan oleh barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi kesepakatan atau jaminan, serta menikmati hak-hak lainnya sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.³ Pasal ini menegaskan hak konsumen untuk mendapatkan perlindungan hukum yang adil dalam setiap transaksi, termasuk dalam memperoleh barang atau jasa yang berkualitas, aman, dan sesuai dengan kesepakatan. Apabila terjadi ketidaksesuaian dengan perjanjian atau jaminan, konsumen berhak menerima kompensasi yang layak serta hak-hak lainnya yang diatur oleh hukum. Pasal 7 tentang Perlindungan Konsumen menyoroti tanggung jawab pelaku usaha, termasuk kewajiban untuk bertindak dengan itikad baik dalam menjalankan aktivitas bisnis. Pelaku usaha juga diwajibkan memberikan informasi yang jelas, akurat, transparan, dan jujur terkait kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa yang ditawarkan, serta menyampaikan penjelasan yang rinci mengenai penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan barang dan/atau jasa tersebut.⁴

³ Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁴ Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode yuridis normatif, yang merupakan bagian dari penelitian kepustakaan. Metode ini melibatkan analisis terhadap berbagai peraturan perundang-undangan serta literatur yang berkaitan dengan topik yang dibahas. Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) sebagai metode analisisnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN KETIKA TERJADI JUAL BELI MYSTERY BOX DI MARKETPLACE MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Rahardjo mendefinisikan perlindungan hukum sebagai rangkaian upaya yang diarahkan untuk menjaga kepentingan individu melalui pengakuan serta pemenuhan hak-hak fundamental yang melekat sebagai hak asasi manusia. Konsep tersebut juga mencakup pemberian kewenangan kepada setiap orang agar mampu bertindak secara sah demi melindungi kepentingannya sendiri sesuai ketentuan hukum yang berlaku. Hetty Hasanah memandang perlindungan hukum sebagai keseluruhan mekanisme yang bertujuan menciptakan kepastian hukum. Kepastian tersebut berfungsi sebagai instrumen penjamin perlindungan bagi seluruh subjek hukum yang terlibat atau melakukan perbuatan hukum, sehingga hak dan kewajiban masing-masing pihak dapat dijalankan secara proporsional. Berdasarkan pandangan tersebut, perlindungan hukum tidak hanya terbatas pada pengakuan hak, tetapi juga mencakup sistem dan prosedur yang memastikan keberlakuan norma hukum secara konsisten. Melalui kepastian hukum, setiap subjek hukum memperoleh jaminan rasa aman, keadilan, serta perlindungan dari tindakan yang berpotensi menimbulkan kerugian. Dengan demikian, hal ini bertujuan untuk

23

7

9

1

memberikan kepastian perlindungan hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam suatu tindakan hukum.⁵

Perlindungan konsumen memiliki fungsi ganda, tidak hanya sebagai langkah pencegahan terhadap potensi pelanggaran, tetapi juga sebagai sarana pemulihan ketika hak-hak konsumen mengalami pelanggaran. Salah satu hak yang memiliki peranan krusial ialah hak memperoleh informasi. Ketersediaan informasi yang benar dan jelas memungkinkan konsumen memahami karakteristik produk yang diminati, sehingga keputusan pembelian dapat diambil secara rasional serta terhindar dari kerugian akibat informasi yang menyesatkan. Kejelasan dan kelengkapan keterangan mengenai suatu produk menjadi faktor penting sebelum konsumen mengalokasikan sejumlah dana guna memperoleh barang tersebut.

