

Hak Khiyar Ta'yin Dalam Jual Beli Produk Elektronik Secara Online di Marketplace Shopee

Riyan Auliyanda Safrizal^{1*}, Fahmi Makraja², Mirza Al Fajri³, Elya Fitriyani⁴

¹Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala Banda Aceh

^{2,3}Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

⁴Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar Aceh

Email: riyanauliyanda@gmail.com, fahmimakraja@gmail.com,
22203012031@student.uin-suka.ac.id, elyafitriani44@gmail.com

*) Corresponding Author

Submitted: 22 May 2025
 Revised: 5 June 2025
 Accepted: 25 June 2025
 Published: 30 June 2025

How to Cite:

Makraja, F., Safrizal, R. A., Al Fajri, M., & Fitriyani, E. (2025). The Right of Khiyar Ta'yin in the Sale and Purchase of Electronic Products Online at Shopee Marketplace. *Jurnal Iqtisaduna*, 11(1), 313-325.
<https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v11i1.57009>



Copyright © 2025 by Authors

ABSTRACT

The right of khiyar that provides specific information related to similar products but different in quality is khiyar ta'yin. In practice, in purchasing electronic products on the Shopee marketplace, there are comments and testimonial columns that contain various consumer experiences related to electronic products that they have previously purchased, but many consumers who use testimonials and comments as a reference feel cheated in terms of product quality. This research uses a qualitative method and descriptive analysis approach. The author concludes that the implementation of khiyar ta'yin in the form of testimonial reviews and comments in purchasing electronic products on the Shopee marketplace is not fully in accordance with Islamic law. Because consumers do not use testimonials and comments as the main reference in purchasing electronic products because of doubts about the contents of testimonials and comments, information related to product quality and specifications provided in the form of testimonials and comments often contradict the actual facts of the goods that consumers have purchased so that this is financially detrimental to consumers, the time limit for khiyar ta'yin given by Shopee is 12 days from the time the product is shipped.

Keywords: *Khiyar Ta'yin, Sale and Purchase, Electronic Products, Shopee Marketplace*

ABSTRAK

Hak khiyar yang memberikan informasi spesifik terkait produk yang sejenis namun berbeda kualitas adalah khiyar ta'yin. Pada praktiknya dalam pembelian produk elektronik pada marketplace Shopee, tersedia kolom komentar dan testimoni yang memuat berbagai pengalaman konsumen terkait produk elektronik yang telah mereka beli sebelumnya, namun banyak konsumen yang menggunakan testimoni dan komentar sebagai referensi merasa tertipu dalam hal kualitas produk. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan analisis deskriptif analisis. Penulis menyimpulkan bahwa implementasi khiyar ta'yin dalam bentuk ulasan testimoni dan komentar dalam pembelian produk elektronik pada marketplace Shopee belum sepenuhnya sesuai dengan hukum Islam. Dikarenakan konsumen tidak menggunakan testimoni dan komentar sebagai referensi utama dalam melakukan pembelian produk elektronik karena adanya keraguan terhadap isi testimoni dan komentar, informasi terkait kualitas dan spesifikasi produk yang diberikan dalam bentuk testimoni dan komentar sering bertolak belakang dengan fakta sebenarnya dari barang yang sudah dibeli konsumen sehingga hal ini merugikan konsumen secara finansial, batas waktu khiyar ta'yin yang diberikan oleh pihak Shopee adalah 12 hari terhitung dari saat produk tersebut dikirimkan.

Kata Kunci: *Khiyar Ta'yin, Jual Beli, Produk Elektronik, Marketplace Shopee*

PENDAHULUAN

Dinamika jual beli terus berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, baik dari pola maupun bentuk transaksi jual beli. Hal ini juga dipengaruhi oleh produk transaksi yang semakin banyak model, varian dan kualitasnya. Sehingga untuk memperoleh hasil yang memuaskan, pihak konsumen membutuhkan informasi yang memadai agar produk yang akan dibelinya sesuai dengan keinginan dan ekspektasinya. Penjual dalam memasarkan produk biasanya selalu menawarkan produk dengan berbagai varian kepada konsumen agar produk yang dijual dapat dijangkau oleh konsumen sesuai kemampuan finansialnya.

Dalam jual beli berlaku hak khiyar, khiyar dalam jual beli merupakan hak memilih untuk meneruskan transaksi jual beli ataupun membatalkannya sesuai kesepakatan yang dibuat oleh al-aqidain dalam hal ini adalah pihak konsumen dan pedagang. (Amilia & Elviani, 2023) Dalam fiqh muamalah, dan juga secara yuridis normatif telah diformat definisi khiyar dalam Kompilasi Hukum Ekonomi syariah pada Pasal 20 ayat (8). Pada dasarnya khiyar merupakan hak pilih bagi penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual beli yang dilakukan, dan juga sebagai bentuk perlindungan untuk konsumen dari transaksi jual beli yang dapat merugikan konsumen baik secara finansial, kualitas produk dan lain-lain. (Fatihul Khoir, 2022)

Perkembangan Jual beli dengan menggunakan internet dilakukan secara online yang merupakan transaksi menggunakan media jaringan virtual yang menghubungkan pihak penjual dan pembeli untuk berbagai produk berupa barang dan jasa. Jual beli online sangat diminati karena praktis, hemat waktu, dan juga pembeli dapat membandingkan dan memilih berbagai varian produk baik dari sisi kualitas, harga, maupun corak. Salah satu marketplace yang banyak diminati konsumen adalah platform e-commerce Shopee.

