

**IMPLEMENTASI *KHIYAR TA'YIN* PADA
TRANSAKSI PEMBELIAN PRODUK ELEKTRONIK
SECARA *ONLINE* DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM
(Studi Tentang Testimoni dan Komentar *User* Pada *Marketplace* Shopee)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

Riyan Auliyanda Safrizal
NIM. 180102113
Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Prodi Hukum Ekonomi Syariah

**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
2021 M/ 1442 H**

**IMPLEMENTASI *KHIYAR TA'YIN* PADA
TRANSAKSI PEMBELIAN PRODUK ELEKTRONIK
SECARA *ONLINE* DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM
(Studi Tentang Testimoni dan Komentar *User* Pada *Marketplace* Shopee)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Syari'ah Dan Hukum
Universitas Islam Negeri (UIN) Ar- Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S1)
dalam Ilmu Hukum Ekonomi Syari'ah

Oleh :

Riyan Auliyanda Safrizal

NIM. 180102113

**Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Prodi Hukum Ekonomi Syariah**

Disetujui untuk Dimunaqasyahkan oleh :

Pembimbing I

Dr. Armiadi, S.Ag., M.A
NIP. 197111121993031003

Pembimbing II,

Azmil Umur, M.Ag
NIDN. 2016037901

**IMPLEMENTASI *KHIYAR TA'YIN* PADA
TRANSAKSI PEMBELIAN PRODUK ELEKTRONIK
SECARA *ONLINE* DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM
(Studi Tentang Testimoni dan Komentar *User* Pada *Marketplace* Shopee)**

SKRIPSI

Telah Diuji oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Syari'ah Dan Hukum UIN – Ar – Raniry
Dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Program Sarjana (S-1)
Dalam Ilmu Hukum
Ekonomi Syari'ah

Pada Hari / Tanggal: Selasa, 28 Desember 2021 M
24 Jumadil Awal 1443 H

di Darussalam, Banda Aceh
Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi:

Ketua,

Dr. Armiadi, S.Ag., M.A
NIP. 197111121993031003

Sekretaris,

Azmil Umur, M.Ag
NIDN. 2016037901

Penguji I,

Prof. Dr. Syahrizal, M.A
NIP. 197010271994031003

Penguji II,

Nahara Eriyanti, M.H
NIDN. 2020029101

Mengetahui,
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Prof. Muhammad Siddiq, M.H., Ph.D
NIP. 19770303200801101



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH

FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp./ Fax. 0651-7557442 Email : fash@ar-raniry.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Riyan Auliyanda Safrizal
NIM : 180102113
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syari'ah dan Hukum UIN Ar- Raniry

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya :

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.*

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Syari'ah Dan Hukum UIN Ar- Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya,

Banda Aceh, 28 Desember 2021

Yang menyatakan



Riyan Auliyanda Safrizal

ABSTRAK

Nama/NIM : Riyan Auliyanda Safrizal/180102113
Fakultas/Prodi : Syari'ah dan Hukum/Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Implementasi *Khiyar Ta'yin* Pada Transaksi Pembelian Produk Elektronik Secara *Online* Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Tentang Testimoni dan Komentar *User* Pada *Marketplace* Shopee)
Tanggal Munaqasyah : 28 Desember 2021
Tebal Skripsi : 70 Halaman
Pembimbing I : Dr. H. Armiadi S. Ag., MA
Pembimbing II : Azmil Umur, M. Ag
Kata Kunci : Implementasi, *Khiyar Ta'yin*, Produk Elektronik

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 dalam kolom komentar dan testimoni tersebut juga terdapat ulasan terkait informasi produk baik dari segi kualitas dan lain sebagainya, namun banyak konsumen yang menggunakan testimoni dan komentar sebagai referensi merasa tertipu dalam hal kualitas produk karena tidak sesuai dengan isi keterangan yang diberikan dalam ulasan testimoni dan komentar pada *marketplace* Shopee, dengan demikian penulis ingin mengetahui tentang tinjauan hukum Islam terhadap implementasi *khiyar ta'yin* pada transaksi pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee, permasalahan dalam skripsi ini adalah ; (1) Bagaimana testimoni dan komentar dapat menjadi referensi calon konsumen dalam pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee ? (2) Bagaimana penjelasan kualitas dan spesifikasi produk elektronik dalam bentuk ulasan testimoni dan komentar pada *marketplace* Shopee ? (3) Bagaimana tinjauan konsep *khiyar ta'yin* terhadap testimoni dan komentar sebagai referensi calon konsumen dalam pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan analisis deskriptif analisis, dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Analisis data yang dilakukan yaitu dengan melihat kembali hasil wawancara yang telah dikumpulkan , lalu melakukan pengolahan data melalui proses penyuntingan. 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 PENGANTAR



Syukur alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. yang telah menganugerahkan rahmat dan hidayah-Nya, Selanjutnya shalawat beriring salam penulis sanjungkan ke pangkuan Nabi Muhammad saw, karena berkat perjuangan beliau, ajaran Islam sudah dapat tersebar keseluruh pelosok dunia untuk mengantarkan manusia dari alam kebodohan ke alam yang berilmu pengetahuan. sehingga penulis telah dapat menyelesaikan karya tulis dengan judul: **“Implementasi *Khiyar Ta’yin* Pada Transaksi Pembelian Produk Elektronik Secara *Online* Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Tentang Testimoni Dan Komentar *User* Pada *Marketplace* Shopee) ”**.

Ucapan terimakasih yang utama sekali adalah mengucapkan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada ayah dan bunda yang telah memberikan segalanya kepada penulis baik dari segi dorongan secara moril maupun materiil yang telah membantu selama masa pendidikan hingga perkuliahan, juga do’a-do’a baik yang selalu beliau panjatkan kepada penulis demi kesuksesan penulis, tak lupa juga ucapan terimakasih kepada saudara-saudara selama ini yang telah membantu dalam memberikan motivasi dalam berbagai hal demi berhasilnya studi penulis.

Rasa hormat dan ucapan terimakasih yang tak terhingga juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Muhammad Siddiq, MH., Ph.D Dekan Fakultas Syari’ah, Bapak Dr. Jabbar, M.A Wakil Dekan I, Bapak Dr. Bismi Khalidin, S.Ag., M.S.I Wakil Dekan II, dan Bapak Saifuddin Sa’dan, S.Ag., M.Ag Wakil Dekan III yang telah membimbing kami mahasiswa/i di Fakultas Syari’ah dan Hukum.

2. Bapak Dr. H. Armiadi S. Ag., MA selaku Pembimbing I, Bapak Azmil Umur, M. Ag selaku Pembimbing II, dan Bapak Dr. H. Muhammad Maulana, M.A selaku Pembimbing Proposal Skripsi, yang telah banyak memberikan bimbingan, bantuan, ide, dan pengarahan, sehingga skripsi ini bias terselesaikan tepat pada waktunya. Semoga Allah juga selalu memudahkan segala urusan dan dimudahkan rezekinya.
3. Kepada Bapak/Ibu Dosen dan seluruh Civitas Akademika Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry yang telah banyak membantu serta mencurahkan ilmunya dan pengalamannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sejak semester awal hingga sampai ke tahap penyusunan skripsi ini.
4. Ucapan cinta dan terimakasih sebesar-besarnya penulis utarakan Kepada Ayahanda Safrizal dan Ibunda Ainal Mardiah yang telah menyangi serta meberikan kasih sayang serta pendidikan yang begitu istimewa serta adik-adik Dara Rizka Saffiana, Dara Rifah Safirah, Dara Sahwira Munawarah, Riyad Al-Jinan Safrizal dan Ulya Rizqina yang selalu menemani dan Ayah Rohani saya Dr. Tgk. H. Sulfanwandi Hasan., M. A Selaku pimpinan Dayah Raudhatul Qur'an Tungkop, tempat saya tinggal saat ini dan anggota bilek suci yang selalu menyemangati penulis.
5. Tidak lupa Pula Ucapan terimakasih Saya kepada para sahabat seperjuangan yang setia memberi motivasi dan menemani setiap kala waktu Fahmi Makraja, Azman Sayuti, Adil, Hafizi, Ben Tahmat, Puji Novira, M. Kalkausar, Intan Mauliza, Hajrah, Mahmuddin, Ika Ayuni, dan Liwaul Hamdi serta semua teman-teman HES leting 18 yang tidak mungkin penulis sebutkan satu-persatu, dan teman-teman Bale Al- Aziz.

Akhirnya, penulis sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih sangat banyak kekurangannya. Penulis berharap penulisan skripsi ini bermanfaat terutama bagi penulis sendiri dan juga kepada para pembaca semua. Maka kepada Allah jualah kita berserah diri dan meminta

pertolongan, seraya memohon taufiq dan hidayah-Nya untuk kita semua.
Āmīn Yā Rabbal ‘Ālamīn.

Banda Aceh 28 Desember 2021
Penulis,

Riyan Auliyanda Safrizal



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Dalam skripsi ini banyak dijumpai istilah yang berasal dari bahasa Arab ditulis dengan huruf latin, oleh karena itu perlu pedoman untuk membacanya dengan benar. Pedoman Transliterasi yang penulis gunakan untuk penulisan kata Arab berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987. Adapun Pedoman Transliterasi yang penulis gunakan untuk penulisan kata Arab adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	Ket	No.	Arab	Latin	Ket
1	ط	Tidak dilambangkan		١٦	ط	t	t dengan titik di bawahnya
2	ظ	B		١٧	ظ	z	z dengan titik di bawahnya
3	ت	T		١٨	ع	'	
4	ث	Ś	s dengan titik di atasnya	١٩	غ	Gh	
5	ج	J		٢٠	ف	F	
6	ح	ḥ	h dengan titik di bawahnya	٢١	ق	Q	
7	خ	Kh		٢٢	ك	K	
8	د	D		٢٣	ل	L	
9	ذ	Ẓ	z dengan	٢٤	م	M	

			titik di atasnya				
10	ر	R		٢٥	ن	N	
11	ز	Z		٢٦	و	W	
12	س	S		٢٧	ه	H	
13	ش	Sy		٢٨	ع	'	
14	ص	Ṣ	s dengan titik di bawahnya	٢٩	ي	Y	
15	ض	Ḍ	d dengan titik di bawahnya				

2. Konsonan

Konsonan Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ َ	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
وَ َ	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف = *kaifa*,

هول = *hauula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
اِي َ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
يِ ِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
وِ ِ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ = *qāla*

رَمَى = *ramā*

قِيلَ = *qīla*

يَقُولُ = *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta marbutah (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir huruf ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl/ raudatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/
al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Talḥah*

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr ; Beirut, bukan Bayrut ; dan sebagainya.

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Penjelasan Spesifikasi dan Kualitas Produk Kipas Angin
Tabel 3.2	Penjelasan Spesifikasi dan Kualitas Produk <i>Powerbank</i>



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Riwayat Hidup.
Lampiran 2	SK Penetapan Pembimbing Skripsi.
Lampiran 3	Daftar Pertanyaan Wawancara.
Lampiran 4	Dokumentasi Penelitian.



DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	i
PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN PANITIA UJIAN MUNAQASYAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
DADFTAR ISI.....	xv
BAB SATU PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kajian Pustaka.....	10
E. Penjelasan Istilah.....	13
F. Metode Penelitian.....	16
G. Sistematika Pembahasan.....	21
BAB DUA KONSEP <i>KHIYAR TA'YIN</i> MENURUT PERSPEKTIF HUKUM ISLAM	23
A. Pengertian <i>Khiyar Ta'yin</i>	23
B. Dasar Hukum <i>Khiyar Ta'yin</i> dan Hikmah <i>Khiyar</i>	26
C. Pendapat <i>Fuqaha'</i> tentang Implemetasi <i>Khiyar Ta'yin</i> dalam Transaksi Jual Beli.....	29
D. Konsekuensi <i>Khiyar Ta'yin</i> Terhadap Para Pihak dalam Transaksi Jual Beli.....	34
E. Jual Beli <i>Online</i>	35
F. Berakhirnya <i>Khiyar Ta'yin</i>	41
BAB TIGA TESTIMONI DAN KOMENTAR <i>USER</i> PADA MARKETPLACE SHOPEE DALAM PRESPEKTIF <i>KHIYAR TA'YIN</i>.....	42
A. Profil <i>Marketplace</i> Shopee	42
B. Testimoni dan Komentar Sebagai Referensi Konsumen dalam Pembelian Produk Elektronik pada <i>Marketplace</i> Shopee	46
C. Penjelasan Kualitas dan Spesifikasi Produk Elektronik dalam Bentuk Ulasan Testimoni dan Komentar Pada <i>Marketplace</i> Shopee	52
D. Tinjauan Konsep <i>Khiyar Ta'yin</i> terhadap testimoni dan komentar sebagai referensi calon konsumen dalam	

Pembelian Produk Elektronik pada <i>Marketplace</i> Shopee	59
E. Analisis.....	65
BAB EMPAT: PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran – Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	74



BAB SATU

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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.¹ Dalam fiqh muamalah, dan juga secara yuridis normatif telah diformat definisi *khiyar* dalam Kompilasi Hukum Ekonomi syariah pada Pasal 20 ayat (8).² 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.

Berbagai pilihan produk yang memiliki ragam varian tersebut menimbulkan kebingungan bagi sebagian konsumennya untuk menilai kualitas

¹ Syamsul Rijal Hamid, *Agama Islam*, (Jakarta: Bee Media Pustaka, 2017), hlm. 373

² Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah (Fiqh Muamalah)*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm.

produk yang diinginkan konsumen, sehingga untuk memberi kenyamanan dan kerelaan terhadap transaksi yang dilakukan dibutuhkan informasi yang memadai bagi konsumen tentang suatu produk melalui berbagai media dan pihak yang mengetahui kualitas produk. Kecukupan informasi ini secara *fiqhiyyah* merupakan hak yang dapat dipenuhi dan diperoleh oleh konsumen. Hak tersebut dapat dipenuhi dengan pemberlakuan *khiyar ta'yin*.

