

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada dasarnya manusia adalah makhluk yang tidak dapat hidup sendiri atau individual, seorang manusia dengan manusia lainnya saling membutuhkan dalam memenuhi kebutuhan. Manusia akan berkumpul dengan minat dan tujuan yang serupa, karena hakikatnya manusia adalah makhluk yang mempunyai keinginan untuk hidup berkelompok dengan yang lain (makhluk sosial) serta berkeinginan berinteraksi dengan lingkungan di sekitarnya untuk memenuhi kebutuhannya.¹ Allah sudah mengatur agar tata cara yang mengatur kegiatan memenuhi kebutuhan manusia yaitu dengan salah satunya ialah jual beli yang dalam konteks Islam di sebut dengan istilah *muamalah* dan dalam konteks luas disebut kegiatan ekonomi. Sesuai penggalan ayat:

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

Artinya: “Wahai kaum yang beriman, tidaklah kamu semua memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu mencelakai dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-nisaa’:29)

Dalam berekonomi manusia akan melakukan suatu kegiatan pertukaran barang dengan jasa atau sebaliknya seseorang tenaga ahli di

¹ Dedi Hantono dan Diananta Pramitasari, "Aspek perilaku manusia sebagai makhluk individu dan sosial pada ruang terbuka publik", *Nature: National Academic Journal of Architecture* 5.2 (2018): 85-93, diakses pada tanggal 6 Desember 2022 pukul 9.30 WIB melalui <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/nucturenature/article/view/6123/5669>.

bidangnya contohnya fotografer, dokter, perias dan lain sebagainya. Dalam praktik Islam praktik jual beli wajib memiliki syarat tertentu yakni ada penjual, pembeli, barang yang dijual, tempat akad, akad serah terima, ada manfaat yang dapat kita ambil selama tidak melanggar hukum Islam yang ditetapkan maka kita dapat melakukan kegiatan jual beli. Dalam perkembangannya seiring waktu, praktik jual beli dari waktu ke waktu banyak mengalami perubahan. Contohnya dalam melakukan praktik jual beli sekarang, hanya menggunakan telepon genggam yang terkoneksi internet, seseorang dapat melakukan transaksi tidak terpengaruh waktu dan tempat.² Sebaliknya orang zaman dulu saat melakukan transaksi mereka akan terkendala oleh waktu dan medan yang dilalui. Adanya kendala tersebut menjadikan mereka membutuhkan lebih banyak waktu untuk pengiriman barang.

Salah satu transaksi yang sering dilakukan pada zaman dahulu sering disebut dengan barter. Barter merupakan sistem transaksi tertua manusia dalam bertransaksi, dalam arti luas sistem barter adalah sistem tradisional yang bertukar barang yang dimiliki dengan yang dibutuhkan. Barter dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pokoknya.³ Setiap barang pada dasarnya berfungsi sebagai alat tukar menukar barang. Ketika kegiatan ekonomi memiliki kendala yang tidak praktis yang menjadikan akan ada perbedaan nilai suatu barang dengan yang lainnya maka manusia berinovasi dengan menggunakan alat tukar yang lebih praktis. Misalnya pada masa

² Misbahul Ulum, "Prinsip-Prinsip Jual Beli *Online* Dalam Islam Dan Penerapannya Pada E-Commerce Islam Di Indonesia", *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis* 17 (2020): 49-64, diakses melalui archive.org pada tanggal 6 Desember 2022 pukul 9.58 WIB.

³ Firmansyah dan M. Ikhsan Dacolfany, *Uang Elektronik dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Lampung: CV Iqro, 2018), hlm. 5.

kerajaan di mana alat tukar tersebut berasal dari logam mulia yang berharga pada masa itu yang memiliki nilai yang stabil, kemudian hal ini kita sebut sebagai uang koin yang berfungsi sebagai alat tukar, maka uang ini lambat laun disepakati sebagai alat tukar secara global atau secara umum.

