



Implementasi dan Eksistensi Khiyar (Studi Transaksi Jual Beli melalui Marketplace)

Labib Nubahai

Institut Agama Islam Negeri Kudus

labibnubahai@iainkudus.ac.id

Abstract

This research aims to analyze the implementation and existence of khiyar in buying and selling transactions through marketplaces. This study uses a qualitative approach with a descriptive analysis method. The results of this study indicate that in practice, buying and selling transactions through marketplaces have implemented khiyar. However, in terms of knowledge and literacy, both buyers and sellers have not fully understood khiyar. Some factors or obstacles that hinder the implementation of khiyar in buying and selling transactions through marketplaces include laziness, lengthy processes of product or fund returns, lack of socialization about religious knowledge, neglect of contractual obligations in buying and selling, and lack of awareness and empathy. The position of the concept of khiyar in modern times is relative. The existence of khiyar can be known through the position of the buying and selling contract. Khiyar is considered as a complementary condition, which means that the presence or absence of khiyar in the buying and selling contract does not affect the validity of the contract itself because khiyar cannot stand alone without the existence of the buying and selling contract as the main contract. However, khiyar is recommended as the best solution to strengthen the position of the contract, making it more ideal and achieving benefits for both parties involved in the transaction.

Keywords: *Khiyar, Buying and Selling, Marketplace*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi dan eksistensi khiyar pada transaksi jual beli melalui marketplace. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam praktiknya, transaksi jual beli melalui marketplace telah menerapkan khiyar. Namun, dari segi pengetahuan dan literasi, baik pembeli maupun penjual belum sepenuhnya memahami tentang khiyar. Beberapa faktor atau kendala yang menghambat penerapan khiyar dalam transaksi jual beli melalui marketplace antara lain adalah adanya faktor kemalasan, proses pengembalian barang atau dana yang lama, kurangnya sosialisasi mengenai ilmu pengetahuan agama, terbaikannya akad dalam jual beli, dan kurangnya kesadaran dan empati. Adapun kedudukan konsep khiyar dalam zaman modern bersifat relatif. Eksistensi khiyar dapat diketahui melalui kedudukan akad jual beli. Khiyar dinilai sebagai syarat pelengkap, yang berarti bahwa ada atau tidak adanya khiyar dalam akad jual beli, tidak akan mempengaruhi keabsahan akad jual beli itu sendiri, karena khiyar tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya akad jual beli sebagai akad pokok. Meskipun demikian, Khiyar disyariatkan sebagai solusi terbaik guna memperkuat kedudukan akad menjadi lebih ideal, serta mencapai kemaslahatan di antara kedua belah pihak yang terlibat dalam transaksi.

Kata Kunci: *Khiyar, Jual Beli, Marketplace*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Seiring dengan kemajuan teknologi telekomunikasi, seolah-olah setiap orang berada dalam satu ruangan di mana mereka dapat saling berinteraksi dan bekerja di dunia maya, termasuk dalam muamalah. Teknologi telah membantu manusia memenuhi kebutuhan wajib mereka (Ningsih, 2020). Salah satu dampak dari kemajuan teknologi ini adalah fungsi internet yang dapat digunakan dalam transaksi jual beli. Proses jual beli online ini terjadi melalui situs web internet dan dianggap lebih sederhana, mudah, dan cepat. Selain itu, hal ini dapat mengurangi pengeluaran dan meningkatkan keuntungan. Namun, meskipun transaksi ini mudah dilakukan, pembeli juga harus menghadapi risiko dan kerugian yang mungkin terjadi. Secara khusus, terdapat risiko umum dalam pembelian dan penjualan online, termasuk peningkatan kasus penipuan (Hafizah dkk, 2020).

Umumnya, proses jual beli online dilakukan melalui platform jual beli online (*marketplace*) dan media sosial, di mana penjual menawarkan barang dengan memposting gambar atau foto barang yang akan dijualnya. Melalui *marketplace* dan media sosial tersebut, penjual dapat menunjukkan kepada pembeli contoh barang yang ditawarkan. Namun, terkadang terjadi situasi di mana barang yang dikirim tidak sesuai dengan contoh yang diperlihatkan saat pemesanan dilakukan (Nazir, 2004).

Hak *khiyar* adalah hak yang dimiliki oleh kedua belah pihak, yaitu pembeli dan penjual, untuk melanjutkan atau mengakhiri suatu kontrak atau transaksi pembelian. Hak ini memberikan kesempatan bagi pembeli dan penjual untuk mempertimbangkan apakah mereka ingin melanjutkan atau membatalkan transaksi pembelian. Prinsip utama yang melandasi hak *khiyar* ini adalah asas keadilan. *Khiyar* dirancang untuk menjaga keseimbangan dalam transaksi dan melindungi pihak yang mungkin berisiko mengalami kerugian. *Khiyar* berperan sebagai langkah pencegahan untuk melindungi terhadap ketidakcocokan produk yang mungkin terjadi karena kurangnya pengetahuan tentang kualitas produk atau ketidaksesuaian dengan kualitas yang diharapkan (Amiruddin, 2016).

Melihat fenomena yang ada, terlihat bahwa dalam persaingan ekonomi, banyak pelaku yang terlibat dalam praktik yang tidak etis. Motivasi mereka adalah untuk memenangkan persaingan demi mencapai keuntungan maksimal. Dalam perspektif internal, pelaku bisnis seringkali memandang bahwa bisnis adalah bisnis semata, sehingga aktivitas bisnis dianggap netral. Namun, dalam pandangan ekonomi Islam, kebebasan pelaku ekonomi dibatasi oleh aturan main yang jelas (Mawarni, 2020). Prinsip ini diungkapkan dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa' (4) ayat 29. Ayat tersebut menyatakan bahwa perolehan rezeki tidak boleh dilakukan dengan cara yang salah, bertentangan dengan syariat Islam. Penjualan harus didasarkan pada saling toleransi, tanpa menipu, berbohong, atau merugikan pihak lain.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Amiruddin (2016), ditemukan fakta bahwa ketiga marketplace tersebut telah menerapkan *khiyar 'aib*. Namun, hanya marketplace Lazada yang menerapkan *khiyar ru'yah*. Sementara itu, dalam penelitian yang dilakukan oleh Arwadi (2017), ditemukan fakta bahwa pendapat Mazhab Syafi'i dan hukum perdata memiliki persamaan dalam membolehkan adanya *khiyar 'aib*, menentukan jangka waktu berlakunya *khiyar 'aib*, serta menemukan bahwa *khiyar 'aib* berlaku dalam kasus kecacatan barang, namun transaksi dapat dilakukan tanpa perjanjian *khiyar*, tergantung pada lamanya transaksi dilakukan. Perbedaannya terletak pada masalah berakhirnya jangka waktu.