Setia Putra menyatakan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen memiliki keterkaitan erat dengan konsep perlindungan hak asasi manusia. Hak-hak yang dijamin melalui ketentuan hukum diakui sebagai hak fundamental bagi setiap individu sesuai peraturan perundang-undangan. Konsep tersebut menunjukkan bahwa hukum memberikan pengakuan serta perlindungan terhadap hak konsumen yang muncul akibat perbuatan tertentu atau akibat adanya norma hukum yang menetapkan hak tersebut. Perlindungan hukum terhadap konsumen menegaskan kewajiban pemenuhan hak-hak tersebut sesuai ketentuan hukum yang berlaku. Dengan adanya jaminan hukum, konsumen memperoleh kepastian perlindungan atas kepentingannya sekaligus landasan hukum apabila terjadi pelanggaran hak akibat aktivitas transaksi barang atau jasa.⁶

Perlindungan konsumen adalah konsep yang relatif "baru" yang bertujuan Untuk mengatasi ketidakberdayaan konsumen dalam menghadapi pelaku usaha yang dapat merugikan kepentingan mereka. Alasan utama mengapa perlindungan konsumen diperlukan antara lain adalah:

⁵ Hasanah, Hetty, 2015, *Perlindungan Konsumen dalam Perjanjian Pembiayaan Konsumen atas Kendaraan Bermotor dengan Fidusia*. Jurnal Unikom 3, no. 2.

⁶ Setia Putra, 2014, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce*. Jurnal IlmuHukum5, no. 2 hal 197-208.

1. Melindungi konsumen berarti melindungi seluruh rakyat, sesuai dengan mandat tujuan pembangunan nasional yang tercantum dalam Pembukaan UUD 1945.
2. Perlindungan konsumen sangat penting untuk melindungi mereka dari dampak negatif yang mungkin muncul akibat penggunaan teknologi.
3. Melindungi konsumen diperlukan untuk menciptakan iklim persaingan yang sehat, baik secara jasmani maupun rohani, bagi pelaku usaha guna menjaga keberlanjutan pembangunan nasional.⁷

Terkait perlindungan konsumen atas transaksi jual beli *Mystery Box*, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menegaskan bahwa perlindungan konsumen mencakup seluruh upaya yang bertujuan menciptakan kepastian hukum. Kepastian hukum tersebut berfungsi sebagai jaminan agar hak-hak konsumen memperoleh perlindungan yang layak serta dapat ditegakkan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.⁸

1 Tujuan dari perlindungan itu adalah sebagai berikut:⁹

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri mereka sendiri;
- b. Meningkatkan harkat dan martabat konsumen dengan melindungi mereka dari dampak buruk penggunaan barang dan/jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam menentukan dan memperjuangkan hak-haknya, serta dalam membuat pilihan;
- d. Membangun sistem perlindungan konsumen yang meliputi kepastian hukum, transparansi informasi, dan akses untuk mendapatkan informasi.;
- e. Mendorong pelaku usaha untuk memahami pentingnya perlindungan konsumen, sehingga mereka mengembangkan sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam menjalankan bisnis.;

⁷ Yessy KusumaDewi dan Grace Sharon, 2022, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bashish Publishing: Yogyakarta, hal, 5.

⁸ pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 48 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁹ pasal 3 Undang-Undang Nomor 48 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

2

1

- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa untuk menjamin kelangsungan usaha serta memenuhi standar kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Mystery Box adalah produk yang berisi berbagai barang yang tidak dapat diprediksi oleh pembeli. Dalam pembelian *Mystery Box*, pembeli tidak tahu dengan pasti apa yang akan diterima. Umumnya, pembeli membeli *Mystery Box* untuk memuaskan rasa ingin tahu mereka mengenai isi produk tersebut.¹⁰ Dalam transaksi pembelian *mystery box* melalui platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada, Para pelaku usaha di situs-situs tersebut menyediakan informasi yang benar dan akurat mengenai nama produk, yaitu *Mystery Box*.