Sebagai alat ganti tukar uang wajib mempunyai 3 syarat yakni bisa diterima secara umum, memiliki fungsi sebagai alat tukar (*medium of change*), berisi satuan nilai yang tetap atau stabil (*unit of account*) dan sebagai benda berharga yang bisa disimpan (*valuta*).⁴ Uang mengikuti perkembangan zaman dengan bentuk yang berbeda sesuai zaman tersebut, uang logam berbentuk koin umumnya lingkaran berbahan logam seperti emas, perak, besi dan tembaga dikarenakan bahan tersebut memiliki nilai yang berharga pada masanya yang kita disebut uang koin atau logam. Saat ini uang berkembang dengan kita lebih mengenal uang yang berbahan kertas khusus yang dicetak, dikeluarkan dan dijamin nilainya oleh negara, yang saat ini kita sebut uang kertas.⁵

Uang berguna untuk melakukan berbagai transaksi khususnya dalam bidang perniagaan dan dalam bertransaksi selalu berkembang mengikuti zaman. Pada saat ini kita melakukan transaksi bukan hanya melalui tatap muka saja namun melalui perkembangan teknologi yang pesat khususnya dalam bidang komunikasi. Penggunaan teknologi untuk bertransaksi saat ini meningkat dari hari ke hari dan penggunaan yang paling sering dibidang jual beli. Sistemnya pun bisa terjadi tanpa adanya interaksi antara kedua belah

⁴ *Ibid*, 12.

⁵ Frederich S, Mishkin, *Ekonomi Uang, Perbankan, dan Pasar Keuangan Buku I*, alih bahasa Lana Soelistianingsih dan Beta Yulianita (Jakarta: Salemba Empat, 2010), hlm. 72.

pihak secara langsung. Bahkan bila kedua pihak adalah orang asing, hal ini bisa dilakukan. Sistem jual beli dengan menggunakan media sosial berbasis teknologi internet inilah yang biasa disebut sebagai sistem jual beli *online*.⁶ Penjual akan memasang gambar sebagai produk yang ditawarkan, pembeli yang tertarik akan menghubungi penjual melalui media sosial yang tertera. Ketika kesepakatan telah tercapai, maka terjadilah transaksi. Pembeli akan mentransfer nominal yang di sepakati ke penjual, dan pemilik barang akan mengirim barang yang dimaksud dengan menggunakan jasa kurir.⁷

Saat ini sistem komputer yang berbasis internet telah tersebar luas ke seluruh dunia. Sehingga transaksi elektronik atau yang sering dikenal dengan transaksi *online* pun tak terhindarkan. Selain memberikan dampak positif, kemudahan dalam bertransaksi *online* juga memicu terjadinya hal-hal yang melanggar hukum. Namun, kemampuan internet yang sanggup menghubungkan hampir semua pirantri elektronik di seluruh dunia akan membawa perubahan yang sangat besar di dunia perekonomian Indonesia. Meskipun menurut sebuah penelitian, Indonesia hanya meraih 0,026% dari hasil pendapatan transaksi *elektronik*. Angka ini dianggap masih kurang cukup memadai jika dibandingkan dengan volume pendapatan transaksi *elektronik* di dunia. Namun, angka tersebut diperkirakan akan mengalami peningkatan yang cukup signifikan mengingat makin banyak penggunaan transaksi *online* di

⁶ Munir Salim, "Jual Beli Secara *Online* Menurut Pandangan Hukum Islam" dalam *jurnal Al-Daulah*, Vol. 6 / No. 2, Desember 2017.

⁷ *Ibid*

Indonesia di mana ikut mempengaruhi tren saksaksi yang kini di dominasi oleh transaksi *online*.⁸

Hal ini didukung oleh pernyataan Roy Suryo yang menyatakan kegiatan elektrik marketing dari hari ke hari semakin mneingkat. Di tahun 1996 tercatat jumlah transaksi mencapai 20 million US dollar dan angka ini terus meroket hingga pada tahun 2003 jumlah transaksi *elektronik* Indonesia sanggup menembus angka 1200 million US dollar. Sementara itu komoditi yang banyak diminati adalah piranti komputer baik *software* maupun *hardware*, buku, pakaian, ATK, barang-barang elektronik, dan peralatan olahraga.⁹ Hal ini tentu menunjukkan bahwa derasnya arus informasi berbasis internet jelas tak dapat terbendung, sehingga berakibat pada naiknya jumlah transaksi *online* yang meningkat tajam.