Berdasarkan konsep fiqh muamalah ini, *khiyar ta'yin* menjadi hak pilih bagi pembeli/konsumen dalam melakukan transaksi jual beli yang fokusnya pada informasi yang spesifik (referensi) terkait produk yang sejenis namun berbeda kualitas yang ingin dibeli oleh konsumen dan produk tersebut banyak varian dan berbeda kualitasnya. Dalam *khiyar ta'yin* kedua *al-aqidain* dalam transaksi jual beli sepakat untuk menunda memilih suatu produk yang berbeda kualitas, dan pihak konsumen wajib menetapkan pilihannya hingga waktu yang disepakati dan hak memilih tersebut hanya terdapat pada pihak konsumen berdasarkan informasi tentang varian dan kualitas produk tersebut dari pihak penjual.³

Pada *khiyar ta'yin* ini konsumen berhak memperoleh informasi spesifik dan mendetail terkait produk yang ingin dibeli, informasi tersebut dapat berupa spesifikasi produk dan kualitas. Informasi yang mendetail tersebut dapat diperoleh baik itu dari pihak penjual, saran teman, informan dan media lainnya yang menurut keyakinan konsumen bahwa informasi tersebut dapat memenuhi ekspektasi konsumen untuk membeli barang yang kualitasnya sesuai dengan keinginan konsumen tersebut. Misalnya ketika seorang konsumen ingin membeli suatu produk elektronik dan produk elektronik yang ingin dibeli konsumen tersebut memiliki varian/jenis sama tetapi terdapat perbedaan spesifikasi dan kualitas namun konsumen tersebut tidak mempunyai informasi spesifik terkait produk yang ingin dibeli sehingga menurut konsep *khiyar ta'yin* di atas, konsumen tersebut dapat mencari informasi yang spesifik baik itu dari informan,

³ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Amzah, 2010), hlm.218

media, atau orang yang ahli, Apabila konsumen memerlukan waktu untuk mencari informasi terkait produk tersebut maka penjual dapat menentukan batas waktu paling lama tiga hari, setelah memperoleh informasi terkait produk tersebut maka konsumen dapat menentukan pilihan produk mana yang ingin dibeli sesuai dengan keinginannya, sehingga dengan adanya *khiyar ta'yin* dalam transaksi jual beli maka penjual dan pembeli bisa terhindar dari unsur-unsur penipuan dan perselisihan.

Ulama Hanafiah menyatakan bahwa *khiyar ta'yin* diperbolehkan dalam transaksi jual beli dengan alasan bahwa produk sejenis yang berbeda kualitas sangat banyak, dan konsumen tidak mengetahui secara pasti dan spesifik keabsahan kualitas produk yang ingin dibeli konsumen tersebut, sehingga pihak pembeli membutuhkan bantuan pakar atau ahli yang memahami kualitas produk⁴. Agar pembeli tidak tertipu dengan produk yang ingin dibelinya sesuai dengan keperluan dan kebutuhan, maka *khiyar ta'yin* dibolehkan dalam jual beli menurut Ulama Hanafiah.

Ulama Malikiyah dan Syafi'iyah menyatakan bahwa *khiyar ta'yin* tidak diperbolehkan dalam transaksi jual beli dengan alasan karena dalam akad jual beli bahwasanya ada ketentuan yang menyatakan bahwa barang yang diperdagangkan (*al-sil'ah*) harus jelas baik kualitasnya, maupun kuantitasnya. Menurut Ulama Malikiyah dan Syafi'iyah pemberlakuan *khiyar ta'yin* dalam transaksi jual beli memperlihatkan bahwa *al-sil'ah* yang akan dibeli oleh konsumen belum jelas. Oleh karena alasan tersebut maka *khiyar ta'yin* di kalangan ulama Malikiyah dan Syafi'iyah tidak diperbolehkan dalam transaksi jual beli.⁵

Ulama Hanabilah menyatakan bahwa *khiyar ta'yin* tidak diperbolehkan dalam jual beli dengan alasan bahwa pihak penjual dalam hal ini harus menjelaskan kepada konsumen terhadap kualitas dan kuantitas barang yang akan diperjualbelikan oleh penjual, dengan demikian konsumen dapat memperoleh

⁴ Abdur Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 103

⁵ Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan Abu Daud*, Juz II..., hlm. 599

barang yang sesuai dengan ekspektasinya, dan konsumen pun tidak merasa tertipu, karena alasan tersebut Ulama Hanabilah tidak memperbolehkan pemberlakuan *khiyar ta'yin* dalam transaksi jual beli.⁶

Selain dalam jual beli eksistensi *khiyar ta'yin* pada masa sekarang ini juga berlaku pada perjanjian atau kontrak bisnis syariah, *khiyar ta'yin* dalam kontrak bertujuan untuk menentukan barang yang menjadi objek kontrak⁷. *Khiyar ta'yin* berlaku apabila objek kontrak hanya satu dari sekian banyak barang yang berbeda kualitas dan harganya dan satu pihak pembeli, misalnya diberi hak menentukan mana yang akan dipilihnya. *Khiyar ta'yin* dibolehkan dalam kontrak apabila identitas barang yang menjadi objek kontrak belum jelas, oleh sebab itu *khiyar ta'yin* berfungsi untuk meminimalisir kontrak atau perjanjian tersebut tidak jelas (*majhul*).

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 Shopee⁸ 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*,

⁶ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adillatuhu*, jilid 5 ..., hlm. 185

⁷ Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, (Jakarta : Kencana, 2012), hlm. 101

⁸ Shopee merupakan situs *e-commerce* yang berkantor pusat di Singapura di bawah naungan SEA Group, yang didirikan pada tahun 2009 oleh Forest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak saat itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina.⁸ Shopee Indonesia mulai resmi diperkenalkan di Indonesia pada bulan Desember tahun 2015 di bawah naungan PT. Shopee International Indonesia.

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) melau

mitra Shopee, dan selanjutnya akan dikirim oleh kurir hingga paket yang di pesan oleh konsumen sampai kepada konsumen.⁹

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.¹⁰

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.¹¹

⁹ Hasil wawancara dengan Ben Tahmat, salah satu konsumen Shopee pada saat pembelian produk *smartphone*, Tungkob, Pada 20 April 2021.

¹⁰ Hasil wawancara dengan Ben Tahmat, salah satu konsumen Shopee pada saat pembelian produk *smartphone*, Tungkob, Pada 20 April 2021.

¹¹ Hasil wawancara dengan Putri Anisah, salah satu konsumen Shopee pada saat pembelian produk alat dengar lansia, Darussalam, Pada 22 April 2021.

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.¹²

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.

Testimoni dan komentar *user* pada situs Shopee sangat banyak digunakan oleh konsumen sebagai referensi utama dalam menilai kualitas produk, dan pada praktiknya keberadaan testimoni dan komentar di salah gunakan dengan banyaknya testimoni palsu dan testimoni bajakan yang digunakan untuk menarik perhatian calon konsumen, hal ini didasarkan dengan banyaknya ketidaksesuaian antara konten produk maupun testimoni dan komentar dengan produk yang sampai pada tangan konsumen, hal ini membuat konsumen sangat kecewa bahkan

¹² Hasil wawancara dengan Intan Mauliza, salah satu konsumen Shopee pada saat pembelian produk elektronik rumah tangga, Tungkob, Pada 28 April 2021

mengalami depresi karena mengalami kerugian finansial bahkan tak jarang akibat dari kejadian tersebut konsumen meminta ganti rugi kepada kurir yang mengantarkan pesanan konsumen padahal kurir tidak memiliki tanggung jawab terhadap produk yang tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen, hal ini tentu bertentangan dengan konsep jual beli dan juga *khiyar ta'yin* karena menimbulkan *mafsadat* kepada pihak konsumen, jika kejadian tersebut terus dibiarkan terjadi maka akan menimbulkan kerugian finansial, perselisihan, penipuan, *Gharar*, dalam praktik jual beli pada Marketplace Shopee, oleh sebab itu, maka menarik untuk dikaji permasalahan ini dan bisa dalam bentuk tulisan skripsi yang berjudul **“Implementasi *Khiyar Ta'yin* Pada Transaksi Pembelian Produk Elektronik Secara *Online* Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Tentang Testimoni dan Komentar *User* Pada *Marketplace* Shopee)”**



B. Rumusan Masalah

Setelah penulis memaparkan latar belakang masalah di atas dapat ditarik beberapa pokok permasalahan yang perlu dibahas dan dikaji nantinya dalam penelitian skripsi ini, pokok permasalahan tersebut dapat dirumuskan dalam beberapa bentuk pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana testimoni dan komentar dapat menjadi referensi calon konsumen dalam pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee ?
2. Bagaimana penjelasan kualitas dan spesifikasi produk elektronik dalam bentuk ulasan testimoni dan komentar pada *marketplace* Shopee ?
3. Bagaimana tinjauan konsep *khiyar ta'yin* terhadap testimoni dan komentar sebagai referensi calon konsumen dalam pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penulisan karya ilmiah ini berdasarkan rumusan masalah diatas adalah :

1. Untuk meneliti testimoni dan komentar dapat menjadi referensi calon konsumen pada pembelian produk elektronik pada *market place* Shopee.
2. Untuk meneliti penjelasan kualitas dan spesifikasi produk elektronik dalam bentuk ulasan testimoni dan komentar pada *marketplace* Shopee.
3. Untuk mengetahui tinjauan konsep *khiyar ta'yin* terhadap testimoni dan komentar sebagai referensi calon konsumen dalam pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee.

D. Kajian Pustaka

Penelitian tentang implementasi *khiyar ta'yin* pada transaksi jual beli sangat banyak ditemukan, baik dalam bentuk kajian kasus dan lain sebagainya, hanya saja sejauh ini belum ada penelitian yang khusus dan spesifik meneliti Implementasi *khiyar ta'yin* pada transaksi pembelian produk elektronik secara *online* yang menitik beratkan pada testimoni dan komentar konsumen *marketplace* shopee sebagai objek penelitian.

Pertama, skripsi yang ditulis oleh Rifqan Hadi, "*Implementasi Khiyâr Ta'yîn Dalam Transaksi Sparepart Mobil di Jl. Twk Daod Syah Peunayong Dalam Perspektif Hukum Islam*". Hasil penelitian ini menunjukkan untuk mengetahui Bagaimana penjelasan spesifikasi dan kualitas *spare part* mobil pada transaksi jual beli onderdil di pusat penjualan Jl. TWK Daod Syah Peunayong dan pemahaman konsumen untuk memastikan kualitas *spare part* yang beredar di pasaran Jl. TWK Daod Syah Peunayong hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *khiyar ta'yin* yang diimplementasikan oleh penjual pada toko *spare part* mobil di kecamatan Kuta Alam belum sepenuhnya sesuai dengan hukum Islam. Dikarenakan masih terdapat ketidakadilan terhadap pembeli yang tidak mengetahui mengenai barang ingin dibelinya, informasi yang diberikan oleh sebagian penjual sering bertolak belakang dengan fakta sebenarnya dari barang yang dibeli, sehingga hal inilah yang menimbulkan kekecewaan pembeli.¹³

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Hayatun Nuri, "*Implementasi Khiyar Ta'yin Pada Transaksi Jual Beli Produk Amway Dalam Perspektif Hukum Islam*". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Implementasi *khiyar ta'yin* terhadap jual beli produk Amway dalam kaitannya dengan menjual produk yang sesuai dengan kualitas yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen sudah sepenuhnya sesuai dengan perspektif hukum Islam. Prinsip dasar yang dapat

¹³ Rifqan Hadi, "*Implementasi Khiyâr Ta'yîn Dalam Transaksi Sparepart Mobil di Jl. Twk Daod Syah Peunayong Dalam Perspektif Hukum Islam*". Skripsi, (Banda Aceh; Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Ar-Raniry, 2019).

dapat digunakan untuk menganalogikan hal ini adalah adanya syarat memilih salah satu dari 3 jenis barang yang akan dibeli sesuai dengan tingkatan kualitas yang dimiliki, kemudian syarat kedua yaitu jenis barang yang akan dipilih memiliki perbedaan harga dari jenis yang lainnya dan harganya juga harus diketahui secara pasti, dan syarat yang terakhir yaitu waktu *khiyar ta'yin* yang dibatasi sesuai dengan kesepakatan yang telah dilakukan ketika terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli. Ketiga aspek tersebut telah terpenuhi seluruhnya.¹⁴

Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Milda Novtari Isda, “*Implementasi Khiyar Ta'yin Pada Transaksi Jual Beli Aksesoris HP di Kecamatan Syiah Kuala*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk implementasi *khiyar ta'yin* adalah Pembeli dapat bertanya pada penjual mengenai barang yang diinginkan, selanjutnya penjual aksesoris *handphone* memberikan barang yang diinginkan pembeli dan menawarkan aksesoris *handphone* dengan kualitas yang bagus serta menginformasikan kepada pembeli terhadap perbedaan kualitas antara masing-masing barang tersebut. Namun pilihan tetap diserahkan kepada pembeli. Pembeli dapat msengetahui perbedaan kualitas dan harga dari berbagai variasi barang aksesoris yang dijual dengan berbagai cara yaitu dengan melihat ketahanan pada barang, dilihat dari fisik yang memiliki logo, dan dilihat dari harga yang murah atau mahal.¹⁵

Keempat, skripsi yang ditulis oleh Rachmi Shafarni, “*Implementasi Khiyar Dalam Jual Beli Barang Secara Online (suatu penelitian terhadap para reseller di Banda Aceh)*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *khiyar* dalam jual beli secara *online* di Banda Aceh belum berjalan dengan maksimal, hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman terkait konsep *khiyar*

¹⁴ Hayatun Nuri, “*Implementasi Khiyar Ta'yin Pada Transaksi Jual Beli Produk Amway Dalam Prespektif Hukum Islam*”. *Skripsi*, (Banda Aceh; Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Ar-Raniry, 2018).