Situs Shopee banyak digunakan oleh pihak penjual dan pembeli, sehingga pada platform ini tingkat akses konsumen sangat tinggi, hal ini juga dibarengi oleh keamanan transaksi yang dijamin oleh penyedia platform, sehingga konsumen terproteksi dengan baik. Secara umum terdapat 26 katagori menu pada Shopee, mulai dari pakaian wanita, pakaian pria, pakaian bayi dan anak, komputer, perlengkapan rumah, handphone dan aksesoris, buku dan alat tulis kantor, makanan dan minuman, elektronik, kesehatan, otomotif, souvenir, dan lain sebagainya.

Secara general, ketika konsumen ingin membeli produk elektronik seperti smartphone pada Shopee maka konsumen pertama sekali akan melihat konten tentang produk yang dibuat oleh penjual, konten tersebut biasanya berisi tentang spesifikasi, harga, dan foto produk, setelah konsumen memilih produk smartphone yang diinginkan, produk tersebut dapat disimpan pada fitur keranjang pada aplikasi Shopee, dan produk yang telah disimpan di keranjang oleh konsumen tersebut tidak akan hilang sebelum konsumen menghapus produk tersebut dari fitur keranjang, sehingga konsumen mempunyai waktu untuk memutuskan pilihannya dan dapat mencari informasi yang spesifik dan detail terkait produk smartphone yang ingin dibeli oleh konsumen.

Secara umum konsumen pada situs Shopee memperoleh informasi terkait produk yang ingin dibeli dari komentar dan testimoni konsumen sebelumnya, calon konsumen dapat melihat ulasan-ulasan/testimoni produk yang disajikan oleh konsumen

sebelumnya baik itu dalam bentuk gambar maupun video, selain testimoni, komentar konsumen sebelumnya pun banyak dijadikan referensi untuk menilai bahwa produk tersebut sesuai dengan konten yang dibuat oleh penjual, sehingga hal tersebut menambah keyakinan konsumen bahwa produk tersebut spesifikasinya memang sesuai dengan konten yang disajikan penjual.

Tahapan selanjutnya setelah konsumen mendapatkan informasi dari testimoni dan komentar konsumen sebelumnya, calon konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut dan melakukan checkout (pembayaran) melalui mitra Shopee, dan selanjutnya akan dikirim oleh kurir hingga paket yang di pesan oleh konsumen sampai kepada konsumen.(Hikmah, Saripatul, Machbub Fillah, Muchammad, Sofyan, 2023)

Berdasarkan data yang diperoleh, terkait pengalaman konsumen dalam membeli produk smartphone pada Shopee, bahwasanya konsumen tertarik membeli produk elektronik pada marketplace Shopee karena harga yang lebih terjangkau daripada harga pasaran pada umumnya, sebelum melakukan transaksi pembelian smartphone, konsumen sebelumnya juga mencari informasi terkait spesifikasi produk dan perbandingan kualitas produk antara produk yang dijual di toko handphone di sekitaran Banda Aceh dan produk yang dijual pada Shopee, setelah memperoleh informasi yang cukup konsumen memutuskan untuk membeli smartphone pada Shopee dengan memilih toko berdasarkan rating dan melihat testimoni dan komentar konsumen sebelumnya sebagai referensi.(Hafizah, 2012)

Barang elektronik yang sampai kepada konsumen tidak semuanya sesuai dengan ekspektasi konsumen, seperti pada pembelian alat dengar lansia pada saat melakukan pembelian konsumen tidak terlalu yakin dengan konten yang disediakan penjual namun konsumen melihat testimoni dan komentar konsumen sebelumnya dalam bentuk ulasan video dan foto sehingga menambah keyakinan konsumen untuk membeli alat dengar lansia tersebut, konsumen bertambah yakin ketika melihat rating toko yang meyakinkan dan harga yang standar, hal ini membuat konsumen untuk memutuskan membeli produk tersebut, namun ketika alat tersebut sampai ke tangan konsumen ada ketidaksesuaian antara testimoni dan komentar user dengan produk yang dibeli oleh konsumen tersebut seperti ada beberapa fitur yang tidak beroperasi dengan sebagaimana mestinya dan kualitas pendengaran yang kurang cocok dengan pengguna alat tersebut.(Miadi, 2024)

Kejadian serupa juga dialami oleh salah satu konsumen Shopee pada pembelian produk elektronik berupa alat rumah tangga, pada saat pembelian konsumen sangat tertarik dengan testimoni dan komentar positif yang diberikan oleh konsumen sebelumnya sehingga hal tersebut menambah kepercayaan konsumen untuk membeli produk tersebut, namun ketika barang sampai ke tangan konsumen adanya kecacatan pada pemakaian pertama sehingga produk elektronik tersebut tidak dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Dilihat dari berbagai permasalahan yang telah dipaparkan diatas testimoni dan komentar user marketplace Shopee merupakan topik yang menarik untuk diteliti lebih lanjut, karena pada dasarnya dalam jual beli harus adanya kerelaan diantara kedua belah pihak yang berakad (al-aqidain) dan juga barang yang menjadi objek jual beli harus jelas baik dari segi kualitas dan identitasnya agar tidak termasuk kedalam jual beli al-ma'dum