Dalam kegiatan *e-commerce* tidak lepas dari produk atau jasa yang akan ditawarkan olah penjual ke konsumen/pembeli. Barang dan jasa yang ditawarkan juga ikut mengalami perubahan dan penambahan yang bervariasi, di mana barang atau jasa di bagi menjadi barang nyata dan virtual produk digital atau disebut juga produk elektronik. Produk elektronik adalah produk dalam bentuk non fisik yang dipasarkan secara *online* melalui internet. Produk digital dapat disimpan, dikirim, dan digunakan dalam bentuk elektronik dan dibeli melalui pemasaran digital, aplikasi, perangkat lunak, *game online*, tiket elektronik, dan bentuk pemasaran digital lainnya. Pertumbuhan produk digital saat ini semakin pesat, begitu juga dengan efektivitas dan kemudahannya bagi

⁸ Dikdik M Arief, *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2009), hlm. 148.

⁹ <https://books.google.co.id/> diakses pada 30 Maret 2022.

konsumen. Misalnya, e-book dapat menggantikan buku konvensional yang masih menggunakan kertas. Bahan baku pembuatan kertas adalah kayu, yang dalam jangka panjang akan membuat pepohonan semakin menipis sehingga menyebabkan pemanasan global. Produk digital di Indonesia mampu mendatangkan pendapatan negara sebesar Rp2,25 triliun per 16 Juni 2021 yang dipungut dari Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Ada banyak Produk digital yang saat ini tersedia bukan hanya sekedar produk file, melainkan juga dapat berbentuk akun (berupa email dan password) ataupun jasa digital (misalnya jasa optimasi SEO). Contoh beberapa jenis produk digital yang sering diperjualbelikan:

1. Akun Pengguna

Akun yang di maksud disini merupakan jenis akun edisi terbatas, untuk mendapatkannya dengan melakukan cara tertentu maupun akun itu berisi sesuatu item digital yang bernilai atau terbatas jumlahnya yang di keluarkan oleh *developer*. Contohnya akun google adsense yang di mana blogger akan kesulitan memperolehnya sehingga para blogger lebih suka membeli akun yang sudah ada atau memita dibuatkan oleh pihak terkait.

2. Kode Sumber

Kode sumber merupakan produk digital yang berisi rencana atau desain berbagai hal yang berbentuk skrip bahasa komputer, desain suatu objek dan rencana proyek. Dalam kehidupan nyata kode sumber ini digunakan untuk tujuan bisnis maupun akademis.

3. Situs Web

Situs web biasanya berbentuk nama domain, hosting, template, plugin dan alamat internet yang memiliki tujuan agar di lihat oleh pelanggan internet yang berisi pengenalan barang, jasa, perusahaan atau institusi dan sebagainya. contoh: www.google.com, www.yahoo.com, www.iainkediri.ac.id.

4. SEO

Search Engine Optimization adalah website dengan tujuan memudahkan pencarian pengguna (khususnya *Google search*). Produk SEO digital biasanya berupa layanan, seperti layanan backlink untuk meningkatkan otoritas domain dan lain-lain.

5. Konten

Bisa juga dikatakan bahwa konten merupakan salah satu yang banyak diminati dan berperan penting dalam pertumbuhan sebuah bisnis, meskipun tidak semua bisnis bisa membuat konten. Konten dapat berupa artikel, video, atau foto yang diposting di berbagai jejaring sosial.

6. Grafis dan Media

Dalam lingkup ini lebih mengarah ke mendesain suatu hal. Contohnya jasa desain logo, jasa edit foto, jasa pembuatan animasi atau musik.

7. Kursus *online*

Kursus *online* merupakan sebuah situs yang menyediakan layanan berupa buku digital, video pembelajaran, ataupun kelas *online* melalui media meeting seperti zoom, google meet, dll yang berguna untuk para akademisi belajar kapanpun dan di mana saja

8. Saldo

Berupa nilai nominal tertentu yang di gunakan untuk keperluan yang berbeda saldo gopay, saldo ATM, atau bahkan pulsa seluler / paket data.