¹⁵ Milda Novtari Isda, “*Implementasi Khiyar Ta'yin Pada Transaksi Jual Beli Aksesoris HP Di Kecamatan Syiah Kuala*”. *Skripsi*, (Banda Aceh; Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Ar-Raniry, 2017).

dalam jual beli secara *online*. Adapun *khiyar* yang diterapkan oleh pelaku jual beli online di Banda Aceh adalah *khiyar majlis*, *khiyar aib*, dan *khiyar syarat*. Sedangkan untuk *khiyar ta'yin* dan *khiyar ru'yah* belum diterapkan oleh ke enam pelaku jual beli online di Banda Aceh. Ditinjau berdasarkan *fiqh muamalah* praktik *khiyar* yang telah diterapkan oleh pelaku jual beli online di Banda Aceh telah sesuai dengan *fiqh muamalah*, di mana praktik *khiyar* yang diterapkan tersebut sebagai salah satu bentuk perlindungan konsumen (pembeli).¹⁶

Kelima, skripsi yang ditulis oleh Devi Mawarni, "*Konsep Khiyar Dalam Jual Beli Salam Pada Masa Modern Menurut Perspektif Hukum Islam*". Substansi penelitian ini membahas tentang jaminan dalam akad jual beli salam pada masa modern yang ditinjau menurut hukum Islam bahwa hukumnya wajib, jaminan ini bertujuan memastikan barang yang dipesan pembeli apakah benar dan tidak cacat serta tidak ada unsur penipuan yang merugikan kedua belah pihak. Sedangkan penulis meneliti mengenai penerapan *khiyar* dalam jual beli, terfokus pada *khiyar ta'yin* yang bertujuan memastikan kualitas barang yang dibeli sesuai dengan kebutuhan konsumen.¹⁷

Berdasarkan hasil peninjauan yang peneliti lakukan maka terdapat perbedaan yang signifikan antara penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian ini peneliti berfokus pada variabel testimoni dan komentar konsumen yang sering menjadi rujukan bagi calon konsumen pada transaksi jual beli elektronik pada *marketplace* Shopee, namun tidak menutup kemungkinan merujuk pada buku-buku yang ada pada penelitian diatas, maka dari itu penulis bertanggung jawab atas keaslian karya ilmiah ini secara hukum dan peluang melakukan penelitian ini masih terbuka lebar.

¹⁶ Rachmi Shafarni, "*Implementasi Khiyar Dalam Jual Beli Barang Secara Online (suatu penelitian terhadap para reseller di banda aceh)*". Skripsi, (Banda Aceh; Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Ar-Raniry, 2018).

¹⁷ Devi Mawarni, "*Konsep Khiyar Dalam Jual Beli Salam Pada Masa Modern Menurut Perspektif Hukum Islam*". Skripsi, (Banda Aceh; Fakultas Syariah, IAIN Ar-Raniry, 2011).

E. Penjelasan Istilah

Untuk dapat memudahkan dalam memahami penelitian ini, maka terlebih dahulu peneliti menjelaskan beberapa istilah yang terdapat dalam judul penelitian ini, sehingga dapat terhindar dari penafsiran yang salah dan kesalahpahaman dalam memahami penelitian ini. Adapun istilah-istilah yang perlu dijelaskan adalah sebagai berikut :

1. Implementasi

Menurut KBBI definisi dari implementasi adalah pelaksanaan; penerapan. Implementasi adalah tidak hanya sekedar aktivitas saja namun merupakan suatu kegiatan yang terencana dan dilakukan secara sungguh-sungguh berdasarkan acuan norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan.¹⁸

2. *Khiyar Ta'yin*

Khiyar ta'yin yaitu hak pilih bagi pembeli dalam menentukan barang yang berbeda barang berbeda kualitas dalam jual beli. Misalnya pada pembelian keramik : ada yang berkualitas super (KW 1) dan sedang (KW 2), akan tetapi, pembeli tidak mengetahui secara pasti mana keramik yang super dan berkualitas sedang. Untuk menentukan pilihan itu ia memerlukan pakar keramik dan arsitek.¹⁹

3. Transaksi Pembelian

Transaksi pembelian adalah kegiatan membeli suatu produk antara kedua belah pihak yaitu pihak penjual dan pembeli. Adapun pihak penyedia barang atau penjual dapat berupa perusahaan, perorangan, maupun toko. Transaksi pembelian dibedakan menjadi dua, yaitu dilakukan secara tunai dan secara kredit.²⁰

¹⁸ KBBI, *Pengertian Implementasi*, Diakses pada tanggal 09 Juni 2021 dari situs: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/implementasi>

¹⁹ Abdur Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2010), hal.103

²⁰ Jurnal Entrepreneur, *Jenis- Jenis Transaksi Yang Terjadi Pada Perusahaan Dagang*, Diakses pada tanggal 23 Agustus 2021 dari situs: <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengenal-jenis-jenis-transaksi-yang-terjadi-pada-perusahaan-dagang/>

4. Produk Elektronik

Produk adalah hasil proses produksi yang dilakukan oleh produsen atau perusahaan yang nantinya akan dijual kepada konsumen yang membutuhkan.²¹ Menurut KBBI definisi Elektronik adalah alat yang dibuat berdasarkan prinsip elektronika.²² dan alat tersebut dapat digunakan untuk mempermudah kegiatan sehari-hari dan kegiatan rumah tangga pada umumnya seperti ; kulkas, pendingin ruangan, komputer, dll.

5. Perspektif

Menurut KBBI definisi perspektif adalah sudut pandang atau pandangan.²³ Secara umum perspektif adalah suatu cara pandang terhadap suatu masalah yang terjadi, dan sudut pandang tertentu yang digunakan dalam melihat suatu fenomena.

6. Hukum Islam

Istilah Hukum Islam dalam pemakaian keseharian lebih identik dengan fiqh yang merupakan istilah khas sebagai terjemahan dari *al-fiqh al-Islam* atau dalam konteks tertentu dari *al-syari'ah al-Islam*.²⁴ Yaitu hukum-hukum Allah yang berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah yang di perintahkan kepada hamba-hamba Nya. Hukum Islam pada dasarnya adalah fiqh atau *syari'at* Islam itu sendiri yang merupakan hasil dari upaya *ijtihad* fuqaha dalam menerapkan *syari'at* Islam sesuai dengan kebutuhan umat.

²¹ Gurupendidikan, *Pengertian Produk – Konsep, Tingkat, Campuran, Klasifikasi, Ciri, Contoh, Para Ahli*, Diakses pada tanggal 24 april 2020 dari situs: <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-produk>.

²² KBBI, *Pengertian Transaksi*, Diakses pada tanggal 09 Juni 2021 dari situs: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/elektronik>

²³ KBBI, *Pengertian Perspektif*, Diakses pada tanggal 09 Juni 2021 dari situs: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/perspektif>

²⁴ Ahmad Rafiq, *Hukum Islam di Indonesia*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1997), hal.3

7. Testimoni dan Komentar

Testimoni adalah bentuk pernyataan atau pesan dari pelanggan terkait pengalamannya melakukan transaksi jual beli dengan penjual dalam hal pelayanan ataupun kualitas barang atau jasa yang sudah mereka beli.²⁵

Menurut KBBI definisi komentar adalah ulasan atas berita, pidato atau lain sebagainya.²⁶ Komentar konsumen dalam jual beli pada *marketplace* Shopee dapat juga dapat diartikan sebagai sebuah tanggapan singkat dari si pembeli terhadap pelayanan ataupun produk yg sudah mereka beli.

8. User

User adalah pengguna pada layanan atau perangkat dalam sistem teknologi informasi, *user* dalam konteks penelitian ini adalah pengguna atau konsumen yang melakukan transaksi pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee.

9. Marketplace

Marketplace adalah suatu platform dimana memiliki tugas sebagai perantara antara penjual dan pembeli untuk melakukan proses transaksi produk secara online. *Marketplace* atau pasar digital juga menyediakan berbagai fasilitas seperti metode pembayaran, estimasi pengiriman, pemilihan produk sesuai katagori dan fitur lainnya.²⁷

10. Shopee

Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak dibidang jual beli secara online dan dapat diakses secara mudah dengan menggunakan *smartphone*.²⁸

²⁵ Accurate, *Testimoni adalah*, Diakses pada tanggal 23 April 2021 dari situs: https://accurate.id/marketing-manajemen/testimoni-adalah/#Testimoni_Aadalah.

²⁶ KBBI, *Pengertian komentar*, Diakses pada tanggal 09 Juni 2021 dari situs: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/komentar>

²⁷ Muhammad Robith Adani, *kenali apa itu marketplace beserta jenis dan contoh penerapannya*, Diakses pada tanggal 24 april 2021 dari situs: <https://www.sekawanmedia.co.id/pengertian-marketplace>.

²⁸ Hermawan Riyadi, *Apa itu Shopee*, Diakses pada tanggal 09 Juni 2021 dari situs : <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/>

F. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu proses atau cara yang dilakukan oleh peneliti dalam rangka mengumpulkan informasi atau data yang akan digunakan untuk keperluan penelitian. Di dalam penelitian diperlukan data-data yang lengkap dan objektif serta dapat mengarahkan peneliti agar penelitian yang dilakukan tersusun secara sistematis. Adapun langkah-langkah yang ditempuh oleh peneliti dalam penulisan karya ilmiah ini adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian secara kualitatif yaitu suatu prosedur data penjelasan dan memberikan gambaran berupa kata-kata, tulisan atau lisan dari orang-orang yang berperilaku yang dapat dimengerti.²⁹ Penelitian ini berfokus pada pembangunan naratif atau deskripsi tekstual atas fenomena yang dikaji.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Lapangan (*Field Research*) dan Penelitian Kepustakaan (*Library Research*).

- a. Penelitian Lapangan (*Field Research*) merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data di lokasi objek penelitian, *Field Research* merupakan sumber data primer dalam penelitian. Data dalam jenis penelitian ini merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya, baik melalui wawancara, observasi maupun laporan dalam bentuk dokumen tidak resmi yang kemudian diolah peneliti. Data *Field Research* dalam penelitian ini adalah informan yang terdiri dari konsumen (pemberi testimoni/komentar) dan calon konsumen yang melakukan transaksi pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee.
- b. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) merupakan penelitian kepustakaan dalam bentuk telaah literatur yang ditempuh oleh penulis

²⁹ Lexy L. Moeloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, cet. ke-XIV, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), hlm. 3.

yaitu dengan cara meneliti data pustaka sebagai landasan teoritis dan referensi bagi penelitian yang akan dilakukan.³⁰ Data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang didapatkan dengan cara membaca, mempelajari dan mengkaji buku-buku bacaan, makalah, ensiklopedia, jurnal, artikel dan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang berkaitan dengan implementasi *khiyar ta'yin* pada *marketplace* Shopee.

3. Sumber Data

Sumber data dalam skripsi ini terdiri dari :

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya, baik melalui wawancara, observasi maupun laporan dalam bentuk dokumen tidak resmi yang kemudian diolah oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini yaitu informan yang terdiri dari calon konsumen yang melakukan transaksi pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee, dan konsumen sebelumnya yang memberikan ulasan berupa komentar dan testimoni positif di toko elektronik pada *marketplace* Shopee.
- b. Data skunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis yang tentunya berhubungan dengan tema skripsi yang sedang penulis teliti yaitu berhubungan dengan implementasi *khiyar ta'yin* dalam transaksi jual beli secara online.

4. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian adalah dengan mencari dan mengumpulkan data-data primer dan juga informasi yang akurat berhubungan dengan masalah penelitian, dengan cara mendekati sumber informasi yaitu responden yang terdiri dari konsumen (pemberi testimoni/komentar) dan calon konsumen yang melakukan transaksi

³⁰ Bogong Suyanto, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta : Kencana, 2005), hlm.56

pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee. Adapun prosedur – prosedur yang peneliti gunakan sebagai berikut :

- a. Penelitian Lapangan (*Field Research*) merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data di lokasi objek penelitian, *Field Research* merupakan sumber data primer dalam penelitian. Data dalam jenis penelitian ini merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya, baik melalui wawancara, observasi maupun laporan dalam bentuk dokumen tidak resmi yang kemudian diolah peneliti. Data *Field Research* dalam penelitian ini adalah informan yang terdiri dari konsumen (pemberi testimoni/komentar) dan calon konsumen yang melakukan transaksi pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee.
 - b. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) merupakan penelitian kepustakaan dalam bentuk telaah literatur yang ditempuh oleh penulis yaitu dengan cara meneliti data pustaka sebagai landasan teoritis dan referensi bagi penelitian yang akan dilakukan.³¹ Data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang didapatkan dengan cara membaca, mempelajari dan mengkaji buku-buku bacaan, makalah, ensiklopedia, jurnal, artikel dan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang berkaitan dengan implementasi *khiyar ta'yin* pada *marketplace* Shopee.
4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan wawancara (*interview*), dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data.

- a. Wawancara (*interview*)

Wawancara (*interview*) adalah suatu teknik pengumpulan data yang didapat dengan cara bertanya langsung kepada pihak pemberi informasi

³¹ Bogong Suyanto, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta : Kencana, 2005), hlm.56

yang berperan penting dalam bidang yang akan diteliti atau dikaji.³² Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian wawancara sebagai sampel penelitian dengan 30 pembeli / konsumen produk elektronik pada *marketplace* Shopee.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data sekunder berupa informasi yang diperoleh melalui dokumen-dokumen yang tidak di publikasi secara formal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.³³ Dokumentasi berguna untuk mengumpulkan data berupa data tertulis mengenai hal-hal yang bersifat penting yang diperlukan untuk menunjang kebenaran dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini dokumentasi di dapatkan dari kagiatan peneliti melakukan wawancara langsung dengan konsumen pembelian produk elektronik pada Shopee, dan *screenshoot* wawancara melalui media sosial antara peneliti dengan konsumen yang memberikan komentar dan testimoni pada transaksi pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee.

5. Objektivitas dan Keabsahan Data

Keabsahan data validitas data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai teknik pemeriksaan data, yang merupakan salah satu bagian sangat penting didalam penelitian kualitatif, untuk mengetahui derajat kepercayaan dari hasil penelitian yang dilakukan. Apabila peneliti melaksanakan pemeriksaan terhadap keabsahan data secara cermat denga teknik yang tepat dapat diperoleh hasil penelitian yang benar-benar dapat dipertanggungjawabkan dari berbagai aspek atau segi. Untuk mendapatkan proses ini sangat mendukung dan menentukan hasil akhir suatu penelitian. Oleh karena itu, diperlukan suatu teknik untuk memeriksa

³² Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm.136.