(tidak jelas identitasnya) dan hal tersebut dilarang syara', dan untuk meminimalisir terjadinya perselisihan dan Gharar dalam praktik jual beli, maka secara fiqh muamalah adanya hak khiyar, salah satunya adalah khiyar ta'yin. Pada masa kontemporer sekarang ini informasi terkait kualitas produk tidak hanya bisa di dapatkan dari pihak penjual atau orang yang ahli terhadap suatu produk saja tetapi bisa juga dari pengalaman pembeli sebelumnya, dalam jual beli online pada marketplace Shopee pengalaman konsumen tersebut dapat berupa testimoni dan komentar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*). Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai literatur, baik dari perpustakaan maupun tempat lain (Sugiyono, 2013). Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data yang berupa uraian yang diajukan pada seluruh permasalahan yang ada yang bersifat penjelasan yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini berupa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian, dengan menggunakan sumber data yang sekunder yang terkait dengan topik penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Khiyar Ta'yin

Pengertian khiyar ta'yin merupakan frasa yang tersusun dari dua kata. Kata khiyar berasal dari bahasa Arab "الخيار", merupakan bentuk masdar dari kata "خار", yang merupakan bentukan kata "خير", secara etimologi berarti pilihan, hak memilih, atau kebebasan memilih. Istilah khiyar dengan makna pilihan mencakup segala sesuatu yang dipilih, artinya tidak hanya berfokus pada akad jual beli saja, tetapi juga menjadi istilah dalam studi hukum keluarga. Adanya hak memilih untuk melanjutkan atau membatalkan jual beli merupakan makna khiyar yang khusus dalam tema khiyar dalam jual beli (Miadi, 2024).

Secara istilah, terdapat beberapa konsep tentang khiyar, di antaranya disebutkan oleh al-Jaziri, bahwa khiyar dalam jual beli adalah mencari yang terbaik antara dua pilihan, maknanya ialah antara melanjutkan akad atau membatalkannya. Disamping itu kata "pilihan" juga dipahami sebagai suatu sikap ataupun tindakan yang dilakukan oleh pembeli untuk memilih apakah tetap membeli suatu produk atau tidak dengan pertimbangan tertentu.

Secara terminologi, Wahbah al-Zuhaili menformat pengertian khiyar adalah hak pilih bagi salah satu atau kedua belah pihak yang melaksanakan akad untuk meneruskan akad dengan mekanisme tertentu. Menurut Ahmad Azhar Basyir, khiyar merupakan hak memiliki antara produk produk yang diperjualbelikan bila hal dimaksud menyangkut penentuan-penentuan produk yang akan dibeli oleh konsumen. Hak khiyar ini bertujuan untuk menjamin agar akad yang dilakukan oleh penjual dan pembeli (al-aqidain) benar terlaksana atas dasar kerelaan penuh al-aqidain, karena kerelaan merupakan suatu asas yang harus terpenuhi karena menentukan sah atau batalnya akad. M. Abdul Mujjeb

menformat pengertian khiyar adalah hak memilih atau menentukan pilihan antara dua hal bagi pembeli dan penjual, apakah akad jual beli akan diteruskan atau dibatalkan.

Sementara itu definisi khiyar ta'yin adalah hak pilih bagi pembeli dalam menentukan barang yang menjadi objek dalam transaksi jual beli pada waktu tertentu sesuai kesepakatan. Khiyar ta'yin berlaku apabila barang atau objek dalam transaksi jual beli tersebut terdiri dari satu dari sekian banyak barang yang berbeda kualitas dan harganya dan satu pihak pembeli diberi hak untuk menentukan barang man yang akan dipilihnya.

Berdasarkan beberapa konsep teori diatas, dapat disimpulkan bahwa khiyar ta'yin yaitu hak pilih bagi pembeli dalam menentukan barang yang berbeda kualitas dalam jual beli. Contoh, pembelian baterai laptop: ada yang berkualitas super dan ada yang berkualitas sedang. Akan tetapi pembeli tidak mengetahui secara pasti mana baterai yang berkualitas super dan sedang, untuk menentukan pilihan tersebut pembeli memerlukan seseorang yang ahli dalam bidang elektronik ataupun perangkat komputer. Khiyar seperti ini dibolehkan karena produk yang sejenis saat ini sangat banyak variannya yang kualitas dari produk tersebut tidak diketahui pasti oleh pembeli, sehingga pembeli memerlukan bantuan seorang pakar dalam bidang produk tersebut, agar pembeli tidak tertipu dan agar pembeli mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginannya.

Dalam ilmu fiqih, masih terdapat perbedaan pendapat antara ulama mengenai eksistensi khiyar dalam jual beli. Ibn Rusyd menuturkan minimal dua pendapat yang berkembang. Pertama yaitu pendapat sebagian ulama, diantaranya adalah al-Tsauri Ibn Abi Syubrumah, dan sekelompok ahli zahir (Makraja, 2024b). Menurut pendapat mereka dengan adanya pemberlakuan khiyar akan memberikan peluang terjadinya penipuan dalam transaksi jual beli. Sebab dasar hukum jual beli adalah suatu keharusan tanpa ada pilihan (untuk meneruskan akad atau membatalkan akad). Kelompok ini juga berpandangan khiyar dibolehkan jika terdapat dalilnya dalam Al-quran, sunnah yang shahih, serta ijma' ulama (Basuki, 2021).