Penelitian yang dilakukan oleh Pambekti (2017) menemukan bahwa mayoritas penjual di marketplace tidak menerapkan prinsip *khiyar* dalam jual beli online. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti potensi terbengkalainya akad jual beli, kurangnya sosialisasi dan pemahaman fiqh muamalah di antara para pihak, serta kurangnya kesadaran dan simpati. Penelitian oleh El-Wardah (2019) menemukan bahwa hak *khiyar* seharusnya diterapkan oleh para pihak dalam transaksi di bank syariah. Hal ini dapat meningkatkan tingkat kemaslahatan dengan adanya sikap kerelaan dan keridaan di antara para pihak. Selain itu, penelitian oleh Dalimunte (2019) menunjukkan bahwa para ulama sepakat bahwa tanggung jawab atas kecacatan pada objek akad seharusnya ditanggung oleh pihak penjual. Hal ini bertujuan untuk menjaga prinsip dan syariat Islam yang dapat memberikan kepercayaan bagi para pihak yang melakukan transaksi jual beli online.

Oleh karenanya, dengan perkembangan transaksi jual beli saat ini, transaksi jual beli online melalui marketplace semakin menjadi sarana utama bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mereka. Jual beli tidak lagi terikat oleh waktu dan tempat, sehingga dapat dilakukan secara fleksibel kapan dan di mana saja. Namun, dalam beberapa kasus, seperti transaksi jual beli online, hak *khiyar* sering kali hanya menjadi formalitas belaka. Ketidaksiuaian transaksi terhadap barang yang dijual menjadi penghambat bagi konsumen untuk menggunakan hak *khiyar*, terutama karena adanya biaya pengembalian barang yang memberatkan. Akibatnya, konsumen seringkali menjadi korban dalam transaksi tersebut. Berdasarkan permasalahan ini, penulis akan membahas implementasi dan eksistensi *khiyar* dalam transaksi jual beli melalui marketplace dengan tujuan mewujudkan transaksi yang adil, berkelanjutan, dan sesuai dengan prinsip ekonomi syariah.

KAJIAN LITERATUR

Konsep *Khiyar* dalam Jual Beli

Khiyar, yang memiliki arti "pilihan" dalam bahasa Arab, telah banyak dibahas oleh ulama dalam konteks persoalan hukum perdata, terutama dalam bidang ekonomi. Konsep *khiyar* memberikan hak kepada para pihak

dalam menghadapi masalah yang timbul terkait dengan transaksi yang dilakukan (Ghazaly, 2018).

Terdapat berbagai definisi yang diajukan oleh para ulama mengenai *khiyar*. Menurut Sayyid Sabiq, *khiyar* adalah usaha untuk mencari kebaikan dengan mempertimbangkan dua opsi, yaitu melanjutkan atau membatalkan transaksi jual beli (Sabiq, 1983). Sementara itu, menurut Wahbah Al-Zuhaili, *khiyar* adalah pilihan yang diberikan kepada salah satu atau kedua belah pihak yang terlibat dalam akad untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi sesuai dengan kondisi masing-masing pihak (Al-Zuhaili, 2018). Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah mendefinisikan *khiyar* sebagai hak bagi penjual dan pembeli untuk memilih apakah akan melanjutkan atau membatalkan akad jual-beli yang telah dilakukan (Mahkamah Agung Republik Indonesia, 2008).

Dalam Hukum Islam, hak *khiyar* dalam transaksi jual beli diperbolehkan. Hal ini sejalan dengan ayat Al-Qur'an dalam Surat An-Nisa ayat 29 yang menyatakan bahwa seorang Muslim dilarang mengambil harta saudaranya dengan cara yang batil, kecuali melalui perniagaan yang didalamnya terdapat kesepakatan dan kepuasan di antara kedua belah pihak (Departemen Agama RI, 2010). Selanjutnya, hadis yang diriwayatkan oleh Ibnu Umar menguatkan bahwa Nabi Muhammad SAW bersabda, "Apabila dua orang melakukan jual beli, maka masing-masing memiliki hak *khiyar* selama mereka belum berpisah dan masih bersama..." (HR Bukhari Nomor 2110) (Al-Bukhari, 2002). Selain itu, terdapat pula riwayat dari Hibban Ibnu Munqid bahwa Nabi Muhammad SAW bersabda, "Jika kamu bertransaksi (jual beli), katakanlah, tidak ada penipuan dan saya memiliki hak *khiyar* selama tiga hari" (HR Muslim Nomor 849) (Al-Salam 'Allusy, 2010). Dengan demikian, dalam konteks transaksi jual beli, Hukum Islam mengakui dan memperbolehkan adanya hak *khiyar* bagi pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut.

Oleh karena itu, kemampuan untuk melanjutkan atau membatalkan hal tersebut bergantung pada kondisi barang yang akan diperjualbelikan. Akad jual beli memiliki sifat mengikat dan sah secara hukum pada prinsipnya. Namun, jika terdapat hak *khiyar* yang diberikan, maka transaksi jual beli tersebut menjadi tidak mengikat selama periode hak *khiyar* berlaku. Hal ini memungkinkan pihak-pihak yang terlibat dalam akad untuk membatalkan transaksi, sehingga menimbulkan ketidakpastian. Namun, karena hukum Islam menganjurkan adanya hak *khiyar*, berdasarkan tingkat kepuasan para pihak yang terlibat dalam transaksi, ini dianggap sebagai solusi terbaik (Ghazaly, 2018).

Hikmah dari penetapan hak *khiyar* tersebut adalah memberikan kesempatan untuk membuktikan dan memperhatikan kemaslahatan masing-masing pihak serta menegaskan sikap rela dari para pihak yang terlibat dalam transaksi, dengan tujuan menghindari perselisihan, persengketaan, dan penyesalan di kemudian hari karena merasa ditipu dalam transaksi yang dilakukan (S. Pradja, 2015). Selain itu, hak *khiyar* juga

memberikan perlindungan terhadap kerugian yang berkaitan dengan harga, kualitas, dan kuantitas objek transaksi (Soemitra, 2019). Namun, perlu diperhatikan bahwa syariat Islam memberikan hak *khiyar* hanya dalam kondisi tertentu, atau ketika para pihak atau salah satu pihak menetapkannya sebagai persyaratan dalam akad. Oleh karena itu, tidak setiap transaksi memerlukan hak *khiyar*, tetapi jika hak *khiyar* ada, syariat Islam menganjurkannya.

Berbagai Macam Bentuk *Khiyar*

Pembahasan tentang *khiyar*, sama halnya seperti pembahasan tentang jual beli yang menjadi akad pokoknya, selalu menimbulkan perdebatan tanpa akhir. Oleh karena itu, terdapat perbedaan pendapat di kalangan ulama mengenai jumlah jenis *khiyar* itu sendiri. Menurut ulama Hanafiyah, terdapat 17 jenis *khiyar*. Sementara itu, ulama Malikiyah membagi *khiyar* menjadi dua, yaitu *khiyar al-taamul* (*khiyar* berdasarkan melihat dan meneliti) dan *khiyar naqish* atau *khiyar al-hukmy* (*khiyar* berdasarkan kurang/aib/cacat) (Syafe'I, 2001).

Menurut pandangan ulama Syafiiyah, jenis-jenis *khiyar* terbagi menjadi dua, yaitu *khiyar al-tashahi* (*khiyar* yang mengakibatkan seorang pembeli memperlama melakukan transaksi berdasarkan dengan selernya terhadap objek akad, baik disebabkan oleh tempat maupun oleh syarat) dan *khiyar naqishah* (*khiyar* yang melibatkan kecacatan atau pergantian). *Khiyar 'aib* juga termasuk dalam jenis *khiyar* ini. Selain itu, ulama Syafiiyah berpendapat bahwa terdapat 16 jenis *khiyar* yang didasarkan pada syara'. Sedangkan menurut ulama Hanabilah, jumlah jenis *khiyar* adalah 8 macam.