³³ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm. 69.

keabsahan data. Teknik tersebut adalah triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan dan perbandingan terhadap data tersebut. Teknik triangulasi data sebagai teknik pemeriksaan yaitu dengan memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan kuesioner dan lain-lain

6. Teknik Analisis Data

Pengolahan data dan analisis data adalah kegiatan mengolah data hasil pengumpulan data di lapangan sehingga siap pakai dianalisis. Setelah data berhasil dikumpulkan maka data akan dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu suatu metode yang bertujuan membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan aktual mengenai fakta-fakta, dan juga data akan dianalisis secara kualitatif yaitu berupa kata-kata bukan angka.

Setelah semua data yang diolah terkumpul selanjutnya data akan dianalisis secara deskriptif kualitatif yang artinya metode yang digunakan untuk membedah suatu fenomena di lapangan baik berupa data primer maupun data sekunder akan disusun secara sistematis. Metode ini ditujukan untuk mengumpulkan informasi yang aktual dan terperinci, mengidentifikasi masalah, serta membuat perbandingan atau evaluasi sehingga ditemukan suatu kesimpulan yang tepat dan dapat menjadi pedoman dalam menetapkan rencana yang akan datang.³⁴

Teknik analisis data adalah suatu cara penanganan terhadap objek ilmiah tertentu dengan jalan memilah-milah antara pengertian yang satu dengan yang lain untuk mendapatkan pengertian yang baru. Data yang berhasil dihimpun akan dianalisis secara kualitatif dengan menerapkan metode berfikir induktif, yaitu suatu metode berfikir yang bertolak dari fenomena yang khusus kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum.

³⁴ Zainuddin Ali, Metode Penelitian Hukum, (Jakarta: Sinar Grafika 2010). hlm. 75.

7. Pedoman Penulisan

Adapun teknik penulisan skripsi ini, penulis berpedoman pada buku pedoman Karya Tulis Ilmiah Mahasiswa, yang diterbitkan oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum Uin Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh Edisi Refisi Tahun 2019. Sedangkan terjemahan ayat al – Qur'an penulis kutip dari al – Qur'an dan terjemahannya yang diterbitkan oleh Kementrian Agama RI Tahun 2017.

G. Sistematika Pembahasan

Skripsi ini disusun atas empat bab, masing-masing bab terdiri dari sub bab dengan sistematika empat bab. Masing-masing bab berisi uraian sub bahasan yang disesuaikan dengan pembahasan masing-masing bab, yaitu :

Bab satu merupakan bab pendahuluan yang berisi tentang uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, penjelasan istilah, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab dua merupakan landasan teoritis mengenai tinjauan umum landasan teori, yang berisi tentang pengertian *khiyar ta'yin*, dasar hukum *khiyar ta'yin* dan hikmah *khiyar*, pendapat *fuqaha'* tentang implementasi *khiyar ta'yin* dalam transaksi jual beli, konsekuensi penerapan *khiyar ta'yin* terhadap para pihak dalam transaksi jual beli, tinjauan umum transaksi jual beli *online*, dan berakhirnya *khiyar ta'yin*.

Bab tiga merupakan bab hasil penelitian data yang mencakup gambaran umum *marketplace* shopee, testimoni dan komentar konsumen dapat menjadi referensi pada pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee di Banda Aceh, penjelasan kualitas dan spesifikasi produk elektronik dalam bentuk ulasan testimoni dan komentar pada *marketplace* Shopee, dan tinjauan konsep *khiyar ta'yin* terhadap testimoni dan komentar menjadi referensi bagi calon konsumen dalam pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee.

Bab empat merupakan penutup dari keseluruhan pembahasan penelitian yang berisi kesimpulan dari pembahasan yang telah dipaparkan, serta saran-saran yang berkenaan dengan peneliti ini yang dianggap perlu oleh penulis untuk menyempurnakan penelitian ini.



BAB DUA

KONSEP *KHIYAR TA'YIN* DALAM JUAL BELI MENURUT PERSPEKTIF HUKUM ISLAM

A. Pengertian *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.³⁵ 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.

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.³⁶ 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. Konsep lainnya dikemukakan oleh Wahbah al-Zuhaili, yaitu :

ان يكون للمتعاقد اخليار بني امضاء العقد و عدما امضاءه بفسخو³⁷

³⁵ Achmad W. Munawwir dan M. Fairuz, *Kamus al-Munawwir*, (Surabaya: Pustaka Progressif, 2007), hlm. 378

³⁶ Abdurrahman al-Jaziri, *al-Fiqh 'ala al-Mazahib al-Arba'ah*, (terj: Nabhani Idris), Jilid 3, Cet. 2, (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2017) hlm. 299.

³⁷ Wahbah al-Zuhaili, *Mausū'ah al-Fiqh al-Islami wa al-Qadaya al-Mu'asirah*, Juz 4, (Damaskus: Dar al-Fikr, 2010), hlm. 288.

Artinya : (*Khiyar*) adalah hak pilih bagi salah satu atau kedua belah pihak yang melaksanakan akad (transaksi) untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi.

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.³⁸ 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.³⁹

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.⁴⁰

Dengan kata lain, *khiyar ta'yin* dibolehkan apabila identitas baik itu dari segi kualitas, spesifikasi, dan harga barang yang menjadi objek transaksi jual beli belum jelas, oleh sebab itu, *khiyar ta'yin* berfungsi untuk menghindarkan agar

³⁸ Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama* (Jakarta : kencana,2012),hlm. 97-98.

³⁹ Abdul Rahman, Ghazaly, Ghuftron Ihsan,& Sapiudin Shidiq, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Kencana,2010),hlm 97.

⁴⁰ Oni Sahroni, Hasanuddin, *Fikih Muamalah Dinamika Teori dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016),hlm.124-125.

transaksi yang dilaksanakan oleh kedua belah pihak terhindar dari penipuan, *gharar*, dan tidak jelas objeknya (*majhul*).⁴¹

Menurut Wahbah al-Zuhaili, *khiyar ta'yin* adalah hak yang dimiliki oleh seorang pengakad untuk menentukan satu dari tiga hal yang berbeda daripada harga dan sifat yang disebut dalam akad. Apabila ia telah menentukan salah satunya, berarti objek akad telah diketahui setelah sebelumnya bersifat *majhul* atau masih kurang jelas. *Khiyar ta'yin* hanya berlaku pada akad *mua'awwadah maliyyah* yang menyebabkan adanya pemindahan kepemilikan barang seperti akad jual beli, hibah dengan koperasi, *qismah*, dan sebagainya. Tetapi hak *khiyar ta'yin* hanya dimiliki oleh konsumen saja, menurut pendapat yang kuat di kalangan Hanafiyyah.⁴²

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.

⁴¹ Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Total Media, 2009), hlm. 136.

⁴² Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, jilid 4, (terj. Abdul Hayyie Al-Kattani, Dkk), (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm. 555.

B. Dasar Hukum *Khiyar Ta'yin* dan Hikmah *Khiyar*

1. Dasar Hukum *Khiyar Ta'yin*

Pada permulaan sub pembahasan ini, penting dikemukakan pandangan *fuqaha* tentang dasar hukum *khiyar* secara umum. Hal ini dimaksudkan untuk mengarahkan pada satu pemahaman bahwa *khiyar* pada tingkatan hukum masih adanya perbedaan pendapat dikalangan ulama. Pembahasan terkait landasan hukum *khiyar ta'yin* mengarah kepada ragam pandangan ulama terkait eksistensi *khiyar* dalam konteks jual beli, termasuk *khiyar ta'yin*.

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. 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.⁴³

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.⁴⁴ 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. Dalam hadits yang diriwayatkan oleh Ibnu Umar

⁴³ Ibn Rusyd, *Bidāyah al-Mujtahid wa Nihāyah al-Muqtaṣid*, (terj: Fuad Syaifudin Nur), Jilid 2, (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2016), hlm. 388.

⁴⁴ Mabruk al-Ahmad, dkk., *al-Fiqh...*, hlm. 348

dijelaskan bahwa masing-masing pihak, baik penjual maupun pembeli memiliki hak memilih (*khiyar*), adapun dalil haditsnya sebagai berikut :

عَنِ ابْنِ عُمَرَ عَنِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ قَالَ: إِذَا تَبَايَعَ الرَّجُلَانِ فَكُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا وَكَانَا جَمِيعًا أَوْ يُخَيَّرُ أَحَدُهُمَا الْآخَرَ فَإِنْ خَيَّرَ أَحَدُهُمَا الْآخَرَ فَتَبَايَعَا عَلَى ذَلِكَ فَقَدْ وَجَبَ الْبَيْعُ وَإِنْ تَفَرَّقَا بَعْدَ أَنْ تَبَايَعَا وَلَمْ يَتْرُكْ وَاحِدٌ مِنْهُمَا الْبَيْعَ فَقَدْ وَجَبَ الْبَيْعُ⁴⁵

Artinya :“Dari Ibnu Umar ra. dari Rasulullah saw, bahwa beliau bersabda, “Apabila ada dua orang melakukan transaksi jual beli, maka masing-masing dari mereka (mempunyai) hak *khiyar*, selama mereka belum berpisah dan mereka masih berkumpul atau salah satu pihak memberikan hak *khiyar*-nya kepada pihak yang lain. Namun jika salah satu pihak memberikan hak *khiyar* kepada yang lain lalu terjadi jual beli, maka jadilah jual beli itu, dan jika mereka telah berpisah sesudah terjadi jual beli itu, sedang salah seorang di antara mereka tidak (meninggalkan) jual belinya, maka jual beli telah terjadi (juga).”

Berbagai *khiyar* (hak untuk memilih) yang ditetapkan dalam syariat Islam dalam perniagaan adalah salah satu bukti bahwa syariat Islam menghormati hak kepemilikan, bahkan ini adalah salah satu bukti bahwa tidak ada syariat atau undang-undang yang lebih bagus dan lebih adil dalam hal menghormati hak kepemilikan. Dan ini adalah salah satu bentuk nyata dari penerapan firman Allah Ta’ala yang terdapat dalam QS. An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

⁴⁵ Al Imam Al Hafizh Ibnu Hajar Al Asqalani, *Fathul Baari Syarah Shahih Al Bukhari*, (Maktabah Darussalam: Riyadh), 1418 H/1997 M. hlm. 126-127.

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Qs. An-Nisa:29)

Selain Al- qur'an dan Hadits dasar hukum penerapan *khiyar ta' yin* dalam transaksi jual beli lainnya adalah berasal dari kaidah fiqh atau *qawaid fiqhiyyah* yang berbunyi;

ولكل من المتبا يعين الخيار ملم يتفرقا بأبدانكما ارفا (الاقناع)⁴⁶

Artinya : “Setiap pihak (penjual dan pembeli) diperbolehkan melakukan *khiyar* selama belum berpisah badan menurut adat kebiasaan”.

Kaidah tersebut bersandar pada Hadits Nabi riwayat Hakim bin Hizam yang menjelaskan penjual dan pembeli di perbolehkan melaksanakan *khiyar* selama keduanya belum berpisah dari tempat akad. Jika keduanya berlaku jujur, maka akan mendapatkan berkah. Sebaliknya jika berdusta, maka akan dihilangkan berkah tersebut dari keduanya (HR. Bukhari dan Muslim).

Dalam Islam, untuk mencapai kerelaan antara dua pihak dalam transaksi jual beli, harus di dukung dengan adanya keterbukaan penjual mengenai barang yang dijual. Substansi pemberlakuan *khiyar* sebagaimana tersebut di dalam hadits diatas adalah untuk mencapai kesepakatan di dalam jual beli, sehingga pihak penjual dan konsumen saling ridha / rela atas transaksi yang mereka lakukan. Hak *khiyar* hanya berlaku apabila masing-masing pihak masih berada dalam tempat jual beli.

⁴⁶ Enang Hidayat, *Kaidah Fikih Muamalah*, (Bandaung :Remaja Rosdakarya, 2019), hlm.62

2. Hikmah *Khiyar*

Hikmah disyariatkannya *khiyar* (hak memilih untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi jual beli) dalam Islam sangat banyak sekali yang bersifat menyeluruh dan jangka panjang, bahkan *khiyar* dalam bisnis Islam memiliki peranan yang sangat penting untuk mewujudkan rasa kerelaan diantara kedua belah pihak, dan untuk menjaga kedua belah pihak terhindar dari praktik *gharar*, *tadlis*, dan penipuan. Adapun beberapa hikmah *khiyar* secara lebih rinci adalah sebagai berikut :

- a) *Khiyar* dapat membuat akad jual beli berlangsung menurut prinsip-prinsip Islam, yaitu suka sama suka antara penjual dan konsumen.
- b) Mendidik Masyarakat agar berhati-hati dalam melakukan akad jual beli, sehingga konsumen mendapatkan barang dagangan yang baik dan benar-benar disukainya.
- c) Penjual tidak semena-mena menjual barangnya kepada konsumen, dan mendidiknya agar bersikap jujur dalam menjelaskan keadaan barangnya.
- d) Terhindar dari unsur penipuan, baik dari pihak penjual maupun konsumen, karena ada kehati-hatian dalam proses jual beli.
- e) *Khiyar* dapat memelihara hubungan baik dan terjalin cinta kasih antar sesama.

C. Pendapat *Fuqaha'* Tentang *Khiyar Ta'yin*

Dalam akad jual beli, Islam mengenal adanya suatu hak yang berkaitan dengan meneruskan atau membatalkan transaksi jual beli tersebut dilaksanakan, secara *fiqhiyyah* istilah tersebut disebut *khiyar*. Ketentuan mengenai hal ini tentu saja dapat memberikan perlindungan hukum bagi pembeli selaku konsumen atas suatu produk. Adanya ketentuan tentang *khiyar*, juga merupakan salah satu sarana agar kesepakatan yang dibuat oleh para pihak lebih sempurna.⁴⁷

⁴⁷ Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak Bernuansa Islam* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 138.