9. *Game Online*

Baru-baru ini, pertumbuhan *game online* yang pesat menjadi peluang baru bagi mereka yang ingin mendapatkan keuntungan. Beberapa hal yang bisa di jual belikan di antaranya item dalam *game* (berlian, skin, karakter dan lain-lain) atau akun *game* itu sendiri, di mana dalam akun tersebut memiliki keunikan tersendiri.

10. *Jasa Online*

Bukan hanya produk, jasa di internet juga dapat ditawarkan sebagai bentuk produk digital. Contoh yang paling sering adalah jasa membuat aplikasi, situs web, pengunggah produk ke marketing, jasa ketik, jasa terjemah dan lain-lain.¹⁰

Salah satu kegiatan produk digital yang banyak terjadi di Indonesia adalah transaksi jual beli di dalam *game online*. *Game online* yang berada di *smartphone*. Karena *smartphone* ini mudah dibawa ke mana-mana sehingga memudahkan transaksi ekonomi di mana saja dan kapan saja. Dalam *game online* seseorang akan di hadirkan dengan berbagai fitur dan medel *game online*. Adapun yang termasuk dalam fitur utamanya adalah sebagai berikut:

1. *Top up*

Top up adalah istilah dalam *e-commerce* di mana terjadi transaksi pembelian dalam transaksi *online* yakni pembelian mata uang *game/aplikasi* terkait

¹⁰ https://www.wikipedia.org.id/wiki/Produk_digital diakses 13 april 2022

dengan menggunakan uang resmi (uang yang dikeluarkan dan dilindungi oleh hukum negara contoh: rupiah, dinar, dollar). Mata uang *game* tersebut digunakan untuk membeli item yang hanya dapat di beli dengan mata uang terkait

2. *Battle Mode*

Battle mode adalah istilah dalam *game*, di mana itu merupakan fitur dalam *game* yang memungkinkan *player*/pemain untuk bertanding dengan *player* lainnya baik dalam bentuk tim atau solo.

3. *Reward*

Reward adalah fitur hadiah yang berasal dari *developer* untuk pemain. Hal ini didapat dari pencapaian, misi, *top up* dan pembuatan akun. *Reward* ini berisi berbagai item yang menarik dan gratis guna memikat *player* memainkan/menggunakan *game* tersebut.

4. *Spin*

Spin atau gacha adalah fitur *game* yang di mana *player* harus mengacak sebanyak jumlah tertentu untuk mendapatkan item yang diinginkan dan akan dikenai biaya dalam *game*.

5. *Costumer service*

Costurmer service adalah layanan pelanggan terkait ketidaknyamanan atau pelaporan baik berupa *bug*, permohonan dan perlindungan konsumen dari *developer*.

Dalam praktik jual beli islam melarang unsur *gharar*/tidak pasti karena di dalamnya mengandung unsur yang hanya menguntungkan salah satu pihak saja. Contohnya ialah praktik pembelian produk digital dalam *game*

dengan sistem gacha yang dilakukan baik disengaja maupun tidak disengaja. Gacha sendiri dalam *game online* merupakan salah satu strategi monetisasi. Sistem gacha dalam *game* berisikan berbagai karakter, benda ataupun kartu yang bisa didapatkan oleh pemain dengan mekanisme tertentu. Mekanisme tersebut dilakukan dengan cara pemain memutar atau menarik gacha menggunakan mata uang permainan, hasilnya akan diberikan secara acak. Ada beberapa benda atau karakter yang tingkat kemunculannya langka, atau hanya dalam waktu tertentu saja, inilah yang membuat para pemain harus menarik gacha dan mengeluarkan uang berkali-kali.¹¹ Apalagi kalau pemain berprinsip bahwa dia harus mendapatkan benda atau karakter yang langka itu maka pemain bisa menghabiskan uang dalam jumlah banyak.