Jika dilihat secara rinci, tidak semua penjual di platform *e-commerce* seperti Shopee dan Lazada mencantumkan daftar lengkap hadiah atau barang yang akan diterima oleh pembeli. Sebaliknya, beberapa hanya menggunakan frasa "perlengkapan lain" tanpa memberikan penjelasan rinci tentang barang-barang yang mungkin akan diterima oleh pembeli. Di platform *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada, foto produk yang ditampilkan tidak hanya berfokus pada gambar *Mystery Box* itu sendiri. Dalam transaksi jual beli *Mystery Box* di *e-commerce* tersebut, deskripsi produk pada toko penjual dengan jelas menyebutkan bahwa mereka menjual *Mystery Box*, di mana barang yang diterima oleh konsumen bersifat random dan tidak bisa dipilih secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa para penjual *Mystery Box* di ketiga *platform* tersebut memiliki itikad baik dalam menjalankan usaha mereka. Praktik penjualan *Mystery Box* berpotensi menimbulkan persoalan baru karena konsumen tidak selalu memperoleh barang sesuai dengan ekspektasi awal, sehingga kondisi tersebut dapat berujung pada kerugian. Tampilan foto produk yang memperlihatkan hadiah atau barang bernilai tinggi sering kali membentuk harapan berlebihan bagi konsumen. Ketika barang yang diterima tidak sejalan dengan gambaran tersebut, rasa kecewa pun tidak dapat dihindari.

¹⁰ Sugeng, dan Heru Siswanto Jaka Yudha Asmara, 2022, *Hukum Perlindungan Konsumen Perjanjian Jual Beli Mystery Box Pada Marketplace*, Hal 1

13 Situasi ini menunjukkan adanya kelemahan dari pihak pelaku usaha terkait penyediaan informasi. Penjual pada sejumlah platform perdagangan elektronik belum sepenuhnya menyampaikan keterangan yang akurat, transparan, serta jujur mengenai kondisi dan nilai barang yang berpotensi diterima konsumen. Ketidaksesuaian antara informasi visual dan realitas produk tersebut mencerminkan kurangnya tanggung jawab pelaku usaha terhadap hak konsumen atas informasi yang benar.¹¹

1 Menurut Pasal 7 UUPK yang mengatur kewajiban pelaku usaha, pelaku usaha wajib bertindak dengan itikad baik dalam melaksanakan kegiatan usahanya.¹² Itikad baik merupakan elemen penting dalam transaksi jual beli online. Konsumen berhak memperoleh informasi yang jelas tentang barang yang ditawarkan oleh penjual, sementara penjual berkewajiban untuk memberikan penjelasan rinci tentang barang yang akan dibeli oleh konsumen mencerminkan itikad baik. Tujuannya adalah untuk menghindari kesalahpahaman antara kedua belah pihak terkait barang yang akan diperjualbelikan. Dengan adanya itikad baik dari semua pihak, risiko penipuan dalam transaksi jual beli online dapat dikurangi.¹³

Namun, Jika pelaku usaha menyebabkan kerugian bagi konsumen dalam transaksi e-commerce, pelaku usaha tetap bertanggung jawab atas kerugian tersebut sesuai dengan ketentuan Pasal 19 UUPK yang menyebutkan bahwa:

1. Pengusaha memiliki kewajiban untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian yang dialami oleh konsumen akibat penggunaan produk dan/atau layanan yang diproduksi atau dipasarkan.
2. Kompensasi yang dimaksud dalam pasal (1) dapat meliputi pengembalian uang, penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara, serta penyediaan layanan kesehatan dan santunan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Kompensasi diberikan dalam waktu 7 (tujuh) hari sejak tanggal transaksi..

2
11

12

13

1

4. Pemberian kompensasi sebagaimana diatur dalam pasal (1) dan pasal (2) tidak menghapus kemungkinan adanya tuntutan pidana jika ditemukan bukti tambahan yang menunjukkan adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan dalam pasal (1) dan pasal (2) tidak berlaku jika pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut disebabkan oleh tindakan konsumen..