Dalam pengelompokan yang lebih umum, terdapat dua kategori *khiyar*, yaitu *Khiyar* yang bersumber dari syara' (hukum Islam), yang meliputi *Khiyar majlis*, *Khiyar 'aib* dan *Khiyar ru'yah*; *Khiyar* yang bersumber dari kesepakatan pihak yang terlibat dalam akad, yang meliputi *Khiyar syart* dan *Khiyar Ta'yn*. Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, terdapat beberapa jenis *khiyar* yang dijadikan acuan, yaitu *khiyar majlis*, *khiyar syart*, *khiyar naqdi*, *khiyar 'aib*, *khiyar ru'yah*, *khiyar ghabn*, dan *khiyar taghrib* (Mahkamah Agung Republik Indonesia, 2008). Namun, dalam konteks pembahasan ini, akan dibahas tiga jenis *khiyar* yang paling dikenal, yaitu *khiyar majlis*, *khiyar syart*, dan *khiyar 'aib*.

Khiyar Majlis

Khiyar majlis mengacu pada hak bagi pihak-pihak yang terlibat dalam akad untuk melanjutkan atau membatalkan akad selama mereka masih berada di tempat dan belum berpisah (Sahrani & Abdullah, 2011). Berpisah di sini mengacu pada situasi dan kondisi tertentu, atau sesuai dengan adat kebiasaan setempat. Setelah ijab qabul (penawaran dan penerimaan) dilakukan, kedua belah pihak diperbolehkan untuk menentukan hak *khiyar* sebelum mereka berpisah. Setelah pihak-pihak telah berpisah atau membuat pilihan, maka akad tersebut menjadi sah dan berlaku. Namun,

menurut beberapa ulama, *khiyar* majlis hanya berlaku dalam akad-akad yang melibatkan pertukaran, seperti jual beli atau ijarah, dan tidak diterapkan dalam setiap jenis akad (Syafe'I, 2001).

Berkaitan dengan *khiyar* majlis, terdapat perbedaan pendapat di kalangan ulama, khususnya antara ulama Hanafiyyah dan Malikiyyah. Mereka berpendapat bahwa akad menjadi sah dan berlaku cukup dengan adanya ijab qabul, dan tidak dapat dibatalkan dengan *khiyar*. Argumen mereka didasarkan pada firman Allah yang menekankan pentingnya menepati janji dan bahwa akad menjadi sempurna dengan adanya kerelaan pihak-pihak yang terlibat. Menurut mereka, *khiyar* dapat menghilangkan keharusan dan kewajiban dalam akad. Selain itu, golongan ini juga tidak mengambil hadis-hadis yang membahas tentang *khiyar*. Ulama Hanafiyyah bahkan melakukan takwil (penafsiran) terhadap hadis tersebut dengan memaknainya bahwa berpisah dalam konteks ini berkaitan dengan aspek ucapan dan bukan secara fisik. Dengan demikian, menurut mereka, pihak yang melakukan ijab (pembeli/penyewa) diperbolehkan untuk menarik kembali ucapannya sebelum pihak lain (penjual/pemberi sewa) menjawab qabul. Sementara itu, penjual/pemberi sewa dapat menerima atau bahkan menolak tawaran tersebut.

Menurut pandangan ulama Syafiiyah dan Hanabilah, dinyatakan bahwa terdapat konsep "*khiyar* majlis". Konsep ini menyiratkan bahwa saat proses ijab dan qabul terjadi, status perjanjian tersebut belum menjadi final dan masih terdapat kemungkinan pembatalan. Pada saat itu, pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian masih berada di tempat akad dan belum berpisah. Oleh karena itu, mereka masih memiliki pilihan untuk melanjutkan atau membatalkan perjanjian tersebut. Batas waktu untuk berpisah kemudian bergantung pada adat dan kebiasaan masyarakat setempat. Argumen yang digunakan adalah bahwa hukum Islam mengatur hal ini melalui hadits yang dianggap sahih.

Khiyar Syart

Khiyar Syart memiliki makna sebagai kondisi yang memungkinkan kedua belah pihak memiliki hak untuk melanjutkan atau membatalkan akad berdasarkan jangka waktu yang telah ditentukan (Sahrani & Abdullah, 2011). Kehalalan *khiyar* ini didasarkan pada sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Baihaqi, di mana Rasulullah SAW bersabda, "Kamu diperbolehkan melakukan *khiyar* pada setiap pembelian selama tiga hari tiga malam." Selain itu, dasar dari *khiyar* syart juga didukung oleh riwayat Munqid dan Ibnu Umar.

Terjadi perbedaan pendapat di antara ulama mengenai *khiyar* syart, yang terfokus pada batasan waktu yang ditentukan. Ulama dari mazhab Hanafiyyah, Syafiiyah, dan Hanabilah menyatakan bahwa *khiyar* tersebut tidak sah jika batasan waktu yang jelas tidak ditentukan (tidak berlaku selamanya). Menurut pandangan mereka, kedudukan akad akan menjadi fasid menurut ulama Hanafiyyah dan batal menurut ulama Syafiiyah dan

Hanabilah. Oleh karena itu, ulama Hanafiyyah dan Syafiiyah menetapkan batasan waktu *khiyar* selama tiga hari. Argumen yang digunakan adalah berdasarkan hadits yang diriwayatkan oleh Munqid dan Ibnu Umar, serta keyakinan bahwa ketidakjelasan waktu akan menimbulkan ketidakpastian, sehingga pihak-pihak yang terlibat tidak dapat menggunakan objek akad. Jika batasan waktu lebih dari tiga hari terlewati, maka menurut pandangan keduanya, akad akan menjadi batal. Namun, jika batasan waktu *khiyar* diulang dan kurang dari tiga hari, menurut ulama Hanafiyyah, akad akan menjadi sah (Al-Zuhaili, 2018).

Dalam hal kedudukan akad selama jangka waktu *khiyar*, terdapat perbedaan pendapat di antara ulama. Menurut ulama Hanafiyyah, mereka menyatakan bahwa tidak terjadi akad dalam kasus yang melibatkan *khiyar*, tetapi setelah *khiyar* gugur, akad menjadi sah dan lazim. Oleh karena itu, jika salah satu pihak meninggal dunia, akad menjadi batal dan tidak dapat diwariskan. Sementara itu, menurut ulama Syafiiyah, kedudukan akad tergantung pada situasinya. Jika *khiyar* berasal dari pembeli, maka objek akad menjadi milik pembeli, dan sebaliknya. Namun, jika *khiyar* berasal dari kedua belah pihak, seperti yang juga dinyatakan oleh ulama Hanafiyyah, maka harus menunggu hingga *khiyar* gugur. Jika objek akad mengalami kerusakan saat masih berada di tangan penjual, maka akad jual beli menjadi batal ketika kedudukan objek tersebut masih di tangan penjual dan *khiyar* pun gugur. Namun, jika objek akad sudah berada di tangan pembeli, maka tergantung pada situasinya. Jika *khiyar* berasal dari penjual, maka jual beli menjadi batal dan pembeli wajib menggantikannya. Sedangkan jika *khiyar* berasal dari pembeli, maka jual beli tetap sah. Namun, jika barang rusak dengan sendirinya, baik ulama Hanafiyyah maupun Syafiiyah sepakat bahwa akad menjadi batal dan *khiyar* menjadi gugur. Kemudian, dalam kasus jika salah satu pihak meninggal dunia, ulama Syafiiyah berpendapat bahwa *khiyar* menjadi hak ahli waris, sehingga akad tidak menjadi batal.