Pembelian kartu atau benda di dalam *game online* yang membutuhkan uang disebut sebagai transaksi mikro. Transaksi ini masuk dalam pembelian barang secara virtual atau dikenal sebagai *in-game* items yang menggunakan mekanisme gacha atau *loot* boxes. Gacha bentuknya sistem lotre yang dilakukan secara virtual dan *real-time* langsung mendapatkan produk digitalnya. Gacha sebenarnya bisa dilakukan tanpa perlu melakukan transaksi mikro atau mengeluarkan uang. Namun produk digital yang langka dan sering dicari pemain akan sulit didapatkan jika tidak melakukan transaksi mikro. Mekanisme permainan pembelian produk digital melalui gacha didesain agar bisa mendorong pemain untuk mengeluarkan uang dan melakukan transaksi

¹¹ Cynthia Angelia, Hutabarat, F. A. M., Nugroho, N., Arwin, A., & Ivone, I. (2021). Perilaku Konsumtif Gamers Genshin Impact terhadap Pembelian Gacha. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(3), 61-65 diakses pada tanggal 6 Desember 2022 pukul 11.17 WIB melalui <http://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/909/637>.

virtual untuk mendapatkan produk digital langka yang diinginkan.¹² Peneliti menilai fenomena jual beli produk digital dalam gacha *game online* menimbulkan *gharar*. Namun masih banyak orang Islam yang melakukan pembelian produk digital dalam gacha *game*. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk membahas dalam perspektif sosiologi hukum Islam dengan judul **“PRAKTEK JUAL BELI PRODUK DIGITAL DALAM GACHA GAME ONLINE PERSPEKTIF SOSIOLOGI HUKUM ISLAM (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Syariah prodi HES 2016 IAIN Kediri)”**.

B. Rumusan Masalah

Pada penelitian ini peneliti merumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktek jual beli produk digital dalam gacha *game online*?
2. Bagaimana praktek jual beli produk digital dalam gacha *game online* perspektif sosiologi hukum Islam?

C. Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti bertujuan untuk menelaah dan mendeskripsikan tentang:

1. Praktek jual beli produk digital dalam gacha *game online*
2. Praktek jual beli produk digital dalam gacha *game online* perspektif sosiologi hukum Islam.

¹² Amelia Yeza Pradhipta, "Mekanisme 'gacha'dan 'parasocial interaction'pemain gim seluler", *Jurnal Studi Komunikasi* 5.1 (2021): 215, diakses pada tanggal 6 Desember 2022 pukul 13.50 WIB melalui <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jsk/article/view/2478/1514>.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis dan manfaat praktis, masing-masing kegunaan tersebut antara lain:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber data untuk peneliti selanjutnya, khususnya penelitian-penelitian yang memiliki focus serupa dengan penelitian ini. Sedangkan untuk peneliti sendiri manfaat penelitian ini sebagai penambah khazanah keilmuan selama berada di perkuliahan. Sebagai pembaca juga diharapkan bisa mengambil ilmu pengetahuan dari penelitian ini.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis penelitian ini tertuju pada pengguna *game online* terutama yang beragama Islam untuk memperhatikan transaksi yang dilakukannya, terlebih dalam transaksi *online* karena prakteknya akan sangat berbeda dengan transaksi nyata. Karena di dalam praktik *online*, rawan terjadi penipuan dan produk yang ditawarkan bersifat *gharar* atau tidak jelas.

E. Telaah Pustaka

peneliti telah mengumpulkan beberapa penelitian terdahulu, yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, dengan fokus dan tema yang relevan. Penelitian tersebut antara lain:

1. **“Pembelian Crate Pada Permainan Playerunknown’s Battleground’s Perspektif Fiqih Muamalah (Studi Squad “Sgd Malabar” Di Desa Jatikerto Kromengan Kabupaten”**. Skripsi mahasiswa UIN Maulana

Malik Ibrahim Malang yang disusun tahun 2020 oleh Evi Nur Azizah. Skripsi ini membahas item di *game online* yaitu crane di *game* PUBG. Melakukan pembelian di *game* PUBG adalah cara jual beli yang populer di kalangan pemain *game* ini. Untuk memiliki item special yang cara memilikinya tidak hanya dengan bermain saja tapi harus melalui misi yang dikeluarkan oleh developer *game* yang terkait dan cara mendapatkannya pemain terlebih dahulu harus memiliki UC atau *Unknow Cash*. Namun saat membeli create, pemain tidak dapat menentukan item mana yang akan didapatkan, apabila pemain membeli item tersebut, dan kemudian item yang dihasilkan akan muncul. Namun item yang muncul belum tentu yang dipilih atau yang diinginkan, jadi pemain tidak tahu apa yang akan dirilis nanti. Dilihat dari Fiqh Muamalah, praktik pembelian art in-*game* *BattleGrounds PlayerUnknowwn* merupakan salah satu transaksi yang memasukkan unsur ketidakpastian dalam pembeliannya. Karena rukun dan syarat trading yang tidak pasti, maka dalam Fiqh Muamalah praktik jual beli ini termasuk jual beli yang dilarang. Oleh karena itu, perdagangan tidak diperbolehkan.¹³ Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang jual beli item acak di dalam *game* dan perbedaannya adalah memakai pandangan sosiologi hukum islam dan apa yang mendasari player membeli item random tersebut.