Berdasarkan Pasal 4 huruf h Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak memenuhi standar yang seharusnya.¹⁴ Berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) huruf (f) dan (g), pelaku usaha yang menyebabkan kerugian pada konsumen wajib memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian yang terjadi akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Selain itu, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian, pelaku usaha berkewajiban memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian kepada konsumen.¹⁵

UUPK Memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dapat dilakukan melalui berbagai upaya, seperti menyediakan kompensasi, memberikan ganti rugi, dan melakukan penggantian atas kerugian yang diderita. Perlindungan ini berlandaskan pada hak dan kewajiban yang tercantum dalam Pasal 5 UUPK. Salah satu kewajiban konsumen yang dijelaskan dalam pasal tersebut adalah Pasal 5 UUPK adalah:¹⁶

- a) Membaca atau mematuhi informasi serta prosedur penggunaan barang dan/atau jasa guna memastikan keamanan dan keselamatan.
- b) Berperilaku dengan itikad baik saat melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- c) Membayar sesuai dengan harga yang telah disetujui.

¹⁴ Roberto Ranto, *Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik*, hal 150.

¹⁵ Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁶ Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- d) Mematuhi proses penyelesaian sengketa hukum perlindungan konsumen secara adil.

Terkait dengan hak-hak konsumen, Pasal 4 UUPK menguraikan hak-hak konsumen sebagai berikut :¹⁷

- a) Hak untuk memperoleh kenyamanan, keamanan, dan perlindungan saat menggunakan barang dan/atau jasa;
- b) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta memperoleh barang atau jasa tersebut sesuai dengan harga, ketentuan, dan jaminan yang telah disepakati.;
- c) Hak untuk mendapatkan informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai keadaan serta jaminan barang dan/atau jasa.
- d) Hak untuk menyampaikan pendapat dan keluhan terkait barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e) Hak untuk menerima advokasi, perlindungan, dan penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara adil.
- f) Hak untuk memperoleh bimbingan dan pendidikan sebagai konsumen;
- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani dengan adil, jujur, dan tanpa diskriminasi;
- h) Hak untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan kesepakatan atau tidak memenuhi standar yang diinginkan.;
- i) Hak-hak lain yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku..

Berdasarkan penjelasan di atas, perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli mystery box ditegaskan dalam Pasal 4 huruf c, yang menyatakan bahwa konsumen berhak menerima informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa.. Selain itu, Pasal 4 huruf h juga mengatur bahwa konsumen berhak memperoleh kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan kesepakatan atau tidak memenuhi standar yang diinginkan.

¹⁷ Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

1 2. IMPLIKASI HUKUM TERHADAP KEABSAHAN PERJANJIAN DALAM PRAKTIK JUAL BELI MYSTERY BOX DI MARKETPLACE

Mystery Box adalah sebuah paket kejutan yang biasanya berisi barang-barang dengan tema atau merek tertentu. Barang-barang di dalamnya memiliki nilai yang bervariasi, yang bisa lebih tinggi atau lebih rendah dari harga yang dibayar oleh pembeli. Dalam transaksi jual beli mystery box, pembeli tidak memiliki pilihan untuk menentukan isi secara spesifik. Namun, mereka dapat memilih jenis mystery box yang sesuai dengan harga yang telah disetujui pada awal transaksi.¹⁸

Proses transaksi jual beli mystery box melalui aplikasi mencakup beberapa tahapan. Langkah pertama, pembeli memilih dan memutuskan mystery box yang ingin dibeli. Selanjutnya, pembeli melanjutkan dengan melakukan pembayaran untuk pembelian mystery box tersebut. Kemudian, pembeli mengisi alamat, nama, dan nomor kontak, serta memilih kurir dan metode pembayaran yang tersedia, seperti transfer bank, pembayaran di toko-toko terdekat, atau pembayaran saat barang diterima (*Cash On Delivery* atau COD). Setelah pembayaran selesai dilakukan, jika menggunakan metode transfer, pesanan akan langsung dikirimkan ke penjual, yang selanjutnya akan mengirimkan barang ke alamat yang telah diberikan oleh pembeli. Pembeli hanya perlu menunggu hingga mystery box sampai di alamat mereka sesuai dengan perkiraan waktu yang telah ditentukan.¹⁹