Menurut ulama Hanabilah, *khiyar* syart diperbolehkan berdasarkan kesepakatan para pihak yang terlibat dalam akad, baik dalam jangka waktu yang singkat maupun lama. Argumen yang digunakan adalah pernyataan Ibnu Umar yang memperbolehkan *khiyar* selama lebih dari satu bulan (Syafe'i, 2001). Kedudukan akad dalam jangka waktu *khiyar*, menurut ulama Hanabilah, adalah sah dan setara dengan jual beli tanpa *khiyar*. Dengan demikian, kepemilikan atas barang berpindah kepada pembeli berdasarkan hakikat pemindahan kepemilikan, terlepas dari siapa yang melakukan *khiyar*. Jadi, jika salah satu pihak meninggal dunia, maka *khiyar* menjadi batal, kecuali jika terdapat amanat untuk melanjutkan atau membatalkan akad, maka *khiyar* tersebut menjadi hak ahli waris.

Hal tersebut sejalan dengan pandangan ulama Malikiyyah. Mereka memperbolehkan *khiyar* syart dengan jangka waktu yang didasarkan pada kebutuhan. Argumen yang digunakan adalah bahwa kedudukan *khiyar* ini dimaksudkan untuk menguji objek yang dijual, karena setiap objek

memiliki karakteristik yang berbeda. Ulama Malikiyyah juga tidak menolak hadis yang membatasi jangka waktu, namun mereka memaknai hadis tersebut sebagai peringatan belaka (Al-Zuhaili, 2018). Dalam hal kedudukan akad selama jangka waktu *khiyar*, menurut ulama Malikiyyah, objek akad masih tetap menjadi milik penjual hingga *khiyar* gugur. Oleh karena itu, pembeli belum memiliki hak yang sepenuhnya terhadap objek akad. Namun, jika salah satu pihak meninggal dunia, ulama Malikiyyah setuju dengan pendapat ulama Syafiiyyah.

Khiyar 'Aib

Khiyar 'Aib dapat diartikan sebagai kondisi di mana kedua belah pihak memiliki hak untuk melanjutkan atau membatalkan perjanjian berdasarkan penemuan cacat atau kekurangan pada salah satu objek yang diperdagangkan yang tidak diketahui oleh pemiliknya saat perjanjian dilakukan (Sahrani & Abdullah, 2011). Jika terdapat cacat pada salah satu objek atau bahkan keduanya, baik pada mutsman (barang yang dijual) maupun tsaman (harga), baik itu karena nilai yang kurang atau tidak sesuai dengan yang diharapkan, baik dari segi kualitas maupun kuantitas, ini menjadi alasan adanya *khiyar 'Aib* yang memungkinkan untuk meminta penggantian barang atau penggantian barang dan uang (Ghazaly, 2018).

Kebolehan *khiyar* ini didasarkan pada hadis yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, di mana Rasulullah SAW bersabda, "Seorang Muslim adalah saudara bagi Muslim yang lainnya. Tidaklah halal bagi seorang Muslim untuk menjual barang kepada saudaranya yang memiliki cacat, kecuali jika ia menjelaskannya terlebih dahulu" (HR. Ibnu Majah Nomor 2247) (Ibnu Majah, t.t.). Terkait dengan *khiyar 'Aib*, para ulama terbagi menjadi dua kelompok. Pertama, ulama Hanafiyah dan Hanabilah menyatakan bahwa ketika cacat diketahui, pembatalan perjanjian ditangguhkan. Artinya, pembatalan tidak harus dilakukan secara langsung. Jadi, jika cacat pada barang diketahui, dan pengembalian barang ditunda, hal itu tidak menghilangkan hak *khiyar*. Bahkan, jika ada kesepakatan untuk menunjukkan kerelaan, itu dianjurkan karena esensi *khiyar* adalah mencegah perselisihan. Namun, *khiyar 'Aib* dapat gugur jika batas waktu berakhir, meskipun sebenarnya *khiyar* ini tidak memiliki batasan waktu yang ditentukan (Syafe'I, 2001).

Sementara ulama Syafiiyyah dan Malikiyyah berpendapat bahwa pembatalan perjanjian harus dilakukan segera setelah cacat diketahui dan tidak boleh ditunda. Alasannya adalah jika ditunda, pihak yang terlibat dalam perjanjian akan menderita kerugian karena penundaan tersebut akan menyebabkan kehilangan hak *khiyar* dan membuat perjanjian menjadi sah secara biasa.

Oleh karenanya, jangka waktu *khiyar* dihitung ketika objek memiliki kecacatan walaupun sudah berlangsung lama. Dengan demikian, *khiyar 'aib* dapat diturunkan kepada pihak lain. Dalam hal ini, akibat dari *khiyar 'aib* adalah bahwa akad menjadi tidak lazim bagi mereka yang memiliki hak

khiyar. Jika pihak yang memiliki hak *khiyar* rela menerima objek dengan cacat, maka hak *khiyar* tersebut menjadi tidak berlaku dan akad menjadi sah. Namun, jika pihak tersebut mengembalikan objek kepada pemilik asalnya, maka akad menjadi batal.

Namun, perlu diperhatikan bahwa setiap akad yang dilakukan sebenarnya mencakup *khiyar 'aib*, baik itu diatur sebagai persyaratan atau tidak. Hal ini sering kali menimbulkan perselisihan antara pembeli yang mengembalikan barang dan penjual yang merasa tidak mengajukan persyaratan, meskipun dalam hukum syariah barang dapat dikembalikan. Oleh karena itu, para ulama dari mazhab Hanafi dan Syafii memperbolehkan penyerahan barang dengan keputusan hakim, guna menghindari perselisihan tersebut. Namun, dalam adat dan kebiasaan masyarakat, *khiyar 'aib* berlaku jika ditentukan sebagai persyaratan dalam akad, sedangkan jika tidak ada persyaratan tersebut dalam akad, maka penyerahan barang dianggap lazim. Oleh karena itu, meskipun ada cacat pada barang, pembeli seringkali menerima barang tersebut dengan alasan malu dan segan jika harus mengembalikannya, meskipun secara syariat pengembalian barang diperbolehkan.

E-Commerce dan Marketplace

E-commerce atau perdagangan elektronik, berdasarkan Co-Operation for Economic and Development (OECD), merujuk pada proses jual-beli barang/jasa yang dilakukan melalui jaringan komputer dengan metode khusus yang dirancang untuk menerima atau melakukan pesanan. Namun, pembayaran dan pengiriman utama barang/jasa tidak harus dilakukan secara daring. Transaksi e-commerce dapat terjadi antara bisnis, rumah tangga individu, pemerintah, dan organisasi publik swasta lainnya (Luthfi, 2020). Menurut definisi Laudon yang dikutip oleh Pradianingtyas, e-commerce adalah proses elektronik pembelian dan penjualan produk oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan, dengan komputer sebagai alat perantara dalam transaksi bisnis (Pradianingtyas, 2019). Dalam perspektif ekonomi, e-commerce dapat dilihat sebagai aplikasi teknologi untuk otomatisasi transaksi bisnis (Firmansyah, 2020).