Menurut Abdurrahman al-jaziri, status *khiyar* dalam pandangan ulama *fiqh* adalah disyariatkan atau dibolehkan, karena suatu keperluan yang mendesak dalam mempertimbangkan kemaslahatan masing-masing pihak yang melakukan transaksi.⁴⁸

Para ahli hukum Islam membedakan *khiyar* ke dalam dua bentuk, pertama *khiyar* yang bersumber dari kedua belah pihak yang melakukan akad seperti *khiyar syarat* dan *khiyar ta'yin*, kedua *khiyar* yang bersumber dari *syara'* itu sendiri seperti *khiyar aib*, *khiyar ru'yah*, dan *khiyar majelis*.⁴⁹

Pembahasan yang berkaitan dengan eksistensi penerapan *khiyar ta'yin* dalam transaksi jual beli tidak dapat dilepaskan dari uraian-uraian sebelumnya, yang menjelaskan tentang perspektif fuqaha tentang *khiyar ta'yin* masih diperselisihkan. Dari empat ulama mazhab, hanya ulama Hanafiyah yang mengakui penerapan dan implementasi konsep *khiyar ta'yin* dalam praktik jual beli, sedangkan tiga ulama mazhab lainnya yaitu ulama Malikiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah yang masih melarang penerapan *khiyar ta'yin* dalam transaksi bisnis, hal ini disebabkan kejelasan objek transaksi harus diketahui secara pasti oleh para pihak sebelum penyerahan objek transaksi tersebut dilakukan. Atas dasar inilah ulama jumhur menegaskan tidak mengakui eksistensi *khiyar ta'yin* dalam transaksi bisnis karena perwujudan kejelasan objek harus dilakukan pihak penjual untuk menjual barangnya yang jelas kualitasnya dan bagus kondisinya. Oleh sebab itu, jumhur fuqaha memandang praktik *khiyar ta'yin* ini berlaku pada jual beli barang yang belum jelas, dan termasuk dalam jual beli *al-ma'dum* (tidak jelas identitasnya) yang dilarang dalam *syara'*.⁵⁰

Menurut ulama Hanafiyah sebagai ulama *fiqh* yang menyatakan pentingnya penerapan *khiyar ta'yin* didasarkan pada argumentasi bahwa *khiyar*

⁴⁸ Abdul Rahman, ghazaly, Ghufron Ihsan, & Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalah...*, hlm. 98.

⁴⁹ Abdul Rahman, ghazaly, Ghufron Ihsan, & Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalah*, hlm. 99.

⁵⁰ Wahbah Mustafa al-Zuhaili, *al-Fiqh...*, hlm. 252: Juga diulas dalam, Abdul Rahman Ghazaly, dkk., *Fiqh...*, hlm. 103-104.

ta'yin sebagai solusi bagi seseorang yang tidak berpengalaman tentang kondisi barang-barang yang dibelinya sehingga pihak yang membutuhkan bertanya kepada orang lain untuk bisa memilih yang lebih tepat dan cocok untuknya. Terkadang seseorang mewakili orang lain untuk membelikan sesuatu, dan ingin melihat lebih dulu barang yang akan dibeli. Sementara penjual tidak bersedia barangnya dibawa keluar dari toko kecuali dengan membeli satu dari dua atau tiga barangnya.⁵¹

Dalam kondisi seperti inilah perlu diberlakukan *khiyar ta'yin* agar pihak konsumen dapat mengetahui secara pasti kualitas dari barang yang dibutuhkan dan juga terhindar dari penipuan dalam transaksi jual beli tersebut karena membeli barang tidak sesuai dengan ekspektasinya.

Mengenai syarat tenggang waktu yang diberlakukan dalam *khiyar ta'yin* ini Imam Abu Hanifah tidak menetapkan batas waktu maksimalnya. Menurut Ulama dalam Mazhab Hanafi ini dibolehkannya mengklaim barang yang dibeli dalam batas waktu yang disepakati. Ghanim al-Baghdadi, salah seorang ulama mazhab Hanafi menyebutkan selama tiga hari. Ia menyebutkan bahwa jikalau ada seorang konsumen dalam suatu negeri tidak melakukan klaim terhadap barang yang dibelinya dalam jangka waktu selama tiga hari, maka antara penjual dan konsumen tidak ada lagi proses jual beli. Maksudnya adalah tidak ada lagi proses hak untuk membatalkan atau melanjutkan jual beli, atau memilih barang yang sama karena masanya telah habis.

Dengan demikian menurut Mazhab Hanafi ini pemberlakuan *khiyar ta'yin* harus memiliki batas waktu, hal ini penting untuk memproteksi pihak penjual dari tindakan penangguhan barang yang dilakukan oleh pihak konsumen karena penangguhan barang tersebut memiliki dampak terhadap proses distribusi dan penjualan barang. Dengan pembatasan waktu secara tegas para pihak yang

⁵¹ Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh...*, hlm. 253-254

terlibat transaksi ini akan memiliki kepastian hukum terhadap kepemilikan barang sehingga tidak ada pihak yang dieksploitasi dan dizalimi dalam transaksi ini.

Syarat – syarat pemberlakuan *khiyar ta'yin* dalam transaksi jual beli yaitu sebagai berikut :

- a. Pemilihan terjadi pada salah satu dari dua atau tiga saja. Jika terjadi pemilihan pada salah satu dari empat, maka tidak boleh. Hal ini karena kebutuhan terdapat dalam tiga, karena sesuatu itu terbagi pada baik, sedang, dan jelek.
- b. Penjual menyetujui dengan jelas atas *khiyar ta'yin*, seperti penjual berkata: “saya jual kepadamu salah satu dari dua atau tiga barang ini, dengan syarat kamu memilih salah satunya.” Jika dia tidak menyetujuinya, maka jual belinya tidak sah karena terdapat unsur ketidakjelasan (*jahalah*). Waktunya seperti waktu *khiyar ta'yin*, yaitu tiga hari menurut Abu Hanifah, dan waktu apa saja yang diketahui menurut dua sahabat Abu Hanifah.⁵²

Menurut Wahbah Az-Zuhaili, hukum-hukum yang terdapat pada *khiyar ta'yin* yaitu:

- a. Wajib menjual salah satu barang dagangan yang belum ditentukan yang telah disepakati, dan pemilik hak *khiyar* wajib menentukan barang dagangan yang akan diambil pada akhir masa *khiyâr* yang telah ditentukan dan membayar harganya.
- b. *Khiyar* ini dapat diwariskan menurut ulama Hanafiyah, berbeda halnya dengan *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.
- c. Rusak atau cacat salah satu barang dagangan atau keseluruhannya: jika salah satu dari dua barang dagangan rusak, maka barang yang lainnya ditentukan sebagai barang yang dijual, dan sisanya menjadi amanah di

⁵² Wahbah Al-Zuhaili, Al-Fiqh..., hlm. 253-254

tangan pembeli. Jika kedua barang dagangan tersebut rusak secara bersamaan, maka pembeli mengganti setengah harga dari setiap barang dagangan tersebut karena belum ada penentuan. Jika kedua barang dagangan tersebut rusak secara berurutan, maka barang yang pertama yang ditentukan sebagai barang yang dijual. Jika kedua belah pihak berselisih dalam hal barang yang rusak duluan, maka perkataan yang dibenarkan adalah perkataan pembeli yang disertai dengan sumpahnya, tetapi bukti penjual lebih utama. Barang yang cacat sama seperti barang yang rusak dalam hal-hal yang disebutkan sebelumnya. Jika pembeli menjual dua barang dagangan kemudian memilih salah satunya, maka jual belinya sah pada hal tersebut, dan barang yang dijual dijamin dengan harga, dan barang yang lainnya menjadi amanah.⁵³

Imam Al-Ghazaly menyatakan bahwa implementasi *khiyar ta'yin* berlaku dalam transaksi jual beli apabila terpenuhi tiga syarat :

- a. Pilihan dilakukan terhadap barang sejenis yang berbeda kualitas dan sifatnya.
- b. Barang tersebut berbeda sifat dan nilainya.
- c. Tenggang waktu untuk *khiyar ta'yin* itu harus ditentukan, yaitu menurut Imam Abu Hanifah tidak boleh lebih dari tiga hari.

Berdasarkan ketentuan syarat di atas, terlihat ada perbedaan yang cukup signifikan antara *khiyar ta'yin* dengan bentuk *khiyar* lainnya, khususnya mengenai syarat a dan b, sementara dalam syarat c terkait masa lamanya waktu *khiyar* juga berlaku dalam *khiyar syarat*. Mengenai syarat tenggang waktu dibolehkannya mengklaim barang yang dibeli, Ghanim al-Baghdadi, salah seorang ulama mazhab Hanafi menyebutkan selama tiga hari. Ia menyebutkan bahwa jikalau ada seorang konsumen dalam suatu negeri tidak melakukan klaim

⁵³ Wahbah az- Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*, jilid 4..., hlm. 185-186.

terhadap barang yang dibelinya dalam jangka waktu selama tiga hari, maka antara penjual dan konsumen tidak ada lagi proses jual beli.

Maksudnya adalah tidak ada lagi proses hak untuk membatalkan atau melanjutkan jual beli, atau memilih barang yang sama karena masanya telah habis. Demikian juga disebutkan oleh Ibn Mazah al-Ḥanafi, bahwa ada seorang laki-laki yang mengklaim barang dalam masa tenggang tiga hari. Singkatnya, konsumen diperkenankan untuk membatalkan barang yang sudah dibeli dan memilih barang baru dengan jenis yang sama.

D. Konsekuensi *Khiyar Ta'yin* Terhadap Para Pihak Dalam Transaksi Jual Beli

Semua bentuk akad atau kontrak perjanjian secara hukum memiliki konsekuensi yang mengikat antara kedua pihak. 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.

Wahbah Al-Zuhaili menyebutkan, dalam konsisi tersebut pemilik hak (konsumen) *khiyar ta'yin* wajib menentukan barang dagangan yang akan diambil pada akhir masa *khiyar* yang telah ditentukandan membayar harganya.⁵⁴

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*

⁵⁴ Wahbah Al-Zuhaili Fiqh...,hlm.254.

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. 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.

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.

E. Jual Beli *Online*

1. Definisi Jual Beli *Online*

Transaksi jual beli *online* merupakan salah satu produk dari internet yang merupakan sebuah jaringan komputer yang saling terhubung antara satu dengan yang lain melalui media komunikasi, seperti kabel telepon, serat optik, satelit, atau gelombang frekuensi. Jual beli *online* sendiri adalah kegiatan komunikasi komersial bisnis dan manajemennya yang dilaksanakan menggunakan metode – metode elektronik.⁵⁵

⁵⁵ Oni Sahroni, Hasanuddin, *Fikih Muamalah Dinamika Teori dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm.30

Jual beli *Online* ialah: “akad yang disepakati dengan menentukan ciri-ciri tertentu dengan membayar harganya terlebih dahulu sedangkan barangnya diserahkan kemudian”.⁵⁶ Secara *fiqhiyyah* jual beli *online* dikenal dengan jual beli *salam*, jual beli *salam* adalah salah satu bentuk jual beli di mana uang, harga barang di bayarkan secara tunai, sedangkan barang yang dibeli belum ada, hanya sifat – sifat, jenis, dan ukurannya sudah disebutkan pada saat perjanjian / akad dibuat.⁵⁷

Berdasarkan Definisi di atas dapat disimpulkan bahwa jual beli *online* adalah jual beli yang terjadi di media elektronik, yang mana transaksi jual beli tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung atau saling menatap muka secara langsung, dengan menentukan ciri-ciri, jenis barang, sedangkan untuk harga nya dibayar terlebih dahulu baru diserahkan barangnya.

2. Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Jual Beli *Online*

Dengan makin berkembangnya tren jual beli *online* saat ini, semakin banyak pula orang yang ingin terjun di dalam bisnis jual beli online tersebut. Namun, di mana ada peluang pasti ada pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab yang ingin memanfaatkan celah ketidaktahuan para pelaku jual beli online. Oleh sebab itu, para pelaku jual beli *online* dituntut untuk mengetahui lebih dalam mengenai proses, resiko serta keamanan dari sebuah transaksi online. Di sisi lain, saat ini jenis transaksi online juga semakin beragam mulai dari jenis konvensional di mana pembeli dan penjual harus bertatap muka dalam melakukan proses transaksi hingga yang menggunakan proses transaksi otomatis tanpa harus bertatap muka”.⁵⁸

⁵⁶ W.A. Urnomo, *Konsumen dan Transaksi E-Commerce*, (Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, 2000), hlm .4

⁵⁷ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Amzah, 2013), hlm.243

⁵⁸ Mulyatno, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen E-Commerce dalam Transaksi Jual Beli di Indonesia*, Studi Analisis Hukum Positif dan Hukum Islam (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2006), hlm. 68

Di Indonesia, perlindungan hak-hak konsumen dan pelaku usaha telah diatur di dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Tetapi UUPK 1999 itu hanya mengatur hak dan kewajiban konsumen yang masih terbatas pada perdagangan yang dilakukan secara konvensional. Sedangkan mengenai hak dan kewajiban konsumen dalam transaksi *online* belum secara tegas diatur dalam undang-undang tersebut. Pakar internet Indonesia, Budi Raharjo menilai bahwa Indonesia memiliki potensi dan prospek untuk pengembangan jual beli *online*. Namun, kendala yang dihadapi dalam pengembangan ini antara lain keterbatasan infra struktur, belum adanya undang-undang khusus yang mengatur transaksi *online*, masih kurangnya jaminan terhadap keamanan transaksi, dan kurangnya sumber daya manusia yang bisa diupayakan secara bersamaan dengan pengembangan pranata jual beli *online*. Terkait dengan aspek hukum yang berlaku dalam transaksi *online* terutama dalam upaya untuk melindungi konsumen, Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik setidaknya mengatur tentang ketentuan-ketentuan yang mengakomodasi tentang perdagangan elektronik yang merupakan salah satu ornamen dalam bisnis. Maka, secara otomatis perjanjian-perjanjian di internet tersebut tunduk pada Undang Undang ITE dan hukum perjanjian yang berlaku”.⁵⁹