Transaksi jual beli Mystery Box melalui marketplace melahirkan hubungan hukum berupa perjanjian jual beli. Hubungan tersebut menempatkan penjual dan pembeli sebagai pihak yang saling mengikatkan diri berdasarkan kesepakatan guna melaksanakan transaksi. Kesepakatan tersebut menjadi dasar lahirnya hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak terkait objek yang diperjualbelikan serta nilainya.

18 Triartiwi dan priyanto, 2022, *Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Mystery Box Pada Situs E-Marketplace*, Kertha Desa, Vol. 10 No. 3 Hal 4

19 Miftahul Jannah, 2020. *Transaksi Jual Beli Mystery Box Pada Situs Shopee Ditinjau Dalam Perspektif BA'I SALAM*, Skripsi. Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Prodi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri AR-RANIRY Banda Aceh. (Banda Aceh: Universitas Islam Negere AR-RANIRY BANDA ACEH) Hal 40-41.

3 Perjanjian jual beli tersebut diselenggarakan melalui kontrak elektronik, sehingga para pihak tidak diwajibkan melakukan pertemuan secara langsung. 6 Seluruh proses kesepakatan, mulai dari penawaran, persetujuan, hingga pembayaran, berlangsung menggunakan sarana elektronik. Keberadaan kontrak elektronik memberikan kemudahan sekaligus efisiensi bagi para pihak, 27 sejalan dengan perkembangan teknologi informasi. Pengaturan mengenai kontrak elektronik telah memperoleh landasan hukum melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 sebagai perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Ketentuan tersebut menegaskan bahwa 10 perjanjian yang dibuat melalui sistem elektronik memiliki kekuatan hukum yang sah serta mengikat para pihak sebagaimana perjanjian konvensional.²⁰ 28

1 Menurut UU ITE, Kontrak elektronik merupakan perjanjian yang disepakati oleh para pihak melalui sistem elektronik. Sistem elektronik tersebut terdiri atas perangkat dan prosedur yang berfungsi untuk mempersiapkan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau mendistribusikan informasi elektronik.²¹ Pada dasarnya, suatu perjanjian atau kontrak elektronik memiliki kekuatan mengikat apabila memenuhi ketentuan yang diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disebut KUHPerdata) mencakup empat kriteria, yaitu:

1. Kesepakatan antara para pihak yang mengikat

Makna kata sepakat dalam konteks perjanjian adalah suatu pernyataan di mana para pihak yang terlibat secara sadar membuat dan menyetujui perjanjian berdasarkan kehendak mereka sendiri, tanpa adanya paksaan, penipuan, atau kekeliruan terkait pokok perjanjian. Namun, dalam transaksi jual beli mystery box melalui aplikasi elektronik, tidak selalu dapat dijamin bahwa pembeli memenuhi syarat kecakapan. parafrase. Kecakapan merupakan salah satu syarat subjektif

2²⁰ Handriani, Aan, and Endang Prastini. 2020. "Ganti Rugi Akibat Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Online Ditinjau Dari Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen."Rechtsregel: Jurnal Ilmu Hukum3, no. 2 Hal 259-273.

²¹ Muhammad Yusuf Ibrahim, 2023, *Bisnis Digital Dalam Prespektif Hukum*, Bashish Publishing, Situbondo, Hal. 18

dalam perjanjian; apabila syarat ini tidak terpenuhi, perjanjian tidak otomatis menjadi batal, tetapi dapat diajukan pembatalannya.²²

2. Telah mampu untuk membuat suatu perjanjian

Seseorang dianggap cakap secara hukum untuk membuat perjanjian jika telah mencapai usia dewasa dan memiliki kondisi mental yang sehat. Ketentuan ini sesuai dengan Pasal 1330 KUHPerdata, Orang yang tidak memenuhi kriteria tersebut dianggap tidak memiliki kecakapan untuk membuat perjanjian:

- a) Bagi mereka yang belum dewasa
- b) Bagi mereka yang berada di bawah pengampunan.
- c) Perempuan dalam hal yang telah diatur oleh Undang-Undang.