Jenis-Jenis E-Commerce

Terdapat beberapa jenis transaksi e-commerce yang ada di Indonesia, di antaranya adalah sebagai berikut (Firmansyah, 2020):

Business to Business (B2B): Transaksi e-commerce ini melibatkan kedua belah pihak yang memiliki kepentingan bisnis yang sejalan untuk bekerjasama. Biasanya, bisnis ini dilakukan secara berkelanjutan atau berlangganan. Contohnya adalah produsen dan supplier yang melakukan transaksi secara online untuk berkonsultasi mengenai kebutuhan barang dan proses pembayarannya.

Business to Consumer (B2C): Transaksi e-commerce jenis ini melibatkan pelaku bisnis dan konsumen. Konsumen melakukan pembelian produk

atau jasa secara online dari produsen atau penjual. Biasanya, transaksi ini berlangsung seperti transaksi jual-beli konvensional, di mana konsumen menerima penawaran produk dari produsen tanpa adanya umpan balik dari konsumen untuk melakukan bisnis kembali. Contoh dari B2C adalah Bhinneka.com, Berrybenka.com, dan Tiket.com.

Consumer to Consumer (C2C): Transaksi ini melibatkan konsumen yang berinteraksi secara langsung. Transaksi C2C dilakukan secara online melalui platform pihak ketiga atau pasar daring. Contoh C2C adalah melalui marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, dan sejenisnya.

Consumer to Business (C2B): C2B merupakan model bisnis di mana individu atau konsumen dapat menawarkan berbagai produk dan jasa kepada perusahaan. Dalam model ini, perusahaan akan membeli atau membayar barang dan jasa yang ditawarkan oleh konsumen. Contoh dari C2B adalah Priceline.com, Stockphoto.com, dan MyBloggerThemes.com.

Business to Administration (B2A): B2A mencakup semua transaksi yang dilakukan secara daring antara perusahaan dan administrasi publik. Dalam konteks ini, perusahaan berinteraksi dengan lembaga pemerintah atau administrasi publik dalam berbagai hal, seperti pembayaran pajak, pengajuan izin, atau pelaporan. Contoh dari B2A adalah situs web Pajak.go.id yang memfasilitasi transaksi dan layanan administrasi publik.

Consumer to Administration (C2A): C2A merujuk pada semua transaksi elektronik yang terjadi antara individu atau konsumen dengan administrasi publik. Ini mencakup interaksi antara individu dengan lembaga pemerintah atau entitas administratif dalam konteks layanan publik. Contoh dari C2A adalah penggunaan situs web seperti Pajak.go.id untuk melaksanakan kewajiban pajak atau mengajukan permohonan administratif.

Online to Offline (O2O): O2O menggabungkan aspek e-commerce dan pembelian fisik di toko fisik. Dalam model ini, konsumen melakukan pemesanan secara online melalui situs web atau platform e-commerce, dan kemudian mengambil produk atau layanan secara langsung di toko fisik terdekat yang dimiliki oleh perusahaan. Contoh dari O2O adalah situs web seperti Carrefour.co.id atau mataharimall.com di mana konsumen dapat memesan produk secara online dan mengambilnya di toko fisik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk secara rinci menjelaskan suatu fenomena dengan mengumpulkan data yang relevan untuk mendukung analisis mendalam terhadap objek yang diteliti (Arikunto, 2005). Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder, yang berarti data tersebut diperoleh dari objek yang diamati tidak secara langsung. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif, yang melibatkan deskripsi fakta-fakta yang

kemudian diikuti dengan analisis yang memberikan pemahaman dan penjelasan yang memadai. Sumber data sekunder dalam penelitian ini meliputi artikel ilmiah, jurnal, e-book, laporan instansi terkait dengan topik penelitian penulis, dan sumber-sumber lainnya.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan. Metode ini digunakan untuk mendalami secara lebih mendalam mengenai eksistensi dan implementasi *khiyar* pada transaksi jual beli melalui marketplace di Indonesia. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan berbagai sumber dan menelaah literatur seperti jurnal ilmiah dan sumber tertulis ilmiah lainnya yang terkait dengan topik penelitian (Arikunto, 2005).

PEMBAHASAN

Implementasi *Khiyar* pada Transaksi Jual Beli Melalui *Marketplace*

Islam mendorong sikap untuk menumbuhkan ketentraman dan kebahagiaan dalam jual beli. Hal ini dapat terwujud dengan membangun rasa kepuasan pada kedua belah pihak. Penjual akan melepaskan barang dagangannya dengan ikhlas dan menerima pembayaran, sementara pembeli memberikan pembayaran dan menerima barang dagangan dengan kepuasan. Melalui jual beli, juga terdapat dorongan untuk saling membantu dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, hak *khiyar* ditetapkan dalam Islam untuk mengatur kerelaan dan kepuasan timbal balik antara pihak-pihak yang terlibat dalam jual beli. Tanpa adanya kesukarelaan dari setiap pihak atau salah satu pihak, maka transaksi jual beli menjadi tidak sah. Oleh karena itu, dalam transaksi jual beli, prinsip-prinsip yang telah diatur dalam syariat harus dipenuhi. Berikut adalah prinsip-prinsip dalam jual beli yang harus dipenuhi (Syafi'i, 2020):

Prinsip An Taradin Minkum. Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak (sama-sama *ridha*). Kedua belah pihak harus memiliki informasi yang sama (informasi yang lengkap), sehingga tidak ada pihak yang merasa ditipu karena adanya suatu informasi yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. Informasi tersebut meliputi kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan. Tujuannya adalah agar kedua belah pihak tidak merasa tertipu dan tidak timbul perasaan tidak rela akibat ketidaktahuan salah satu pihak, yang dalam fiqh disebut *tadlis* (penipuan).

Prinsip La Tazhlimuna wa la Tuzhlamun. Prinsip yang harus dipegang selanjutnya adalah prinsip "Laa Tazhlimuna wa la Tuzhlamun," yang berarti jangan menzalimi dan jangan dizalimi. Beberapa praktik yang bertentangan dengan prinsip ini adalah *Gharar*: Ketidakpastian yang dialami oleh kedua belah pihak baik dalam kualitas, kuantitas, harga, maupun waktu penyerahan. Hal ini harus dihindari dalam transaksi agar tidak menimbulkan penipuan atau ketidakadilan; *Ikhtiyar*: Manipulasi pasar dalam pasokan untuk mendapatkan keuntungan di atas normal dengan cara mengurangi pasokan produk sehingga harga jualnya naik. Hal

ini bertentangan dengan prinsip kerelaan dan keadilan dalam transaksi; Bai Najasy: Manipulasi pasar dalam permintaan dengan menciptakan permintaan palsu sehingga harga jual produk naik untuk mendapatkan keuntungan. Praktik ini juga tidak sesuai dengan prinsip kerelaan dan keadilan dalam Islam; Riba: Terdapat tiga jenis riba, yaitu riba fadl (riba dalam pertukaran barang sejenis), riba nasi'ah (riba dalam transaksi hutang-piutang dengan penambahan bunga), dan riba jahiliyah (riba dalam bentuk pinjaman dengan persyaratan pengembalian yang merugikan). Riba diharamkan dalam Islam karena dianggap sebagai bentuk penindasan dan ketidakadilan dalam transaksi; Maysir/judi: Praktik perjudian yang menempatkan salah satu pihak harus menanggung beban pihak lain untuk memperoleh sesuatu yang sebenarnya bukan haknya. Hal ini dianggap bertentangan dengan prinsip keadilan dan kerelaan dalam Islam. Dalam Islam, prinsip-prinsip ini dijunjung tinggi untuk menjaga integritas dan keadilan dalam setiap transaksi, serta untuk mencegah penipuan dan ketidakadilan antara kedua belah pihak.