Islam memberi kemudahan dan bersifat toleran, yaitu syariat membuka hak khiyar bagi kedua al-aqidain dalam hal ini penjual dan konsumen untuk melanjutkan atau membatalkan akad pada transaksi jual beli. (khadijatul Musanna, Fahmi Makraja, 2024) Ketentuan mengenai hak khiyar dalam jual beli mengarah kepada bahwasanya para pihak penjual tidak dibenarkan dalam menjual barang yang cacat atau dalam kondisi rusak, kondisi barang yang dijual hendaklah diterangkan oleh penjual secara rinci dan detail kepada konsumen, sehingga konsumen mengetahui secara jelas kondisi barang tersebut, dan konsumen dapat memutuskan pilihannya antara melanjutkan akad atau membatalkannya.

Khiyar Dalam Transaksi Jual Beli

Semua bentuk akad atau kontrak perjanjian secara hukum memiliki konsekuensi yang mengikat antara kedua pihak (Makraja, 2024). Dalam konteks khiyar ta'yin, penentuan konsekuensi yang ditimbulkan terjadi dalam masa tenggang tiga hari. Kemungkinan konsekuensi tersebut ada dua, yaitu pihak penjual mengganti barang yang sama dengan kualitas yang berbeda sesuai dengan keinginan pembeli. Hal ini terjadi

apabila barang yang menjadi objek khiyar ta'yin tidak cocok dan tidak sesuai dengan keinginan pembeli, serta masih dalam masa tenggang tidak melebihi tiga hari (Amilia & Elviani, 2023).

Wahbah Al-Zuhaili menyebutkan, dalam kondisi tersebut pemilik hak (konsumen) khiyar ta'yin wajib menentukan barang dagangan yang akan diambil pada akhir masa khiyar yang telah ditentukan dan membayar harganya. Konsekuensi kedua yaitu proses jual beli dan keberlangsungan hak khiyar dipandang habis ketika tenggang waktu yang ditentukan telah habis. Hal ini menimbulkan hukum bahwa barang yang dibeli tidak lagi bisa diklaim oleh konsumen, sebab jangka waktu khiyar telah habis.

Klaim barang dalam masa khiyar boleh berpindah kepada ahli waris, hal ini berbeda dengan konsep khiyar syarat. Jika orang yang memiliki hak khiyar meninggal sebelum adanya penentuan (barang), maka ahli warisnya juga memiliki hak khiyar untuk menentukan salah satu barang yang belum ditentukan tersebut dan membayar harganya. Contoh kasus misalnya, dua pelaku akad sepakat untuk untuk menunda penentuan barang dagangan yang wajib ditentukan sampai waktu tertentu dimana hak penentuannya diberikan kepada salah satu dari keduanya. (Makraja, Fahmi, 2025) Seperti seorang membeli dua atau tiga buah baju tanpa ditentukan, dengan syarat dia mengambil yang mana saja yang dia inginkan, dan dia memiliki khiyar selama tiga hari. Dalam kondisi ini, apabila sebelum habis masa khiyar dan ternyata pembeli meninggal dunia, maka hak khiyar boleh dilanjutkan oleh ahli waris. (Apriliani et al., 2023)

Mencermati uraian di atas, dapat diketahui bahwa penerapan khiyar ta'yin terhadap para pihak dalam transaksi jual beli memiliki konsekuensi masing-masing. Bagi pihak konsumen, konsekuensi yang diterima yaitu habisnya masa tenggang hak khiyar yang disepakati mengakibatkannya tidak bisa lagi mengklaim barang yang dipilih. Selain itu, apabila barang yang diambil oleh konsumen kemudian mengalami rusak, pihak pembeli diharuskan membayar barang yang cacat tersebut.

Testimoni dan Komentar User Pada Marketplace Shopee Dalam Perspektif Khiyar Ta'yin

Shopee adalah situs e-commerce yang berkantor pusat di Singapura di bawah naungan SEA Group, yang didirikan pada tahun 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak saat itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina.⁶⁵ Shopee Indonesia mulai resmi diperkenalkan di Indonesia pada bulan Desember tahun 2015 di bawah naungan PT. Shopee International Indonesia.

Situs Shopee dapat diakses langsung oleh calon pembeli atau konsumennya melalui smartphone atau melalui perangkat komputer sehingga masyarakat dapat mencari, berbelanja, dan berjualan dengan mudah, cepat, dan praktis. Shopee menawarkan dan menjual berbagai macam produk atau barang untuk kebutuhan sehari-hari. Secara umum pada web ini terdapat 23 kategori produk yang disediakan di Shopee, mulai sepatu wanita, fashion muslim, pakaian wanita, pakaian pria, jam tangan, aksesoris fashion, sepatu pria, tas pria, fashion bayi dan anak, perawatan dan kecantikan, kesehatan ibu dan bayi, makanan dan minuman, hobi dan koleksi, otomotif, perlengkapan rumah,

olahraga dan outdoor, buku dan alat tulis, souvenir dan pesta, elektronik, komputer dan aksesoris, handphone dan aksesoris, fotografi, voucher, dan lain sebagainya.

Di samping itu, Shopee juga menawarkan fitur dan layanan pengisian paket data, pulsa, dan uang elektronik, juga berbagai macam pelayanan terbaru yang dihadirkan dan bisa digunakan oleh masyarakat seperti tagihan pembayaran listrik PLN, PDAM, BPJS, biaya pendidikan, PBB, angsuran kredit, TV kabel dan internet, E-SIM, dan lain sebagainya. Selanjutnya pada situs Shopee juga melayani pembelian tiket, seperti tiket kereta api, tiket pesawat serta tiket bus dan travel.