3. **Maslahah dan Mafsadah Jual Beli Online**

Dalam melakukan transaksi jual beli secara *online* banyak terdapat kemudahan yang dirasakan oleh pembeli dalam melakukan transaksi karena pembeli dapat memilih berbagai varian produk tanpa harus datang langsung ke toko, hal ini menjadikan jual beli *online* sangat digemari masyarakat pada saat ini karena lebih fleksibel dan mudah, namun dalam praktiknya masih banyak terdapat kekurangan dan kelebihan dalam jual beli online tersebut yang secara

⁵⁹ <https://lotusbougenville.wordpress.com> (diakses tanggal 12-08-2021)

fiqh dikenal dengan istilah *masalah* dan *mafsadah*, berikut uraian secara rinci *masalah* dan *mafsadah* transaksi jual beli secara *online*.

a. Masalah

- 1) Tidak terikat tempat dan waktu, terutama bagi anda orang yang sibuk sehingga tidak sempat berbelanja di toko secara langsung.
- 2) Banyak pilihan toko *online* yang menyediakan ragam produk yang anda inginkan.
- 3) Menghemat waktu dan tenaga, anda tidak perlu berkeliling mall atau toko, anda cukup meluangkan waktu sebentar dengan membuka internet.
- 4) Anda dapat membandingkan produk dan harga dengan toko *online* lainnya, sehingga lebih banyak pilihan.
- 5) Proses belanja yang mudah, cukup memesan barang, dan pembayaran biasanya dapat melalui internet/*mobile banking* atau ATM dan tinggal menunggu barang dikirim.

b. Mafsadah

- 1) Sering terjadi penipuan barang tidak dikirim setelah dilakukan pembayaran.
- 2) Fisik dan kualitas barang tidak sesuai dengan yang diharapkan, karena kita hanya dapat melihat melalui foto yang ada di *website*.
- 3) Dikenakan biaya transportasi, sehingga ada biaya tambahan.
- 4) Tidak dapat melihat dan mencoba secara barang yang dipesan.
- 5) Butuh waktu agar barang sampai ditempat anda karena proses pengiriman.⁶⁰

⁶⁰ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Mua'malah dari klasik hingga Kontemporer*, (Malang : UIN-Maliki Malang Press,2018),hlm.134

4. Hukum Jual Beli *Online* Menurut *Fiqh Muamalah*

Berdasarkan kaidah *fihiyah*, maka hasil *istinbath* dalam jual beli *online* dihukumi boleh karena terdapat dalil *al-qur'an* bahwa dalam Islam jual beli itu diperbolehkan.

Rasulullah mengisyaratkan bahwa jual beli itu halal selagi atas dasar suka sama suka. Karena jual beli atau berbisnis seperti melalui online memiliki dampak positif karena dianggap praktis, cepat, dan mudah. dan dihukumi haram apabila:

- a. Barang atau jasa yang menjadi obyek transaksi ialah: barang yang diharamkan seperti narkoba, video porno, *online sex*, dan situs-situs yang bisa membawa pengunjung ke dalam perzinahan,
- b. Melanggar perjanjian atau mengandung unsur penipuan, dan pengelabuan sebagaimana Hadits Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Jabir Bin Abdillah;

إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْخَنزِيرِ وَالْأَصْنَامِ . فَقِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ ،
 أَرَأَيْتَ شُحُومَ الْمَيْتَةِ فَإِنَّهَا يُطْلَى بِهَا السُّفْنُ ، وَيُدْهَنُ بِهَا الْجُلُودُ ، وَيَسْتَبِيحُ بِهَا النَّاسُ
 عِنْدَ ذَلِكَ -صلى الله عليه وسلم - . فَقَالَ « لَا ، هُوَ حَرَامٌ » . ثُمَّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ
 « قَاتَلَ اللَّهُ الْيَهُودَ ، إِنَّ اللَّهَ لَمَّا حَرَّمَ شُحُومَهَا جَمَلُوهُ ثُمَّ بَاعُوهُ فَأَكَلُوا ثَمَنَهُ⁶¹ »

Artinya : “Sesungguhnya, Allah dan Rasul-Nya mengharamkan jual beli *khamar*, bangkai, babi, dan patung.” Ada yang bertanya, “Wahai Rasulullah, apa pendapatmu mengenai jual beli lemak bangkai, mengingat lemak bangkai itu dipakai untuk menambal perahu, meminyaki kulit, dan dijadikan minyak untuk penerangan?” Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Tidak boleh! Jual beli lemak bangkai itu haram.” Kemudian, Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Semoga Allah melaknat Yahudi. Sesungguhnya, tatkala Allah

⁶¹ Al Imam Al Hafizh Ibnu Hajar Al Asqalani, *Fathul Baari Syarah Shahih Al Bukhari*, (Maktabah Darussalam: Riyadh), 1418 H/1997 M. hlm. 126-127

mengharamkan lemak bangkai, mereka mencairkannya lalu menjual minyak dari lemak bangkai tersebut, kemudian mereka memakan hasil penjualannya.” (HR. Bukhari no. 2236 dan Muslim, no. 4132).

Dalam hadits Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah, Rasulullah melarang melakukan penipuan dalam transaksi jual beli;

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- مَرَّ عَلَى صُبْرَةِ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بَدَلًا فَقَالَ « مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ ». قَالَ أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ. قَالَ « أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي ⁶²

Artinya : “Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam pernah melewati setumpuk makanan, lalu beliau memasukkan tangannya ke dalamnya, kemudian tangan beliau menyentuh sesuatu yang basah, maka pun beliau bertanya, “Apa ini wahai pemilik makanan? ”Sang pemiliknya menjawab, “Makanan tersebut terkena air hujan wahai Rasulullah. ”Beliau bersabda, “Mengapa kamu tidak meletakkannya di bagian makanan agar manusia dapat melihatnya? Ketahuilah, barangsiapa menipu maka dia bukan dari golongan kami. ”(HR. Muslim no. 102).

Jual beli *online* dibolehkan menurut *syara'* meskipun dalam transaksinya objek atau barangnya tidak ada di majelis akad, sebagai pengecualian dari persyaratan jual beli yang berkaitan dengan objeknya. Dasar hukum lainnya dibolehkan jual beli *online* adalah firman Allah SWT di dalam surah Al- Baqarah Ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ آجَلٍ مَّسْمُومٍ فَآكْتُبُوهُ

Artinya : “Hai orang – orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya” (Qs. Al – Baqarah (2) : 282).

⁶² Ali bin Umar al-Dar Qutni, *Sunan al-Dar Qutni*, Juz 3, (Bairut: Mu’assasah al-Risalah, 2004), hlm. 383

Dari surah Al-baqarah (2) ayat 282 tersebut dapat dipahami bahwa transaksi dengan cara berutang atau tidak tunai itu dibolehkan. Dalam menafsirkan ayat ini Muhammad Ali As-Says mengatakan:

Menurut kebanyakan ahli tafsir, jual beli itu ada empat macam: (1) jual beli barang dengan barang, (2) jual beli utang dengan utang, jual beli yang kedua ini batal dan dilarang. Kedua macam jual beli ini tidak termasuk ke dalam ayat ini. (3) jual beli barang dengan utang, (4) jual beli utang dengan barang, dan ini yang disebut dengan jual beli online / jual beli salam. Kedua jenis jual beli terakhir termasuk ke dalam ayat ini.⁶³

F. Berakhirnya *Khiyar Ta'yin*

Khiyar ta'yin berakhir bisa secara *sharahah* (tegas), *dilalah* (eksplisit), atau secara hukum, misalnya seseorang mengatakan, “Aku terima barang yang ini dan bukan yang lainnya,” atau ia melakukan *tasharruf* yang menunjukkan bahwa ia memilih barang tersebut, atau salah satu barang rusak atau hilang ditangan pembeli setelah ia menerima barang tersebut maka barang yang rusak atau hilang itu yang langsung menjadi barang yang dijual dan ia mesti mengganti. Sementara barang yang lain menjadi amanah di tangannya yang mesti ia kembalikan kepada pemiliknya (penjual).⁶⁴

Selain itu *khiyar ta'yin* dipandang telah batal bila pembeli telah menemukan pilihan secara jelas barang tertentu yang dibeli, atau konsumen telah memperlakukan barang-barang yang diperjualbelikan dengan cara menunjukkan bahwa ia telah memilih dan menentukannya. Jika konsumen meninggal dunia sebelum habis masa *khiyar*, hak *khiyar* itu dilanjutkan oleh ahli warisnya sebab dalam hak *khiyar ta'yin* dapat diwariskan.

⁶³ Muhammad Ali As-Syas, *Tafsir Ayat Al- Ahkam*, Juz 1, Fakultas Syariah,t.t., hlm.174.

⁶⁴ Wahbah az- Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*, jilid 4., hlm. 556.

BAB TIGA

TESTIMONI DAN KOMENTAR *USER* PADA *MARKETPLACE SHOPEE* DALAM PERSPEKTIF *KHIYAR TA'YIN*

A. Profil *Marketplace* Shopee

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.⁶⁶

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.⁶⁷

Di samping itu, Shopee juga menawarkan fitur dan layanan pengisian paket data, pulsa, dan uang elektronik, juga berbagai macam pelayanan terbaru

⁶⁵ <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Shopee> diakses pada tanggal 12 September 2021

⁶⁶ <https://shopee.co.id> diakses pada tanggal 17 September 2021

⁶⁷ <https://shopee.co.id> diakses pada tanggal 17 September 2021

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 didukung Shopee antara lain J&T Express, Standar Express, JNE Reguler, SiCepat Express, Ninja Xpress, Indopaketa, 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 *millennial* 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.⁶⁸

Beberapa keuntungan yang diberikan oleh situs Shopee terhadap konsumen atau pembeli ialah sebagai berikut:⁶⁹

⁶⁸ <https://shopee.co.id> diakses pada tanggal 17 September 2021

⁶⁹ <http://shopee.co.id> diakses pada tanggal 29 Juli 2021

1. Memberikan kemudahan bagi pembeli karena situs Shopee menyediakan fitur pemberitahuan melalui lacak pesanan, di mana pembeli dapat mempergunakannya agar mengetahui lokasi produk yang sedang dikirimkan, sehingga memudahkan pembeli untuk memonitor dan mengecek secara berkala barang atau produk yang dibeli diterima oleh pembeli dengan aman.
2. Shopee juga Menyediakan fitur *live chat* untuk pembeli agar memudahkan dalam hal berinteraksi dengan penjual terkait transaksi dan negosiasi dengan mudah dan cepat, serta memberikan kesempatan bagi pembeli untuk dapat menawar harga terkait produk atau barang yang akan dibeli.
3. Memberi kemudahan kepada pembeli agar dapat memilih spesifikasi warna, corak atau motif, ukuran, hingga rasa, jadi pembeli tidak perlu merasa khawatir terkait barang atau produk yang diterima nantinya.
4. Shopee juga Menyediakan fitur koin Shopee yang merupakan mata uang virtual yang diperoleh dari berbagai macam cara mulai dari transaksi pembelian diaplikasi Shopee maupun di-*merchant* Shopee dan pembelian produk dengan promo tertentu melalui sistem *voucher cashback*, nantinya koin Shopee tersebut dapat digunakan untuk mendapatkan potongan harga saat berbelanja di *merchant* Shopee.
5. Shopee juga Memberikan beberapa tawaran dan promo menarik seperti sistem garansi Shopee yang merupakan suatu perlindungan dari Shopee untuk para pembeli dengan cara menahan dana pembeli hingga pembeli dapat menginformasikan bahwa produk atau barang sudah diterima dalam kondisi yang baik.⁷⁰ Promo lainnya yang diberikan oleh Shopee

⁷⁰ <http://help.shopee.co.id/s/article/Garansi-Shopee> diakses pada tanggal 8 November 2020.

kepada seluruh pembeli ialah *flash sale* yakni promo menarik dari Shopee yang diadakan pada waktu-waktu tertentu setiap harinya.

6. Shopee juga Memiliki layanan gratis ongkos kirim ke seluruh Indonesia pada waktu tertentu.
7. Serta Memiliki metode pembayaran yang didukung oleh Shopee di antaranya kartu kredit yakni pembayaran dengan kartu yang diproses melalui saluran pembayaran pihak ketiga dan jenis kartu kredit yang diterima oleh saluran pembayaran ini mungkin bervariasi tergantung tempat konsumen berada. Kemudian, *Cash On Delivery* (COD) yaitu pembeli dapat membayar tunai secara langsung kepada agen pengiriman setelah menerima barang yang dibeli. Selanjutnya, metode pembayaran melalui transfer bank, di mana pembeli dapat melakukan pembayaran melalui Anjungan Tunai Mandiri (ATM) atau transfer bank via internet ke rekening garansi Shopee. Serta metode pembayaran yang terakhir ialah *Shopee pay* (fitur layanan uang elektronik yang dapat digunakan sebagai metode pembayaran *online di-platform* Shopee, *offline di-merchant* ShopeePay dan untuk menampung pengembalian dana).

Dengan kemudahan-kemudahan pelayanan yang diberikan oleh situs Shopee di atas, maka tak heran minat masyarakat Indonesia semakin tinggi untuk bertransaksi terhadap aplikasi perbelanjaan tersebut. Sehingga dengan tingginya angka transaksi, Shopee menyediakan ruang publik dalam bentuk fitur penilaian produk seperti ulasan testimoni dan komentar sehingga konsumen dapat membagikan pengalamannya di kolom penilaian produk tersebut dan calon konsumen dapat menggunakan ulasan tersebut sebagai referensi sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian.

B. Testimoni dan Komentar Sebagai Referensi Bagi Konsumen Dalam Pembelian Produk Elektronik Pada Marketplace Shopee

Testimonial atau yang lebih dikenal dengan testimoni merupakan catatan ataupun ungkapan pembeli atau konsumen mengenai produk / jasa serta pelayanan yang dilakukan oleh toko *online* yang disediakan di halaman *website* ataupun media sosial. Jika dilihat dari makna kata, maka testimoni memiliki beberapa makna yaitu, bentuk pengakuan atas sebuah fakta (kesaksian), bentuk karena adanya kekaguman (*tribute*), dan bentuk rekomendasi ataupun referensi dari seseorang kepada orang lain terhadap produk ataupun jasa.⁷¹ Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa testimoni merupakan pesan atau pernyataan pembeli terkait pengalamannya dalam melakukan transaksi jual beli pada *marketplace* Shopee.