Hak *Khiyar* ditetapkan oleh syariat Islam sebagai hak bagi orang-orang yang terlibat dalam transaksi perdata, khususnya dalam masalah ekonomi. *Khiyar*, seperti yang dijelaskan dalam Pasal 20 Ayat 8 Kompleksi Hukum Syariah, adalah hak bagi penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual beli yang telah dilakukan (Putri, 2014). Praktik *khiyar* dalam transaksi e-commerce dapat dilihat dalam kebijakan yang mengatur kemungkinan konsumen untuk mengembalikan barang. Konsumen dapat mengembalikan barang dan menukar dengan barang sejenis, atau meminta pengembalian dana yang telah dibayarkan. Namun, pengembalian barang ini harus sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh pihak e-commerce. Syarat dan ketentuan pengembalian barang dapat meliputi beberapa aspek, seperti jenis barang yang dapat dikembalikan, batas waktu pengembalian, dan prosedur pengembalian dana. Ketentuan-ketentuan ini dapat dijelaskan dalam kebijakan pengembalian yang disediakan oleh e-commerce. Dengan adanya praktik pengembalian barang ini, konsumen memiliki hak untuk melakukan *khiyar* dan memastikan bahwa mereka tidak merasa dirugikan dalam transaksi e-commerce. Namun, penting bagi konsumen untuk memahami syarat dan ketentuan yang berlaku agar pengembalian barang dapat dilakukan dengan tepat dan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan.

Eksistensi *Khiyar* pada Transaksi Jual Beli melalui Marketplace

Berdasarkan literatur di atas, dapat disimpulkan bahwa *khiyar* merupakan salah satu syarat pelengkap dari akad jual beli. Tanpa adanya akad jual beli, maka *khiyar* tidak akan ada. Kehadiran *khiyar* dalam suatu transaksi dapat bervariasi tergantung pada kesepakatan atau syarat yang ditetapkan dalam akad yang dilakukan. Namun, keberadaan atau ketiadaan *khiyar* dalam suatu transaksi tidak akan mempengaruhi keabsahan akad yang dilakukan. Eksistensi *khiyar* pada zaman modern

dapat ditentukan berdasarkan tempat terjadinya transaksi, perkembangan praktik jual beli yang semakin beragam, dan modifikasi dalam bahasa yang digunakan. Meskipun demikian, tujuan dari *khiyar* tetap sama, yaitu memberikan hak kepada penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual beli. Dengan demikian, walaupun perubahan dalam konteks zaman dan praktik transaksi, konsep dan esensi *khiyar* tetap relevan dalam menjaga keadilan dan keseimbangan dalam transaksi ekonomi.

Berdasarkan tempat penyelenggaraan akad, praktik *khiyar* dapat dikategorikan ke dalam tiga tempat, yaitu pasar tradisional, pasar modern, dan lembaga keuangan syariah. Di pasar tradisional, termasuk toko, warung, dan pelaku usaha kecil dan menengah (UKM), proses jual beli dilakukan dengan bertemu langsung antara penjual dan pembeli di satu tempat. Proses tawar-menawar juga menjadi ciri khas dalam pasar tradisional ini. Oleh karena itu, praktik *khiyar*, baik *khiyar* majlis, *khiyar* syart, maupun *khiyar* 'aib masih dapat eksis dalam tempat ini. *Khiyar* majlis adalah hak bagi pembeli untuk membatalkan akad jual beli selama masih berada di tempat dan saat transaksi berlangsung. Dalam pasar tradisional, pembeli masih dapat menggunakan hak ini jika merasa ada ketidaksesuaian atau ketidakpuasan terhadap barang yang ditawarkan; *Khiyar* syart adalah hak bagi salah satu pihak (penjual atau pembeli) untuk membatalkan akad jual beli dengan memberikan syarat tertentu yang harus dipenuhi oleh pihak lain. Dalam pasar tradisional, pihak penjual atau pembeli masih bisa menggunakan *khiyar* syart sebagai mekanisme pembatalan akad jika syarat-syarat tertentu tidak terpenuhi; *Khiyar* 'aib adalah hak bagi pembeli untuk membatalkan akad jual beli jika terdapat cacat atau kekurangan pada barang yang dibeli. Dalam pasar tradisional, pembeli masih dapat menggunakan hak ini jika menemukan cacat atau kekurangan pada barang yang dibeli setelah transaksi dilakukan. Dengan adanya proses jual beli yang berlangsung secara langsung dan tawar-menawar di pasar tradisional, praktik *khiyar* masih memiliki relevansi dan dapat diterapkan sesuai dengan kebutuhan dan ketentuan yang berlaku.

Namun, perlu dicatat bahwa opsi untuk membatalkan atau mengembalikan barang yang cacat, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, tetap ada jika itu menjadi persyaratan dalam perjanjian dengan batasan waktu yang ditentukan. Oleh karena itu, jika tidak ada persyaratan tersebut dalam perjanjian, pembeli mungkin merasa enggan dan malu untuk mengembalikan barang. Banyak pembeli cenderung berhati-hati dan enggan untuk melakukan tindakan ini karena takut akan timbulnya konflik, meskipun secara syariat hal ini diperbolehkan. Dalam situasi seperti ini, solusinya adalah pembeli menerima cacat barang sebagaimana adanya, sehingga perjanjian tetap berlaku dengan normal.

Pasar modern, termasuk Alfamart, Indomart, Transmart, Borma, dan pusat perbelanjaan lainnya (Mall), semakin menunjukkan eksistensinya dari waktu ke waktu. Dalam praktiknya, transaksi jual beli dilakukan

melalui akad jual beli mu'athah. Jual beli mu'athah adalah jenis transaksi jual beli di mana kedua belah pihak sepakat mengenai barang dan harganya, tanpa adanya proses tawar-menawar yang melibatkan ucapan atau isyarat tertentu (Mubarok & Hasanudin, 2017). Pembeli setuju untuk membeli barang dengan harga yang telah ditentukan sebelumnya, tanpa adanya negosiasi lebih lanjut. Struk pembelian kemudian berfungsi sebagai bukti adanya kesepakatan transaksi tersebut. Kehadiran *khiyar* dalam pasar modern ini bersifat relatif. Secara praktis, dalam keadaan lapangan, *khiyar* jarang ditemukan karena pada struk pembelian sering kali terdapat frasa "Barang yang sudah dibeli tidak bisa dikembalikan". Hal ini menutup kemungkinan adanya konsep *khiyar*, baik itu *khiyar* majlis (opsi pembatalan dalam acara penjualan), *khiyar* syarat (opsi pembatalan berdasarkan syarat-syarat tertentu), maupun *khiyar* 'aib (opsi pembatalan berdasarkan cacat barang). Namun, tidak semua pasar modern menerapkan ketentuan tersebut; ada beberapa yang memberlakukan *khiyar* 'aib dengan syarat waktu tertentu. Artinya, opsi *khiyar* 'aib tetap ada tetapi dibatasi oleh batasan waktu yang ditentukan.