Transaksi jual beli pada situs Shopee juga menyediakan layanan pengiriman yang bermacam-macam dan terintegrasi langsung. Jasa kirim yang di dukung Shopee antara lain J&T Express, Standar Express, JNE Reguler, SiCepat Express, Ninja Xpress, Indopaket, ID Express, Anteraja, Shopee Express, GoSend, Pos Kilat Khusus, Grab Express dan lain sebagainya. Pembeli dapat menentukan jenis pengiriman yang sesuai dengan keinginannya pada opsi pengiriman yang sudah tertera di akun Shopee ketika hendak melakukan pembayaran. Jasa kirim yang didukung Shopee adalah layanan jasa kirim yang terintegrasi dengan sistem Shopee yang memiliki beberapa keunggulan antara lain dapat melacak status pengiriman pesanan melalui aplikasi Shopee, dapat melihat ongkos kirim (ongkir) beserta besaran jumlah total pesanan yang harus dibayar oleh pembeli (kecuali jika terdapat promosi gratis ongkir) pada saat checkout, serta dapat melihat perhitungan ongkos kirim (ongkir) berdasarkan berat produk dan lokasi alamat penjual ke pembeli. Lama waktu pengiriman produk yang dibeli sangat bergantung pada jasa kirim dan jenis layanan yang dipilih.

Target utama pengguna Shopee adalah kalangan milenial yang saat ini terbiasa melakukan segala aktivitas menggunakan gadget termasuk dalam kegiatan jual beli untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, Shopee muncul dalam bentuk aplikasi mobile dengan akses yang mudah dan praktis digunakan daripada harus bertransaksi secara langsung.

Tinjauan Khiyar Ta'yin Dalam Jual Beli Produk Elektronik Secara Online di Marketplace Shopee

Dalam literatur Fiqh Muamalah permasalahan dari khiyar ta'yin sudah sangatlah valid dan jelas menurut semua Imam Mazhab, namun bila ditinjau masa yaitu masa modern saat ini maka di sini butuh analisis yang lebih terhadap khiyar ta'yin yang harus diberlakukan pada transaksi pembelian produk elektronik di marketplace Shopee. Namun secara konsep khiyar ta'yin di terapkan sesuai dengan syarat – syarat yang berlaku yaitu :

1. Memilih barang yang akan dibeli

Dalam hal memilih produk elektronik yang akan dibeli pada marketplace Shopee, maka konsumen harus membandingkan antara dua, tiga sampai seterusnya produk yang akan dipastikan untuk dibelinya baik produk tersebut termasuk dalam katagori original atau barang kualitas kedua (KW), agar tidak salah dalam menentukan pilihannya. Dalam khiyar ta'yin disebut dengan jenis dari kualitas produk yaitu jenis baik, pertengahan dan buruk kualitasnya. Dalam hal pembelian produk elektronik dengan kualitas original pada

marketplace Shopee dapat dikategorikan kepada barang yang memang berasal dari perusahaan produk elektronik tersebut di produksi, produk elektronik tersebut dapat ditemukan konsumen pada toko official dengan jenis toko Mall, seperti toko Acer Official Store, Asus Official Shop, HP Flagship Store, dan toko lain sebagainya yang menjual produk elektronik pada marketplace Shopee.

Penjual dan pembeli berhak memilih barang selama keduanya belum berpisah, hal ini terlihat dari sikap seorang konsumen ketika ingin membeli produk elektronik yang tidak sesuai dengan keinginannya maka konsumen tersebut berhak memilih barang yang sesuai keinginan dan kebutuhannya dan ketika konsumen telah mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginannya maka penjual dan konsumen berhak untuk memutuskan hubungan jual beli tersebut. Hal tersebut sejalan dengan praktik transaksi jual beli yang dilakukan konsumen pada marketplace Shopee, ketika konsumen ingin membeli suatu produk elektronik, konsumen tersebut dapat memilih beberapa produk pada toko tersebut apabila konsumen merasa ada kecocokan maka konsumen dapat memasukkan produk tersebut ke dalam fitur keranjang pada Shopee, sehingga konsumen mempunyai waktu untuk mencari referensi seperti melihat testimoni dan komentar konsumen sebelumnya atau referensi lainnya, sehingga apabila konsumen telah yakin untuk membeli produk tersebut, konsumen dapat melanjutkan transaksi dengan melakukan checkout dan melakukan pembayaran melalui bank, atm ataupun e-payment.

Sama halnya dengan pembahasan di atas pada saat konsumen ingin membeli produk elektronik pada Shopee, konsumen juga sering membeli produk dengan kualitas kedua (KW), seperti Kw satu, Kw dua, dan Kw tiga, alasan konsumen membeli produk tersebut adalah karena lebih murah dari produk original sehingga dapat menghemat biaya. Pada saat konsumen memilih produk dengan kualitas kedua tersebut terkadang konsumen tidak mengetahui sepenuhnya spesifikasi produk elektronik dengan kualitas kedua tersebut sehingga menurut konsep khiyar ta'yin pihak penjual harus mengutarakan atau menjelaskan informasi yang dibutuhkan oleh pihak konsumen terkait produk tersebut.