Serta setiap orang yang dilarang oleh Undang-Undang untuk membuat perjanjian tertentu.²³

3. Sesuatu yang spesifik.

Ini mengacu pada objek perjanjian, di mana dalam transaksi ini, objek perjanjiannya adalah mystery box itu sendiri. Sebagai jenis objek perjanjian dan jumlahnya, pembeli dapat memilihnya melalui aplikasi yang menjual mystery box tersebut.

4. Suatu sebab yang halal

Sebab yang halal merujuk pada substansi atau isi perjanjian itu sendiri, bukan pada alasan atau faktor yang mempengaruhi terjadinya perjanjian. Menurut Pasal 1337 KUHPerdata, Sebab yang halal dalam suatu perjanjian berarti bahwa isi perjanjian harus sesuai dengan undang-undang, norma kesusilaan, dan ketertiban umum, serta tidak boleh bertentangan dengan ketentuan-ketentuan tersebut.²⁴

Syarat pertama dan kedua merupakan syarat subjektif yang, apabila tidak terpenuhi akibat adanya cacat kehendak seperti kesalahan, paksaan, penipuan, atau salah satu pihak yang tidak cakap untuk membuat perjanjian, maka perjanjian tersebut dapat dibatalkan. Sementara itu, syarat kedua dan ketiga merupakan syarat objektif yang, apabila tidak terpenuhi karena para pihak tidak menentukan objek

²² Langyuy Novianto, 2015, "Kedudukan Hukum Penjual Dan Pembeli Dalam Bisnis Jual Beli Online" Jurnal, Hal.97

²³ Subekti, 1963, "Hukum Perjanjian" Cet. VI (Jakarta: PT Intermasa) Hal 17

²⁴ Djaja S. Meliala, *Hukum Perdata Dalam Perspektif BW*, Edisi Revisi, Hal.174

perjanjian dengan jelas atau perjanjian tersebut mengandung sebab yang tidak halal, maka perjanjian tersebut batal demi hukum.²⁵

Keabsahan transaksi Mystery Box dapat ditinjau melalui ketentuan Pasal 1320 KUHPerdata. Berdasarkan ketentuan tersebut, transaksi ini memenuhi syarat sah kontrak elektronik karena penjual serta pembeli telah menyatakan persetujuan untuk melaksanakan jual beli secara daring. Adanya persetujuan tersebut mencerminkan kehendak para pihak untuk terikat oleh perjanjian yang dibuat. Kondisi ini sejalan dengan asas konsensualisme, yaitu prinsip yang menegaskan bahwa suatu perjanjian memperoleh kekuatan mengikat sejak tercapainya kesepakatan antar pihak.²⁶ Terkait pemenuhan hak serta kewajiban transaksi jual beli Mystery Box, pelaksanaan prestasi dianggap terjadi setelah pembeli menyelesaikan kewajiban pembayaran. Setelah pembayaran dipenuhi, penjual memiliki tanggung jawab hukum untuk memenuhi hak pembeli berupa pengiriman barang sesuai kesepakatan yang telah disetujui. Melalui mekanisme kontrak elektronik, kesepakatan dinilai telah terbentuk setelah pembeli menyelesaikan tahap checkout serta pembayaran, sehingga sejak saat tersebut perjanjian mulai berlaku dan mengikat para pihak.²⁷

Kontrak elektronik dalam transaksi *Mystery Box* termasuk dalam kategori kontrak baku, karena harga dan jenis barang telah ditentukan sepihak oleh penjual secara online. Hal ini menyebabkan konsumen berada dalam posisi yang lebih lemah karena mereka tidak dapat mengubah isi kontrak sesuai dengan keinginan mereka. Penjual menggunakan kontrak baku untuk mempermudah proses transaksi dengan pembeli. Namun, dalam transaksi online *Mystery Box*, penjual mungkin menggunakan kontrak baku sebagai alasan untuk tidak memenuhi prestasi, dengan menyatakan bahwa *Mystery Box* berisi barang yang dipilih secara acak oleh penjual.