Dalam konteks jual beli *online*, komentar merupakan tanggapan singkat konsumen sebelumnya terhadap barang ataupun produk yang sudah mereka beli. Komentar konsumen pada *marketplace* Shopee secara umum terbagi kedalam dua bentuk yaitu komentar positif dan komentar negatif, komentar positif biasanya diberikan konsumen apabila produk yang mereka beli sesuai dengan ekspektasi mereka, sedangkan komentar negatif diberikan konsumen apabila produk yang mereka beli tidak sesuai ekspektasi ataupun keinginan mereka.⁷²

Situs Shopee banyak digunakan oleh konsumen dalam melakukan transaksi jual beli *online* hal tersebut dikarenakan konsumen lebih dimudahkan untuk mencari produk yang sesuai kebutuhan mereka tanpa harus keluar rumah disamping lebih menghemat waktu, produk yang diperjualbelikan pada *marketplace* Shopee lebih murah dari toko konvensional pada umumnya.⁷³

⁷¹ Dian, Feni, "Pengaruh Testimoni dalam Periklanan", *Manajerial*, Vol. 15 No. 1 (2016), hlm.106 – 107

⁷² Hasil wawancara dengan Aidil Azhar, seorang konsumen Shopee pada pembelian produk *smartphone*, Kuta Alam, Pada 15 September 2021.

⁷³ Hasil wawancara dengan Reka Swandi, seorang konsumen Shopee pada pembelian produk bor tukang, Darussalam, pada 13 September 2021

Peningkatan pengguna dan transaksi pada *marketplace* Shopee juga dibarengi dengan penyediaan layanan yang memadai selain dari segi keamanan yang dijamin oleh Shopee, Shopee juga memfasilitasi calon konsumen untuk menilai produk yang ingin mereka beli melalui kolom penilaian produk. Pada kolom penilaian produk tersebut pihak Shopee mengklasifikasikan kepada beberapa item penilaian diantaranya penilaian komentar, dan penilaian dalam bentuk foto / video (testimoni).⁷⁴

Dalam praktiknya penggunaan testimoni dan komentar sebagai referensi dalam pembelian produk elektronik pada Shopee marak digunakan oleh calon konsumen, hal tersebut dikarenakan calon konsumen dapat menilai secara mandiri produk sejenis yang ingin mereka beli dari ulasan testimoni dan komentar, sehingga calon konsumen dapat melihat kesesuaian antara konten yang dibubuhkan oleh penjual dengan testimoni dan komentar konsumen sebelumnya.⁷⁵

Berdasarkan data yang peneliti peroleh, konsumen pada *marketplace* Shopee selain menggunakan testimoni dan komentar untuk menilai kualitas produk yang dijual pada toko *online* tersebut, keberadaan testimoni dan komentar juga digunakan untuk menilai toko tersebut apakah toko tersebut dapat dipercaya atau tidak, konsumen dapat menilai hal tersebut dengan mencocokkan ulasan produk dalam bentuk testimoni dan komentar dengan keterangan berupa deskripsi produk yang disediakan oleh penjual.⁷⁶

Selain konsumen dapat menilai secara mandiri toko pada *marketplace* Shopee, penyedia *platform* juga telah mengklasifikasikan jenis penjual menjadi tiga jenis yaitu *seller* biasa, *star seller*, dan *Shopee mall*, hal tersebut dapat memudahkan konsumen untuk membeli produk dengan kualitas dan spesifikasi

⁷⁴ Hasil wawancara dengan Aqil, seorang konsumen Shopee pada pembelian produk *earphone*, Rukoh, pada 3 September 2021

⁷⁵ Hasil wawancara dengan Ulil Azmi, seorang konsumen Shopee pada pembelian produk *power bank*, Via- Shopee, pada 17 September 2021

⁷⁶ Hasil wawancara dengan Ben Tahmat, seorang konsumen Shopee pada pembelian produk kipas angin, Via - Shopee, pada 16 September 2021

yang mereka inginkan, bahkan konsumen dapat memilih jenis penjual pada layanan *filter* yang telah disediakan pihak *marketplace* Shopee.⁷⁷

Konsumen pada *marketplace* Shopee tidak menggunakan testimoni dan komentar sebagai referensi utama, namun ada beberapa referensi lainnya yang harus diperhatikan dalam melakukan pembelian produk elektronik seperti *rating* (penilaian terstandarisasi dari Shopee), jenis toko, dan jumlah pembeli yang sudah membeli barang tersebut.⁷⁸

Dari hasil wawancara dengan seorang konsumen Shopee bernama Reza yang melakukan pembelian produk elektronik jenis *smartphone* mengungkapkan bahwasanya dia yakin dalam menggunakan testimoni dan komentar sebagai referensi dikarenakan sangat banyak (ratusan bahkan ribuan) testimoni dan komentar positif pada toko yang menjadi pilihan konsumen tersebut, dari pengakuan konsumen tersebut testimoni dan komentar yang jumlahnya ribuan bahkan ratusan sangat sulit dipalsukan, dan itu dibuktikan dengan produk yang sampai kepada tangan konsumen tersebut sesuai dengan ekspektasi nya.⁷⁹

Namun lain halnya pada konsumen bernama Azman yang melakukan pembelian produk elektronik jenis *headset bluetooth* dari hasil wawancara yang peneliti lakukan Azman mengungkapkan bahwa tidak mempercayai 100% ulasan testimoni dan komentar sebagai referensi dalam melakukan pembelian produk elektronik miliknya, sebelum melakukan pembelian *headset bluetooth* Azman terlebih dahulu mencari referensi lain seperti pada youtube dan media lainnya sehingga menambah keyakinannya untuk membeli produk tersebut. Azman mengungkapkan tertarik membeli produk *headset bluetooth* tersebut karena ada jaminan 100% ori dari pihak *marketplace* Shopee selain adanya jaminan produk

⁷⁷ Hasil wawancara dengan M. Hafizhi, seorang konsumen Shopee pada pembelian produk *keyboard* laptop, Tungkob, pada 10 September 2021

⁷⁸ Hasil wawancara dengan Haikal, seorang konsumen Shopee pada pembelian produk *rice cooker*, Via – Google Form, pada 10 September 2021

⁷⁹ Hasil wawancara dengan Reza Ilhamdi, seorang konsumen Shopee pada pembelian produk *smartphone*, Via-Shopee, pada 3 September 2021

asli dari Shopee, Shopee juga memberikan garansi barang dan garansi kerusakan yang diberikan langsung oleh pihak Shopee.⁸⁰

Kejadian tersebut juga dilakukan oleh konsumen bernama Fahmi yang melakukan pembelian produk elektronik jenis charger laptop, dalam melakukan pembelian produk tersebut Fahmi tidak menggunakan testimoni dan komentar sebagai referensi *primer*, namun menggunakan saran teman yang merupakan konsumen sebelumnya yang membeli produk tersebut sehingga dia yakin untuk membeli produk tersebut karena sudah melihat fisik produk secara langsung pada teman yang telah membeli produk charger laptop tersebut, dari keterangan yang Fahmi berikan kepada peneliti selain saran teman dia juga melihat ulasan testimoni dan komentar konsumen sebelumnya untuk menambah keyakinan terhadap kualitas dan spesifikasi produk tersebut, selain saran teman, testimoni dan komentar, hal lain yang menjadi referensi Fahmi adalah jumlah pembeli dan harga menurutnya untuk produk elektronik pada marketplace Shopee kualitas produk sesuai dengan harga, dan hal tersebut dibuktikan ketika barang sampai ke tangan konsumen, konsumen sangat merasa puas dengan produk yang dibeli dan semua fitur berfungsi sebagaimana mestinya.⁸¹

Namun lain halnya dengan konsumen bernama Cici yang melakukan pembelian produk elektronik LCD *smartphone*, pada saat melakukan pembelian Cici menggunakan testimoni dan komentar untuk referensi dengan melihat ulasan-ulasan dan beragam foto produk sejenis yang telah sampai pada tangan konsumen sehingga membuat konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut, selain testimoni dan komentar, hal lain yang menambah keyakinan konsumen adalah jumlah pembeli dan konsumen telah menghubungi langsung penjual melalui fitur *chat penjual* yang telah disediakan di marketplace Shopee. Namun ketika produk LCD sampai di tangan konsumen, produk tersebut tidak berfungsi

⁸⁰ Hasil wawancara dengan Azman Sayuti, seorang konsumen Shopee pada pembelian produk *hedset bluetooth*, Via – Google Form, pada 3 September 2021

⁸¹ Hasil wawancara dengan Fahmi Makraja, seorang konsumen Shopee pada pembelian produk charger laptop, Limpok, pada 3 September 2021

sama sekali, sehingga membuat konsumen sangat kecewa karena mengalami kerugian finansial karena telah tertipu, ditambah konsumen saat itu sangat butuh terhadap produk tersebut.⁸²

Hal tersebut juga terjadi pada konsumen bernama Lena, Lena merupakan konsumen Shopee pada pembelian produk elektronik jenis *Airpods*, pada saat sebelum melakukan transaksi Lena hanya menggunakan testimoni dan komentar sebagai referensi utama, hal tersebut dikarenakan sangat banyak ulasan positif pada kolom penilaian produk sehingga membuat Lena yakin dengan ulasan tersebut tanpa mencari referensi lainnya, namun ketika barang tersebut sampai ke tangan konsumen, konsumen mendapati kecacatan fisik sehingga konsumen merasa sangat kecewa.⁸³

Kecacatan fisik pada produk yang dibeli oleh konsumen tidak semuanya berasal dari kesalahan penjual seperti pengakuan seorang konsumen bernama Khansa, Khansa merupakan konsumen pembelian produk elektronik jenis kipas angin, menurut pengakuannya konsumen mendapati ada beberapa bagian dari produk kipas angin tersebut yang patah sehingga produk tersebut tidak dapat berfungsi normal, hal tersebut diakibatkan oleh kurir ekspedisi yang kurang berhati-hati dalam melakukan pengemasan dan pengantaran sehingga konsumen merasa kecewa karena produk tersebut tidak berfungsi dengan normal.⁸⁴

Konsumen dalam melakukan transaksi pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee tidak menggunakan testimoni dan komentar sebagai referensi utama, namun konsumen mempunyai cara tersendiri untuk mendapatkan produk yang spesifikasi dan kualitasnya sesuai dengan keinginan mereka yaitu dengan melihat label penjual, konsumen saat ini sering menggunakan jenis penjual *star seller* ataupun *Shopee mall* untuk mendapatkan produk berkualitas

⁸² Hasil wawancara dengan Cici Tasyah, seorang konsumen Shopee pada pembelian produk *LCD Smartphone*, Via-Google Form, pada 16 September 2021

⁸³ Hasil wawancara dengan Nida Ramadha Lena, seorang konsumen Shopee pada pembelian produk *Airpods*, Via-Google Form, pada 25 September 2021

⁸⁴ Hasil wawancara dengan Khansa, seorang konsumen Shopee pada pembelian produk *Kipas Angin*, Via-Google Form, pada 26 September 2021

karena produk yang dijual pada toko tersebut sudah di *filter* dan tersandarisasi oleh pihak Shopee dengan syarat dan ketentuan yang ditentukan oleh pihak Shopee, selain jenis penjual hal lainnya yang menjadi referensi konsumen adalah jumlah pembeli yang telah membeli produk tersebut hal tersebut memberikan indikasi bahwasanya produk tersebut digemari oleh konsumen karena kesesuaian antara konten, harga, dan kualitas.⁸⁵

Hal selanjutnya yang menjadi referensi konsumen adalah *rating toko* atau penilaian tersandarisasi dari Shopee terhadap toko pada Shopee, menurut pernyataan seorang konsumen bernama Ulya pada pembelian produk elektronik jenis *power bank*, *rating toko* merupakan hal yang sangat menentukan untuk membeli produk elektronik dengan kualitas standar yang artinya sesuai dengan harga yang ditawarkan oleh penjual, atau bisa dikatakan dapat menjadi referensi standar bagi calon konsumen untuk membeli produk elektronik pada Shopee, dari hasil wawancara yang peneliti lakukan Ulya mengatakan hal yang harus diperhatikan adalah dengan melihat tingkatan *rating*, jika *rating toko* dibawah 4 maka calon konsumen wajib berhati – hati dalam membeli suatu produk di toko tersebut, namun lebih baik memilih toko dengan *rating 5* atau paling minimal dengan *rating 4,5* agar konsumen bisa terhindar dari penipuan ataupun kelainan fungsi pada produk yang ingin dibeli.⁸⁶

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan konsumen lebih sering menggunakan jenis toko sebagai referensi, jenis toko yang sering konsumen jadikan referensi adalah toko dengan label *star seller* dan *Shopee mall* untuk membeli produk elektronik, hal tersebut dikarenakan pihak Shopee menerapkan syarat dan ketentuan yang cukup ketat untuk penjual dapat memperoleh label tersebut sehingga membuat konsumen yakin terhadap kualitas produk yang dijual pada toko tersebut, adapun hal lainnya seperti harga, *rating*, jumlah pembeli,

⁸⁵ Hasil wawancara dengan Maudhatul Hasanah, seorang konsumen Shopee pada pembelian produk *mouse laptop*, Via - Shopee, pada 3 September 2021

⁸⁶ Hasil wawancara dengan Ulya Rizqina, seorang konsumen Shopee pada pembelian produk *power bank*, Via-Shopee, pada 16 September 2021

testimoni dan komentar merupakan referensi pelengkap untuk menambah keyakinan konsumen dalam memutuskan pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee.

C. Penjelasan Kualitas dan Spesifikasi Produk Elektronik Dalam Bentuk Ulasan Testimoni dan Komentar

Dari sekian banyak produk yang beredar pada pemasaran produk elektronik yang ada di Indonesia sangat berpengaruh pada *brand* dan kualitas dari produk elektronik yang dipasarkan tersebut, termasuk juga pada *platform* jual beli *online* seperti *marketplace* Shopee yang mencoba menawarkan produk – produk elektronik berkualitas dan harga yang lebih murah daripada pasar konvensional secara umum, sehingga dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat. Shopee sebagai salah satu *platform* digital yang bergerak dibidang bisnis merupakan salah satu aplikasi jual beli *online* yang sangat sering digunakan oleh masyarakat saat ini, hal tersebut dikarenakan Shopee memberikan pelayanan dan beragam fitur terbaik sehingga konsumen merasa nyaman dan aman saat melakukan transaksi pada aplikasi tersebut.