2. **“Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Transaksi Jual Beli Produk Digital Item *Game Online* (Studi Terhadap Pelaku *Game Online***

¹³ Evi Nur Aziziah, “Pembelian Crate Pada Permainan PlayerUnknown’s BattleGround’s Perspektif Fiqh Muamalah (Studi Squad “SGD MALABAR” di Desa Jatikerto Kromengan Kabupaten)”(Skripsi, UIN malang, Malang), 2020.

Di Hardcore Icafe Malang)". Skripsi yang ditulis oleh Fandi Ahmad Nuraimy dari UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang disusun tahun 2018. Fokus penelitian ini terhadap permasalahan praktek transaksi yang dilakukan oleh penjual, peneliti menyimpulkan bahwa ada kemungkinan 2 jenis transaksi yang akan terjadi, yakni transaksi offline dan *online*. Transaksi offline adalah transaksi antara penjual dan pembeli secara tatap muka di suatu tempat yang telah di sepakati oleh keduanya. Di era saat ini jenis transaksi ini biasa dikenal dengan *Cash On Delivery*. Biasanya Transaksi *Cash On Delivery* digunakan oleh pembeli untuk meminimalisir penipuan yang dilakukan penjual. Kedua, transaksi tidak langsung (*online*). Transaksi ini dilakukan dengan cara keduabelah pihak tidak secara langsung bertemu namun melalui aplikasi *online* dan sejenisnya, dalam transaksi ini lebih banyak adanya resiko kecurangan termasuk penipuan khususnya transaksi di *game online*. Apabila terjadi, pihak berwenang tidak dapat menangani dengan sah karena tidak memiliki peraturan dan catatan khusus transaksi dengan menggunakan *game online*. Ketika melakukan transaksi *online*, baik secara langsung maupun tidak, harus memenuhi syarat berupa kepercayaan, kerelaan dan kepastian agar transaksi menjadi sah dan faktor transparansi dalam transaksi.¹⁴ Adapun perbedaan dengan skripsi ini adalah jika skripsi ini membahas perlindungan dan cara transaksi produk digital dalam *game* sedangkan peneliti membahas mengapa hal ini tetap dilakukan oleh player dari sudut

¹⁴ Fandi Ahmad Nuraimy, "Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Transaksi Jual Beli Produk Digital Item Game *Online* (Studi Terhadap Pelaku Game *Online* di Hardcore iCafe Malang)". (Skripsi, UIN Malang, Malang).2018

pandang sosiologi hukum islam dan persamaannya adalah sama-sama membahas tentang transaksi pembelian produk digital dalam *game online*.

3. **“Transaksi Item Virtual Dalam *Game Online* Di Telkom Plasa Kota Parepare (Analisis Hukum Ekonomi Islam)”** Skripsi yang ditulis oleh Muh. Fahmi Hidayat dari IAIN Parepare tahun 2020. Penelitian ini membahas tentang system perdagangan produk digital pada *game online*. Dalam praktiknya, penjual dan pembeli membuat kontrak untuk melakukan transaksi, bisa dilakukan secara *online* maupun offline dan bisa menggunakan kemajuan teknologi. Dalam transaksi ini objek yang dijual merupakan item dalam *game* yang bernilai atau langka bagi pemain. Di sinilah item tersebut menjadi milik penjual (bagian dari *game*) dan setelah transaksi selesai item tersebut ditransfer dari penjual kepada pembeli. Menurut fikih muamalah, transaksi item dalam *game online* bisa dilakukan, karena memenuhi rukun dan syarat sah jual beli dalam islam. Terdapat akad, tanda tangan atau ijab kabul, dan jenis barangnya jelas. Walaupun syaratnya adalah barang dipertukarkan, dengan dijalankannya transaksi barang virtual dalam *game online*, transaksi tersebut termasuk dalam jual beli penawaran karena transaksi tersebut digunakan satu per satu. Sistem *online* di mana pembeli membeli produk digital setelah pembayaran. Dan dalam kontrak telah sepenuhnya menerapkan syarat dan ketentuan jual beli item di *game online*.¹⁵ Persamaan dengan skripsi ini adalah memiliki fokus penelitian sama, yakni sama-sama membahas