Dalam lembaga keuangan syariah, konsep *khiyar* diatur dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah sebagai regulasi. Hal ini disebabkan oleh penggunaan produk-produk seperti akad murabahah, istishna, dan salam yang umum di lembaga keuangan syariah. Namun, dalam fatwa DSN MUI, keberadaan *khiyar* dijelaskan secara implisit. Artinya, lembaga keuangan syariah dapat menerapkan konsep *khiyar* jika tidak menimbulkan kerugian bagi mereka. Dalam praktiknya, nasabah mengajukan pembiayaan kepada lembaga keuangan syariah, dan untuk mewujudkan pembiayaan tersebut, lembaga keuangan harus terlebih dahulu membeli barang yang diinginkan oleh nasabah. Pembelian barang tersebut dapat dilakukan oleh lembaga keuangan sendiri, diwakilkan kepada pihak lain, atau diwakilkan kepada nasabah melalui akad wakalah bi al-ujrah. Dalam proses ini, jika pembelian sudah terjadi dan nasabah membatalkan, hal ini akan menimbulkan kerugian bagi lembaga keuangan. Oleh karena itu, jika hal ini terjadi, nasabah bertanggung jawab untuk mengganti kerugian tersebut (Dewan Syariah Nasional MUI, 2000). Dengan demikian, kedudukan *khiyar* diatur dalam regulasi tersebut. Namun, dalam praktiknya, implementasi *khiyar* jarang dilakukan dengan mempertimbangkan kemaslahatan kedua belah pihak. Selain itu, akad wakalah bi al-ujrah yang mewakili nasabah sendiri juga menutup kemungkinan pembatalan karena nasabah akan membeli barang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Adapun berdasarkan perkembangan akad jual beli, dapat dibagi menjadi dua kondisi, yaitu jual beli konvensional dan jual beli online. Pada jual beli konvensional, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat kemungkinan adanya konsep *khiyar*, karena transaksi jual beli dilakukan melalui pertemuan langsung antara para pihak, yang memungkinkan

terjadinya proses tawar-menawar. Oleh karena itu, dalam praktik jual beli tersebut, penerapan *khiyar* menjadi mungkin dilakukan.

Dalam konteks akad jual beli online, kedudukan *khiyar* memiliki sifat yang relatif. Artinya, keberlakuan *khiyar* dapat diterapkan atau tidak diterapkan. Bagi pihak yang menerapkan konsep *khiyar*, terdapat beberapa isu yang perlu diselesaikan. Salah satu isu utama adalah menentukan pihak yang bertanggung jawab atas biaya pengiriman jika terjadi pengembalian barang. Oleh karena itu, kejelasan mengenai hal ini sangat penting. Isu lainnya adalah ketidakselarasan antara pembeli dengan penyedia jasa pengantar barang. Ketika pembeli merasa bahwa barang yang diterima tidak sesuai dengan kriteria dan pesanan yang diinginkan, mereka berkeinginan untuk mengembalikan barang kepada penjual. Namun, jasa pengantar barang mungkin tidak mengetahui proses ini karena kurangnya konfirmasi dari penjual mengenai pengembalian barang. Akibatnya, jasa pengantar barang enggan menerima pengembalian barang tersebut. Akhirnya, pembeli menjadi korban dalam situasi ini dan terpaksa menerima barang yang memiliki cacat. Hal ini berdampak pada validitas akad, karena adanya paksaan yang mempengaruhi keabsahannya. Dengan demikian, dalam konteks akad jual beli online, penerapan *khiyar* dalam proses akad tetap diberlakukan, namun pelaksanaannya sering kali menghadapi masalah terkait faktor ongkos kirim yang memberatkan pembeli dan ketidakselarasan di antara pihak-pihak yang terlibat.

Berdasarkan modifikasi bahasa, konsep *khiyar* tetap ada dan diberlakukan dengan penggunaan modifikasi bahasa. Meskipun ada banyak istilah atau slogan yang menggambarkan keberadaan konsep *khiyar*, hal itu tidak mengubah maksud dan tujuan dari konsep *khiyar* itu sendiri. Dalam proses ini, kita dapat menemukan konsep *khiyar* yang menggunakan ungkapan singkatan yang menarik. Sebagai contoh, slogan "Teliti Sebelum Membeli" memberikan kesempatan bagi pembeli untuk menggunakan hak *khiyar* dengan menerapkan prinsip kehati-hatian dalam memilih barang yang akan dibeli. Hal ini memungkinkan pembeli untuk merasa puas dengan barang yang sesuai dengan harapannya (Ghazaly, 2018).

Dalam konteks ekonomi modern, ada juga istilah yang dikenal sebagai garansi. Garansi diberlakukan untuk menarik perhatian konsumen, karena penerapannya memberikan keuntungan yang signifikan bagi mereka. Garansi dapat diberlakukan baik dalam transaksi jual beli konvensional maupun dalam jual beli online yang menggunakan platform web sebagai media informasi. Dalam transaksi tersebut, penjual mencantumkan informasi tentang garansi yang ditawarkan untuk produk yang dijual, biasanya dalam bentuk bukti surat elektronik berstempel.

Berkaitan dengan konsep garansi dalam praktiknya memiliki konsep yang serupa dengan konsep *khiyar* 'aib. Dalam sistem garansi, penjual menerapkan suatu jaminan untuk jangka waktu tertentu, biasanya minimal satu tahun atau maksimal empat tahun, berdasarkan adanya cacat atau

ketidakberfungsian barang yang menjadi objek transaksi jual beli. Dalam hal ini, kualitas barang diuji berdasarkan seberapa lama barang tersebut dapat berfungsi. Jika barang mengalami kerusakan dalam periode yang ditentukan, konsumen dapat menukarkan barang yang rusak dengan bukti surat garansi ke toko tempat pembelian dilakukan. Konsep ini mirip dengan konsep jangka waktu dalam ulama Malikiyyah yang telah dijelaskan sebelumnya. Dalam prakteknya, konsep *khiyar* ini mencerminkan prinsip kebebasan berkontrak yang berpegang pada prinsip kesetaraan hak dalam melaksanakan transaksi. Ini bertujuan untuk menjaga keadilan dalam transaksi tersebut (Hasan, 2018).