25

26

27

Hal ini mengakibatkan kemungkinan pembeli menerima barang yang berbeda dari harga yang telah disepakati.²⁸

Transaksi pembelian *Mystery Box*, apabila ditinjau berdasarkan syarat objektif perjanjian, menunjukkan adanya kelemahan terkait kejelasan objek perjanjian. Kelemahan tersebut muncul karena mekanisme penjualan *Mystery Box* hanya menyajikan deskripsi bersifat umum mengenai isi paket yang ditawarkan, tanpa penjelasan rinci terkait jenis, jumlah, maupun nilai barang yang akan diterima. Padahal, syarat objektif perjanjian mensyaratkan keberadaan objek yang nyata, tertentu, serta dapat ditentukan secara jelas. Semakin terperinci dan pasti objek perjanjian, semakin terpenuhi pula syarat sah suatu perjanjian. Sebaliknya, penggunaan gambaran umum sebagai satu-satunya dasar transaksi menjadikan objek perjanjian tidak ideal untuk dianggap memenuhi ketentuan hukum. Kondisi tersebut tetap terjadi meskipun unsur kehendak bebas dari para pihak telah terpenuhi melalui kesepakatan transaksi.

Ketidakpastian mengenai isi *Mystery Box* mencerminkan ketidakjelasan objek perjanjian, terlebih lagi ketika transaksi tersebut menggunakan kontrak baku. Melalui kontrak semacam itu, penjual memiliki keleluasaan untuk mengubah atau mengganti isi *Mystery Box* tanpa persetujuan maupun pengetahuan pembeli, selama harga dan deskripsi umum tetap dipertahankan. Situasi ini menimbulkan keraguan terhadap itikad baik penjual karena objek perjanjian tidak ditentukan secara konkret sejak awal. Ketidaktahuan pembeli terkait isi pasti *Mystery Box* membuka peluang bagi penjual untuk memanfaatkan keadaan tersebut demi memperoleh keuntungan yang tidak sebanding dengan nilai riil barang. Aktivitas pembelian semacam ini berpotensi menyerupai praktik spekulatif, karena pembeli tidak lagi melakukan transaksi jual beli berdasarkan kepastian objek, melainkan bergantung pada faktor keberuntungan atas isi *Mystery Box* yang diterima. Berdasarkan uraian tersebut, ketidakpemenuhan syarat objektif berupa kejelasan objek perjanjian menyebabkan transaksi *Mystery Box* dapat dikualifikasi sebagai perjanjian yang batal demi hukum.

²⁸ Anak Agung Sagung Ngurah Indradewi, 2024, *Perlindungan Hukum Terhadap Pembelian Mystery Box Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Vol. 12 No. 2, Hal. 39-47

Berdasarkan penjelasan di atas, implikasi hukum terkait keabsahan perjanjian dalam praktik jual beli mystery box di marketplace, jika merujuk pada syarat-syarat yang tercantum dalam Pasal 1320 KUHPerdata, yaitu adanya kesepakatan untuk mengikatkan diri, kecakapan, objek tertentu, dan alasan yang sah, perjanjian tersebut tidak memenuhi syarat objektif yang diperlukan. Dalam praktik jual beli *mystery box* di *marketplace*, merujuk pada syarat-syarat yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata, yaitu adanya kesepakatan untuk mengikatkan diri, kecakapan, objek tertentu, dan alasan yang sah, perjanjian tersebut tidak memenuhi syarat objektif yang diperlukan.