¹⁵ Muh. Fahmi Hidayat, “Transaksi Item Virtual Dalam *Game Online* Di Telkom Plasa Kota Parepare (Analisis Hukum Ekonomi Islam)” (Skripsi, Iain Parepare, Pare).2020

tentang jual beli dalam *game online*. Sedangkan perbedaannya, jika peneliti jual beli item *game* dengan gacha atau secara acak, namun dalam skripsi ini tidak ada item gacha yang diperjualbelikan.

4. **“Jual Beli Benda Virtual Melalui Sistem Gacha (Mesin Penjual Otomatis) Dalam Game Dihubungkan Dengan Buku Iii Kitab Undang-Undang Hukum Perdata”** merupakan skripsi yang ditulis oleh Fikar Eslamy dari Fakultas Hukum Universitas Pasundan. Dari skripsi ini disimpulkan bahwa jual beli benda virtual yang dilakukan melalui sistem gacha (mesin penjual otomatis) dalam *game* tidak memenuhi syarat perjanjian dalam Pasal 1320 ke-4 pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Akibat hukum yang ditimbulkan ialah batal demi hukum karena tidak terpenuhinya syarat ke-4 dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang merupakan syarat objektif. Sebagaimana diatur dalam Pasal 1335 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan perjanjian tersebut dihapuskan serta dianggap tidak pernah ada sama sekali, sebagaimana diatur juga dalam Pasal 1265 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan perlindungan hukum terhadap pihak pengguna jual beli benda virtual yang dilakukan melalui sistem gacha (mesin penjual otomatis) menjadi tidak ada sama sekali sebagaimana diatur dalam Pasal 1788 Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.¹⁶ Persamaannya sama-sama membahas mengenai jual beli benda virtual dengan sistem gacha. Perbedaannya terletak pada sudut pandang penelitiannya, di mana penelitian peneliti menggunakan

¹⁶ Fikar Eslamy, Jual Beli Benda Virtual Melalui Sistem Gacha (Mesin Penjual Otomatis) Dalam Game Dihubungkan Dengan Buku Iii Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. *Skripsi*. Fakultas Hukum Universitas Pasundan, 2018, diakses melalui <http://repository.unpas.ac.id/37004/> pada tanggal 7 Desember 2022.

sosiologi hukum Islam sedangkan penelitian ini berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

5. **“Jual Beli Chip Pada *Game Online Higgs Domino* Perspektif Ekonomi Syariah”**. Skripsi Pira Yunida dari UIN Fatmawati Bengkulu. Kegiatan yang dilakukan dalam proses jual beli ini dilakukan mulai dari pemasaran melalui media sosial. Penjual membujuk dan berusaha menerangkan tentang nominal chip dan harga jualnya, setelah disepakati pihak pembeli akan melakukan COD atau melakukan transfer untuk pembayarannya. Baru setelah itu penjual mengirimkan chip kepada akun Higgs Domino pembeli. Objek yang diperjual belikan tidak memenuhi rukun jual beli karena mengandung *maysir*.¹⁷ Persamaan penelitian ini dengan peneliti ialah sama-sama membahas mengenai jual beli produk digital, perbedaannya terletak pada jenis produk digitalnya serta perspektif sudut pandang penelitiannya.

¹⁷ Pira Yunida, Jual Beli Chip Dalam Game *Online Higgs Domino* Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. Skripsi. UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2022, diakses melalui <http://repository.iainbengkulu.ac.id/10403/1/SKRIPSI%20PIRA.pdf> tanggal 7 Desember 2022.