Berdasarkan paparan di atas menunjukkan bahwa kedudukan konsep *khiyar* memiliki sifat relatif dalam penerapannya. Eksistensinya dapat diamati melalui perkembangan akad jual beli yang semakin beragam. Konsep ini masih diterapkan oleh sebagian pelaku ekonomi, tetapi sebagian lainnya menutup kemungkinan penerapan konsep *khiyar* tersebut dengan cara mereka sendiri. Salah satu alasan untuk hal ini adalah adanya ketidakjelasan. Namun, yang perlu diperhatikan adalah bahwa konsep *khiyar* dapat diterapkan dengan catatan bahwa prosesnya tidak menimbulkan kerugian bagi semua pihak yang terlibat. Konsep ini dianjurkan oleh ketentuan syariah dengan tujuan memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa: Implementasi *khiyar* pada situs marketplace, dalam praktiknya, telah menerapkan *khiyar* meskipun pengetahuan dan literasi mengenai *khiyar* belum sepenuhnya dipahami oleh pembeli dan penjual. Implementasi *khiyar* syarat dilakukan dengan memberikan batas waktu kepada pembeli untuk mengajukan komplain atau pengembalian barang/dana. Namun, dalam *khiyar* aib, penjual memberikan ganti rugi kepada pembeli jika terjadi kerusakan atau cacat pada produk setelah transaksi, karena penjual tidak mengetahui kondisi cacat tersebut sebelum mengirimkan produk. Selain itu, untuk mengurangi beban ongkos kirim saat melakukan komplain, pengiriman barang saat pengembalian dilakukan secara cash on delivery. Hal ini dianggap adil karena konsumen yang merasa dirugikan dalam kasus ketidaksesuaian barang tidak perlu membayar ongkos kirim saat mengembalikan produk.

Beberapa faktor atau kendala yang menghambat penerapan *khiyar* dalam transaksi jual beli online pada kasus ketidaksesuaian objek di *marketplace* antara lain Faktor Kemalasan dan Proses Pengembalian Barang/Dana yang Lama: Beberapa penjual atau pembeli mungkin merasa malas atau enggan untuk melibatkan diri dalam proses pengembalian barang atau pengembalian dana yang terkait dengan *khiyar*. Selain itu, proses pengembalian barang atau dana yang lambat atau rumit juga dapat menjadi kendala yang menghambat penerapan *khiyar* dengan efektif;

Kurangnya Sosialisasi Ilmu Pengetahuan Agama: Kurangnya pemahaman dan sosialisasi tentang ilmu pengetahuan agama, terutama mengenai konsep *khiyar*, dapat menyebabkan pengetahuan yang terbatas tentang hak-hak dan kewajiban dalam transaksi jual beli. Hal ini dapat menghambat implementasi *khiyar* secara efektif; Terabaikannya Akad dalam Jual Beli: Dalam transaksi jual beli online, terkadang akad atau perjanjian yang jelas mengenai syarat-syarat transaksi dapat terabaikan. Kurangnya perhatian terhadap aspek akad dalam jual beli dapat mengakibatkan ketidakjelasan dalam menerapkan mekanisme *khiyar*; Kurangnya Kesadaran dan Simpati: Beberapa pihak, baik penjual maupun pembeli, mungkin kurang memiliki kesadaran dan simpati terhadap hak-hak konsumen atau penjual dalam transaksi. Hal ini dapat menghambat penerapan *khiyar* yang berfungsi untuk melindungi kedua belah pihak dalam situasi ketidaksesuaian objek. Dalam mengatasi kendala-kendala ini, perlu adanya upaya untuk meningkatkan pemahaman agama, sosialisasi, dan kesadaran mengenai mekanisme *khiyar* serta perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdurahman, R. (2018). *Pengantar Fiqh Muamalah*. Bandung: Insan Rabani.
- Adam Luthfi, dkk. (2020). *Statistik E-commerce 2020*. Jakarta: Badan Statistik Indonesia.
- Al-Salam 'Allusy, Abu Abdullah bin Abd. (2010). *Ibanah al-Ahkam Syarh Bulugh al-Maram*. Kuala Lumpur: Al-Hidayah Publication.
- Al-Zuhaili, W. (2018). *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*. Depok: Gema Insani.
- Arikunto, S. (2005). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghazaly, Abdul Rahman. (2018). *Fiqh Muamalah*. Prenada Media Group.
- Habib Nazir & Muhammad Hasanuddin. (2004). *Ensiklopedia Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*. Bandung: Kaki Langit.
- Hasan, A. F. (2018). *Fiqh Muamalah dari Klasik Hingga Kontemporer*. Malang: UIN Malik Ibrahim Malang Press.
- Mubarok, J., & Hasanudin. (2017). *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Jual Beli*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rachmat Syafi'i. (2020). *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sabiq, S. (1983). *Fiqh Sunnah*. Beirut: Dar Al-Fikr.
- S. Pradja, Juhaya. (2015). *Ekonomi Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sahrani, S., & Abdullah, R. (2011). *Fikih Muamalah*. Depok: Ghalia Indonesia.
- Soemitra, A. (2019). *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Syafe'i, R. (2001). *Fiqh Muamalah (10th ed.)*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Jurnal

- Amiruddin, M. M. (2016). *Khiyar* (Hak untuk Memilik) dalam Transaksi Online: Studi Komparasi Antara Lazada, Zalora dan Blibli. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1 (1), 47-62.
- Anang Firmansyah. (2020). *Pengantar E-Marketing*. Jawa Timur: CV Penerbit Muara Media.
- Arwadi, A. (2017). Studi Komparasi tentang Batasan *Khiyar Al-'Aib* dalam Jual Beli Menurut Mazhab Syafi'i dan Hukum Perdata. *Asy-Syari'ah: Jurnal Hukum Islam*, 3 (1), 67-85.
- Dalimunte, N. (2019). Tinjauan *Khiyar* Terhadap Pertanggungjawaban Penjual Online Terhadap Barang yang Cacat. *Jurisprudensi: Jurnal Ilmu Syariah, Perundang-undangan dan Ekonomi Islam*, 11 (1), 74-98.
- Desy Hafizah, H. Zulfi Imran, and Siti Latifah. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk HWI (Health Wealth International), *The Journal of the Royal Society for the Promotion of Health*, 97.3.
- Diah Pradiatiningtyas. (2019) Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Life Stylem dan Positive Emotion Terhadap Impluse Buying Dalam Melakukan Pembelian Online di Marketplace, *Jurnal Universitas Bina Sarana Informatika*. Vol 11 No. 2.
- El-Wardah, K. (2019). Kajian Teoritis Terhadap Penggunaan Hak *Khiyar* Pada Akad Murabahah di Bank Syariah. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5 (2), 300-314.
- Mahkamah Agung Republik Indonesia. (2008). *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, Pub. L. No. Pasal 20 (8).
- Pambekti, G. T. (2017). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan *Khiyar* Pada Jual Beli On-Line Di Indonesia. *Akses: Ekonomi dan Bisnis*, 12 (24), 84-98.
- Reni Widya Ningsih. (2020). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Tokopedia. *Skripsi Lampung*; UIN Raden Intan.
- Rina Permata Putri. (2014). Hukum *Khiyar* Dalam Akad Yang Mengandung Penipuan Dalam Perspektif Hukum Islam', *Premise Law Journal*, 1.
- Siti Aiza Mawarni. (2020). Implementasi Hak *Khiyar* Dalam Sistem Jasa Titip Online Studi Kasus Di Surakarta', *Skripsi Surakarta*: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Perundang-Undangan

- Dewan Syariah Nasional MUI. Fatwa MUI Nomor 4 Tahun 2000 tentang *Murabahah*, 1 (2000).