Pada marketplace Shopee hal tersebut telah terpenuhi dengan adanya deskripsi produk yang menjelaskan spesifikasi produk dan kualitas produk secara detail sehingga hal tersebut dapat menjadi referensi awal bagi konsumen, selain itu keberadaan testimoni dan komentar yang memuat pengalaman konsumen dalam membeli produk sejenis tersebut juga sangat berpengaruh terhadap keputusan dan keyakinan calon konsumen untuk membeli barang yang diinginkan, dalam hal tersebut keberadaan testimoni dan komentar memudahkan calon konsumen dalam menilai produk sehingga tak jarang konsumen menggunakan testimoni dan komentar konsumen sebelumnya sebagai referensi untuk membeli produk elektronik pada marketplace Shopee, sehingga pada era kontemporer saat ini referensi produk tidak hanya bisa di dapatkan dari penjual atau orang ahli dalam hal bidang elektronik, namun referensi tersebut juga bisa di dapatkan dari konsumen yang membagikan ulasan mereka dalam bentuk testimoni dan komentar, sehingga perubahan pola transaksi berakibat terhadap pengembangan teori khiyar ta'yin secara praktik dan urgensi penerapannya pada masa kontemporer saat ini

khususnya pada transaksi jual beli secara online yang bertujuan untuk tercapainya keridhaan diantara dua belah pihak.

2. Barang yang akan dipilih harus memiliki perbedaan sifat dan nilainya.

Pihak konsumen mempunyai hak memilih secara khiyar ta'yin dari transaksi yang dilakukan, maka produk yang akan dibeli oleh konsumen pada Shopee harus mempunyai perbedaan harga tergantung dari katagori yang dipilih misalnya seperti produk mainboard laptop original dengan produk Kw, hal tersebut telah terpenuhi pada marketplace Shopee, seperti contoh pada pembelian mainboard laptop, pada Shopee sangat banyak kita temukan ragam varian produk tersebut dengan perbedaan harga dan kualitas sehingga konsumen dapat dengan mudah memilih produk mana yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

3. Mempunyai batas waktu yang sama seperti khiyar syarat yaitu dibatasi dengan waktu tujuh puluh tiga jam atau tiga hari berturut.

Pada praktiknya implementasi terhadap khiyar ta'yin pada pembelian produk elektronik di marketplace Shopee harus mempunyai batas waktu yang ditentukan kedua belah pihak yaitu pihak Shopee dan pihak pembeli atau konsumen yang ingin membeli produk elektronik pada Shopee. Batas waktu yang dikatakan di sini adalah dimulai dari masa transaksi hingga batas waktu yang ditentukan. Berdasarkan hasil analisa penulis menemukan pada proses transaksi pembelian produk elektronik di Shopee belum sempurna terealisasikan dengan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan dalam prinsip dan konsep khiyar ta'yin.

Secara syara' dijelaskan bahwa, khiyar ta'yin berlaku untuk tiga barang saja, karena katagori barang terdiri dari bagus, sedang, dan buruk. Jika lebih dari tiga jenis barang atau produk maka khiyar ta'yin tidak sah. Barang dalam transaksi jual beli harus memiliki perbedaan sifat dan harga dari masing-masing barang tersebut yang telah ditetapkan dengan jelas. Jika terdapat kesamaan baik itu dari segi harga dan sifat, maka khiyar ta'yin tidak berlaku. Karena apabila harga barang tidak ditentukan untuk jenis masing-masing barang, maka barang tersebut bersifat majhul (tidak diketahui) dan akan membuat akad jual beli menjadi fasid (rusak).

Masa atau batas waktu dari khiyar ta'yin juga harus ditentukan dengan jelas. Imam Abu Hanifah telah menetapkannya paling lama tiga hari seperti yang ditetapkan pada khiyar syarat, jika lebih dari tiga hari maka akad jual beli tersebut juga menjadi akad fasid (rusak). Namun juga terdapat pendapat dari kalangan Mazhab Hanafi dan Hambali yang mengatakan bahwa masa atau batas waktu dari khiyar ta'yin bisa lebih dari tiga hari dengan syarat kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli tersebut mengetahuinya dan menyetujui batas waktu tersebut.

Dalam penerapan batas waktu pihak marketplace Shopee memberlakukan fitur Garansi Shopee, Garansi Shopee adalah fitur dimana pembayaran kepada penjual ditahan sementara oleh Shopee selama masa Garansi Shopee. Dana akan diteruskan ke penjual ketika pesanan telah diterima dengan baik sampai di lokasi pengiriman. Sedangkan untuk jangka waktu pihak Shopee mempunyai perhitungan sendiri yaitu periode garansi

dihitung berdasarkan hari pengiriman penjual dan perkiraan waktu pengiriman, yang dimulai dari tanggal konfirmasi pembayaran. Secara lebih jelas berikut rumus cara menghitung waktu Garansi Shopee;

$$2 \text{ (hari pengiriman)} + 7 \text{ (perkiraan waktu pengiriman)} + 2 \text{ (waktu konfirmasi pembeli)} \\ = 12 \text{ hari}$$

Hari pengiriman merupakan jumlah hari yang dibutuhkan oleh penjual untuk mempersiapkan pengiriman, perkiraan waktu pengiriman merupakan waktu pengiriman rata – rata oleh mitra logistik, dan waktu konfirmasi pembeli merupakan jumlah hari yang dibutuhkan pembeli untuk mengkonfirmasi penerimaan setelah pengiriman.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pemberian batas waktu pada marketplace Shopee sudah sesuai dengan konsep khiyar ta'yin walaupun pendapat yang masyhur di kalangan Ulama Mazhab Hanafi untuk pemberian batas waktu adalah tiga hari, tetapi pada praktik pembelian produk elektronik pada marketplace Shopee dibutuhkan waktu lebih dari tiga hari karena metode pembelian pada Shopee menggunakan akad salam sehingga dibutuhkan waktu untuk pengemasan dan pengiriman produk tersebut, dan dalam hal tersebut Ulama kalangan Mazhab Hanafi dan Hambali membolehkan jangka waktu tersebut lebih dari tiga hari dengan syarat hal tersebut telah disepakati kedua belah pihak dalam hal ini penjual dan pembeli, dan dalam pembelian produk elektronik pada marketplace Shopee kesepakatan para pihak muncul ketika melakukan checkout dan hal tersebut mengindikasikan adanya kerelaan dan keridhaan diantara konsumen dan penjual dalam hal jangka waktu yang diberikan oleh pihak Shopee.

Ketika barang sampai ke tangan konsumen namun konsumen mendapati kesalahan, konsumen dapat mengajukan return dana atau return produk pada Shopee apabila mendapati hal berikut pada produk yang telah dibeli oleh konsumen :

1. Apabila pada produk elektronik terdapat kesalahan (ukuran, warna, atau beda produk).
2. Apabila konsumen menerima produk yang rusak (fungsi).
3. Apabila menerima produk yang kurang (jumlah atau kelengkapan).

Secara keseluruhan syarat – syarat khiyar ta'yin dalam transaksi pembelian produk elektronik pada marketplace Shopee sudah terpenuhi, namun konsep khiyar ta'yin dalam bentuk ulasan testimoni dan komentar dalam transaksi pembelian produk elektronik pada marketplace Shopee belum sepenuhnya sesuai dengan konsep jual beli menggunakan akad khiyar ta'yin karena isi ulasan testimoni dan komentar masih banyak diragukan keabsahannya itu disebabkan karena tujuan dari pemberi ulasan yang bersifat relatif dan sangat banyak ragamnya.

Analisis Khiyar Ta'yin pada Marketplace Shopee

Berangkat dari seluruh penulisan yang telah disebutkan dengan segala bentuk dan jenis dari segala proses – proses transaksi pembelian produk elektronik yang pernah dilakukan pada Marketplace Shopee maka dapat dipahami. Sistem pemasaran produk elektronik pada marketplace Shopee sudah memenuhi karakteristik dari ketentuan konsep khiyar ta'yin dikarenakan pada toko yang menjual produk elektronik sudah

menjelaskan terkait spesifikasi produk yang dijual secara spesifik dan mendetail sehingga hal tersebut dapat menjadi informasi penting bagi calon konsumen, selain itu pihak marketplace Shopee juga menyediakan toko dengan jenis mall dan star seller dimana produk yang dijual pada toko tersebut mendapat jaminan 100 % original dari pihak Shopee dan mendapatkan garansi apabila produk elektronik yang sampai ke tangan konsumen tidak original atau produk tiruan.

Namun dalam penggunaan testimoni dan komentar sebagai referensi belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip khiyar ta'yin dikarenakan testimoni dan komentar yang terdapat pada kolom penilaian produk tidak menjelaskan secara mendetail dan spesifik terkait kualitas produk yang telah mereka beli seharusnya konsumen sebelumnya menjelaskan terkait kualitas barang dan fungsi sehingga pihak calon konsumen yang masih awam dapat membedakan mana produk original dan produk kw karena tidak semua deskripsi produk yang disajikan oleh penjual benar seluruhnya dan fungsi sebenarnya dari testimoni dan komentar pada Shopee adalah untuk mengklarifikasi apakah deskripsi tersebut benar atau hanya trik penjual untuk memasarkan produknya.

Berangkat dari hasil penelitian yang peneliti lakukan testimoni dan komentar tidak dapat dijadikan dasar bagi calon konsumen untuk menilai kualitas produk elektronik selain tidak adanya penjelasan yang spesifik terkait kualitas produk elektronik hal lainnya yang menjadi permasalahan adalah kebasahan isi komentar dan testimoni tersebut karena ragam motif konsumen memberikan komentar ada yang sebatas ingin mendapatkan koin Shopee dan memang ada yang berniat memberi penjelasan kepada calon konsumen, hal tersebut juga dibuktikan dengan fakta empiris lapangan dengan adanya beberapa responden yang tertipu ketika melakukan pembelian produk elektronik tanpa menggunakan referensi tambahan.

KESIMPULAN

Konsep khiyar ta'yin dalam bentuk ulasan testimoni dan komentar dalam transaksi pembelian produk elektronik pada marketplace Shopee belum sepenuhnya sesuai dengan konsep jual beli menggunakan akad khiyar ta'yin karena isi ulasan testimoni dan komentar masih banyak diragukan keabsahannya itu disebabkan karena tujuan dari pemberi ulasan yang bersifat relatif dan sangat banyak ragamnya untuk satu produk bisa peneliti temukan ribuan bahkan jutaan ulasan dimana semua ulasan tersebut berisi beragam pandangan dan pengalaman konsumen terhadap produk yang telah dibelinya, bahkan peneliti mendapatkan pemberi ulasan yang memalsukan keterangan atau isi testimoni karena merasa kesal produk yang dibelinya tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen tersebut, hal tersebut dibuktikan dengan adanya beberapa kasus konsumen yang ditipu dan produk tersebut tidak dapat digunakan maka berangkat dari hal tersebut testimoni dan komentar masih belum sesuai dengan konsep khiyar ta'yin yang bertujuan memberikan informasi yang benar, spesifik dan mendetail terkait suatu produk agar konsumen tidak tertipu karena saat ini produk yang sama dan sejenis sangat banyak ditemukan di pasar konvensional maupun online namun pada praktik ulasan

testimoni dan komentar masih terdapat gharar, dan bisa menimbulkan mafsadah kepada konsumen lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman al-Jaziri. (2017). *Al-Fiqh 'ala al-Mazahib al-Arba'ah* (N. Idris, Terj., Jilid 3, Cet. 2). Pustaka al-Kautsar.
- Abdur Rahman Ghazaly, dkk. (2010). *Fiqh Muamalah*. Kencana.
- Ade Manan Suherman. (2002). *Aspek hukum dalam ekonomi global*. Ghalia Indonesia.
- Ahmad Rafiq. (1997). *Hukum Islam di Indonesia*. Raja Grafindo Persada.
- Akhmad Farroh Hasan. (2018). *Fiqh Muamalah dari klasik hingga kontemporer*. UIN-Maliki Malang Press.
- Amilia, A. P., & Elviani, V. (2023). Implementasi khiyar dalam jual beli online (Studi kasus ketidaksesuaian objek pada marketplace Shopee). *Al Qadhi*, 1(2), 188–200. <https://doi.org/10.62214/jaq.v1i2.136>
- Apriliani, I. N., Salsabila, N., & Wijaya, P. R. (2023). Problematika implementasi khiyar dalam jual beli online. *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 9(1), 33–42. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v9i1.1539>
- Basuki, U. (2021). Cakrawala hukum. *Cakrawala Hukum*, 12(1), 95–110. <https://e-journal.unwiku.ac.id/hukum/index.php/CH/article/view/171>
- Bogong Suyanto. (2005). *Metode penelitian sosial*. Kencana.
- Devi Mawarni. (2011). *Konsep khiyar dalam jual beli salam pada masa modern menurut perspektif hukum Islam*(Skripsi). IAIN Ar-Raniry.
- Dwi Suwiknyo. (2009). *Kamus lengkap ekonomi Islam*. Total Media.
- Fatihul Khoir. (2022). Al-khiyar dalam proses jual beli sistem online. *Ekosiana: Jurnal Ekonomi Syari'ah*, 9(2), 127–138. <https://doi.org/10.47077/ekosiana.v9i2.216>
- Hafizah, Y. (2012). Khiyar sebagai upaya mewujudkan keadilan dalam bisnis Islami. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 3, 165–171.
- Haris Herdiansyah. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif*. Selemba Humanika.
- Hayatun Nuri. (2018). *Implementasi khiyar ta'yin pada transaksi jual beli produk Amway dalam perspektif hukum Islam*(Skripsi). UIN Ar-Raniry.
- Hikmah, S., Fillah, M. M., & Sofyan, A. (2023). Implementation of khiyar ta'yin in online flash sale product purchase transactions. *Journal of Islamic Economic Law*, 1(2), 51–59.
- Ibn Rusyd. (2016). *Bidāyah al-Mujtahid wa Nihāyah al-Muqtaṣid* (F. S. Nur, Terj., Jilid 2). Pustaka al-Kautsar.
- Khadijatul Musanna, Makraja, F., & Yusnizar, F. (2024). Perdebatan zakat dalam ekonomi Islam: Menilai zakat profesi dari perspektif ulama kontemporer. *Jurnal Studi Hukum Islam*, 13(2), 2615–2622.
- Lexy, L. M. (2001). *Metode penelitian kualitatif* (Cet. ke-14). Remaja Rosda Karya.
- Makraja, F. (2024a). The interpretation of Riqāb, Gārimīn, Fī Sabīlillāh, and Ibn Sabīl as of public interest as mustahik zakat (Study of Yūsuf al-Qaraḍāwī's thought). *Diktum: Jurnal Syariah dan Hukum*, 22(2).

- Makraja, F. (2024b). Zakat sebagai instrumen ekonomi Islam. *Journal of Sharia and Law*, 3(1), 113–126.
- Makraja, F. R. (2025). Implementation of environmental fiqh in Indonesia. *Jurnal Hukum Islam*, 24(2), 277–288.
- Mardani. (2011). *Hukum ekonomi syariah di Indonesia*. Refika Aditama.
- Mardani. (2013). *Fiqh ekonomi syariah (Fiqh muamalah)*. Kencana.
- Miadi, A. (2024). The concept of khiyar ta'yn and the responsibility of business actors in ordering frames of PT Gasco Indah Aceh, Indonesia. *Jurista: Jurnal Hukum dan Keadilan*, 8(2), 415–434.
- Moh. Kasiram. (2008). *Metodologi penelitian*. UIN Malang Press.
- Muhammad Nashiruddin Al-Albani. (n.d.). *Shahih Sunan Abu Daud* (Juz II).
- Muhammad Teguh. (2005). *Metode penelitian ekonomi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sukmadinata. (2006). *Metode penelitian pendidikan*. Rosdakarya.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wahbah Az-Zuhaili. (2011). *Fiqh Islam wa Adillatuhu* (Abdul Hayyie Al-Kattani dkk., Terj., Jilid 4 & 5). Gema Insani.
- W.A. Urnomo. (2000). *Konsumen dan transaksi e-commerce*. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.
- Zainuddin Ali. (2010). *Metode penelitian hukum*. Sinar Grafika.