Salah satu bentuk pelayanan Shopee kepada konsumen agar transaksi aman dari penipuan adalah dengan memberikan kolom penilaian yang tersedia di setiap produk yang dijual pada toko online Shopee, kolom penilaian tersebut terdiri dari testimoni dan komentar konsumen yang telah melakukan transaksi pembelian produk sejenis, namun pada praktiknya kehadiran kolom penilaian berupa ulasan testimoni dan komentar masih belum maksimal, karena masih banyak ditemukan produk dengan kualitas kurang bagus atau kualitas biasa, bahkan tidak jarang didapati produk elektronik yang tidak berfungsi sama sekali, namun hal ini tidak dijelaskan secara detail oleh pemberi ulasan testimoni dan komentar tersebut sehingga menyebabkan kebingungan tersendiri bagi calon konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara yang saya lakukan dengan seorang pemberi ulasan testimoni dan komentar pada Shopee yang bernama Fikri, berdasarkan pengakuannya Fikri pernah melakukan pembelian produk elektronik jenis kipas angin di toko @co_id pada *marketplace* Shopee dan saat setelah pembelian Fikri memberi ulasan dalam bentuk testimoni, komentar, dan *rating* yang bertujuan agar konsumen lain dapat mengetahui fungsi dari kipas angin tersebut, namun fikri tidak menjelaskan detail terkait produk tersebut dia hanya memberikan kesaksian bahwa semua fungsi pada produk kipas angin tersebut berfungsi sebagaimana mestinya.⁸⁷

Fikri menambahkan bahwasanya penjelasan terkait kualitas dan spesifikasi produk telah dijelaskan secara detail pada deskripsi produk yang ditulis oleh penjual sehingga konsumen bisa mencocokkan kebenaran isi deskripsi penjual dengan isi testimoni dan komentar konsumen sebelumnya. Berikut merupakan penjelasan spesifikasi dan kualitas produk kipas angin di toko @co_id pada *marketplace* Shopee ;

Tabel 3.1 : Penjelasan Spesifikasi dan Kualitas Produk Kipas Angin

Spesifikasi	Garansi	Tipe	Fitur	Tipe
	1 Bulan	AC Fan	Kecepatan dapat diatur	Kipas meja
Kualitas	Daya	Ukuran	Dimensi	Voltase
	28 Watt	25 Cm	25 cm x 30 cm x 30 cm	220 V / AC. 50 Hz

Sumber : Toko @co_id pada Shopee 2021.

Dari tabel diatas dapat kita lihat penjelasan penjual dalam bentuk deskripsi produk pada *marketplace* Shopee, penjelasan spesifikasi mencakup garansi, tipe produk elektronik, fitur, dan tipe kipas angin, sedangkan penjelasan terkait kualitas mencakup daya, ukuran, dimensi, dan voltase, dari hasil pengamatan yang peneliti lakukan terdapat banyak ulasan positif terhadap produk kipas angin tersebut dan banyak yang memberikan ulasan bahwa produk tersebut

⁸⁷ Hasil wawancara dengan Fikri seorang pemberi ulasan testimoni dan komentar di Shopee pada toko @co_id, Via-Shopee, pada 18 September 2021

kualitasnya bagus dan semua fitur berfungsi sebagaimana mestinya. Hal tersebut diakui oleh Fikri selaku konsumen yang membeli produk kipas angin tersebut, pada saat pemakaian tidak terdapat kecacatan fisik dan fungsi.⁸⁸

Pemberi ulasan testimoni dan komentar selanjutnya yang peneliti wawancarai adalah Azaril, yang merupakan konsumen pembelian produk elektronik jenis *powerbank* di toko @remaxindonesia pada *marketplace* Shopee, dari hasil wawancara yang peneliti lakukan Azaril mengungkapkan dia memberikan ulasan testimoni dan komentar pada saat barang tersebut sampai dan dalam testimoni tersebut tidak dijelaskan terkait spesifikasi dan kualitas secara detail, Azaril hanya memberikan testimoni terkait waktu pengiriman yang cepat dan pengemasan yang bagus sehingga fisik dari produk yang dibeli masih terjaga dengan bagus tanpa ada lecet, selain ulasan dalam bentuk testimoni dan komentar Azaril juga memberikan penilaian produk berupa *rating* terhadap produk tersebut, *rating* yang diberikan adalah bintang empat, hal tersebut diberikan atas dasar produk tersebut bagus secara fisik dan paket yang sampai ke tangan konsumen dengan tepat waktu.⁸⁹

Pada praktiknya ulasan testimoni dan komentar tidak dapat dijadikan dasar bagi calon konsumen untuk menilai kualitas produk karena ulasan berupa testimoni dan komentar sangat banyak sekali pada kolom penilaian produk yang item penilaiannya bersifat relatif tergantung ekspektasi konsumen terhadap produk yang telah dibeli, item ulasan terkait kualitas produk hanya di dapati dalam bentuk komentar singkat yang menyatakan bahwa produk tersebut bagus namun sangat jarang di dapati ulasan yang mendetail terkait kualitas produk tersebut, selama ini konsumen mendapatkan informasi terkait kualitas produk pada deskripsi produk yang disediakan oleh toko seperti yang diungkapkan oleh fikri pemberi testimoni dan komentar sebelumnya, dari hasil pengamatan yang

⁸⁸ Hasil wawancara dengan Fikri seorang pemberi ulasan testimoni dan komentar di Shopee pada toko @co_id, Via-Shopee, pada 18 September 2021

⁸⁹ Hasil wawancara dengan Azaril seorang pemberi ulasan testimoni dan komentar di Shopee pada toko @remaxindonesia, Via-Shopee, pada 18 September 2021

peneliti lakukan pada toko @remaxindonesia peneliti menemukan penjelasan kualitas dan spesifikasi produk pada deskripsi produk di toko tersebut, berikut peneliti sajikan dalam bentuk tabel;

Tabel 3.2 : **Penjelasan Spesifikasi Produk *Powerbank***

Spesifikasi	Keterangan
Model	RPP-195
Warna	Hitam/Putih/Pink/Biru
Kapasitas	20.000 mAh
Inti Baterai	Li-Polimer
Masukan	Tipe-C/microUSB:DC5V/2A(maks), masukan total: 2A (maks)
Keluaran	USB1/2:DC5V-2.1A (maks)
Dimensi	147 x 70 x 28 mm
Berat	408g

Sumber : Toko @remaxindonesia pada Shopee 2021.

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwasanya penjelasan spesifikasi produk pada toko di *marketplace* Shopee disebutkan secara detail hanya saja pada toko @remaxindonesia tidak menjelaskan terkait kualitas tetapi toko tersebut memberikan deskripsi tambahan terkait kelebihan dan kekurangan produk tersebut sehingga hal tersebut dapat menjadi pertimbangan calon konsumen untuk membeli produk tersebut. Dari hasil pengamatan yang peneliti lakukan peneliti juga menemukan bahwasanya pemberian *rating* pada kolom penilaian produk tersebut tembus pada angka 4,5, angka *rating* diperoleh dari keseluruhan ulasan pada kolom penilaian produk *powerbank* tersebut, hal tersebut mengindikasikan bahwasanya produk tersebut sesuai dengan deskripsi produk yang diberikan oleh penjual.

Konsumen pemberi ulasan selanjutnya yang peneliti wawancarai adalah Khalil, yang merupakan konsumen pada pembelian alat cukur elektrik yang sering memberikan ulasan dalam bentuk komentar namun menurut pengakuannya dirinya memberikan ulasan pada saat barang tersebut sampai, hal tersebut

dilakukan karena tuntutan pihak toko agar membuat video *unboxing* sebagai bukti bahwa produk tersebut memang mengalami kecacatan secara fisik.⁹⁰

Namun lain halnya dengan konsumen bernama Ron, yang merupakan konsumen Shopee pada pembelian produk elektronik jenis termos listrik menurut keterangan yang diberikan kepada peneliti dia memberikan ulasan dalam bentuk testimoni dan komentar ketika produk tersebut telah dicoba baik itu fungsi maupun fisik sehingga konsumen dapat mengetahui bagaimana kualitas produk tersebut apakah bagus atau tidak.⁹¹

Dari beberapa hasil wawancara yang peneliti lakukan peneliti banyak menemukan motif berbeda dari setiap pemberi ulasan dalam bentuk testimoni dan komentar, seperti pada konsumen bernama Rahmad, yang merupakan konsumen pada pembelian produk timbangan digital, sebelumnya dia juga sering melakukan transaksi pada Shopee, selain melakukan transaksi juga pernah memberikan ulasan testimoni dan komentar alasan konsumen meberikan ulasan tersebut adalah karena gabut atau karena iseng – iseng, hal tersebut justru membuat isi ulasan tersebut diragukan keabsahannya dan dapat berdampak negatif pada konsumen lainnya.⁹²

Testimoni dan komentar pada *marketplace* Shopee yang diberikan oleh konsumen tidak sepenuhnya diberikan atas dasar kebenaran yang sebenarnya salah satu konsumen yang merupakan pemberi ulasan testimoni mengungkapkan dirinya memberikan ulasan testimoni tersebut atas dasar kesal dan kecewa terhadap produk yang sudah dia beli sehingga dia tidak ingin dirugikan seorang diri dia bermaksud memberikan keterangan palsu dengan membagikan

⁹⁰ Hasil wawancara dengan Khalil seorang pemberi ulasan testimoni dan komentar di Shopee pada pembelian produk cukur elektrik , Via-Shopee, pada 26 September 2021

⁹¹ Hasil wawancara dengan Ron seorang pemberi ulasan testimoni dan komentar di Shopee pada pembelian produk termos listrik, Via-Google Form, pada 25 September 2021

⁹² Hasil wawancara dengan Rahmad seorang pemberi ulasan testimoni dan komentar di Shopee pada pembelian produk timbangan digital , Via- Google Form pada 25 September 2021

pengalaman bagus sehingga calon konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut.⁹³

Hal serupa juga diakui oleh Riska pemberi ulasan testimoni dan komentar pada pembelian catok rambut dia tertarik memberikan testimoni dan komentar agar bisa mendapatkan koin Shopee yang koin tersebut dapat digunakan pada saat melakukan transaksi pada Shopee.⁹⁴ Sebenarnya pihak penyedia *platfrom* memberikan apresiasi terhadap konsumen yang telah berani memberikan keterangan dan berbagi pengalamannya bertransaksi kepada konsumen lain sehingga hal tersebut dapat menjadi referensi atau pengalaman calon konsumen kedepan, namun hal tersebut disalahgunakan oleh konsumen demi kepentingan individu.

Selain Riska konsumen lainnya yang meberikan ulasan testimoni dan komentar dengan tujuan mendapat koin Shopee adalah Putri, Putri merupakan konsumen pada pembelian produk elektronik jenis *speaker bluetooth* dari pengakuannya dia memberikan ulasan dalam bentuk testimoni dan komentar hanya untuk mendapatkan koin Shopee.⁹⁵

Akibat dari pemberian ulasan testimoni dan komentar yang tidak sesuai dengan kenyataan bisa berakibat kepada kerugian finansial konsumen lainnya hal tersebut dialami oleh seorang konsumen bernama Alimuna pada pembelian produk laptop *second* pada *marketplace* Shopee, dirinya tertarik membeli produk tersebut dikarenakan ulasan testimoni tersebut positif secara keseluruhan dan menunjukkan kesamaan ulasan, sehingga dirinya percaya dengan ulasan tersebut dan pada saat produk tersebut sampai, banyak fitur yang tidak berfungsi seperti *keyboard* dan *touchpad* yang sering macet, sehingga dirinya merasa dirugikan

⁹³ Hasil wawancara dengan Muzammil seorang pemberi ulasan testimoni dan komentar di Shopee pada pembelian produk jam digital, Via-Shopee, pada 18 September 2021

⁹⁴ Hasil wawancara dengan Riska seorang pemberi ulasan testimoni dan komentar di Shopee pada pembelian produk catok rambut, Via-Shopee, pada 18 September 2021

⁹⁵ Hasil wawancara dengan Putri seorang pemberi ulasan testimoni dan komentar di Shopee pada pembelian produk *speaker bluetooth*, Via-Google Form, pada 25 September 2021

secara finansial dan batin karena dia sangat butuh akan produk tersebut tetapi apa yang di inginkan tidak sesuai dengan harapan.⁹⁶

Pada dasarnya konsumen pada *marketplace* Shopee tidak seluruhnya memberikan ulasan dalam bentuk ulasan testimoni dan komentar akan tetapi konsumen juga memberikan ulasan dalam bentuk *rating* atau bintang, hal tersebut sering dilakukan oleh Intan, Intan merupakan konsumen pada pembelian produk elektronik jenis pompa air digital, menurut keterangan yang diberikan Intan hanya memberikan ulasan dalam bentuk *rating* hal tersebut lebih memudahkan secara keseluruhan barang yang sudah dibeli baik dari segi pelayanan, kualitas, dan fungsi produk.⁹⁷

Selain *rating* penilaian produk lain yang sering diberikan konsumen adalah komentar yang telah disediakan oleh pihak Shopee, sehingga konsumen tinggal memilih komentar mana yang ingin diberikan, fitur ini sangat memudahkan pemberi ulasan karena pemberi ulasan bisa memberikan penilaian tanpa harus mengetik dan kemudahan lainnya adalah konsumen dapat memilih lebih dari satu jenis ulasan yang disediakan oleh pihak Shopee.⁹⁸

Secara umum belum terdapat penjelasan yang spesifik dan mendetail terkait produk yang dijual pada ulasan testimoni dan komentar, ulasan dalam bentuk testimoni ataupun komentar hanya menjelaskan dari segi fungsi baik dalam bentuk foto, video, atau tulisan dan komentar singkat yang disediakan oleh pihak *platform*, namun informasi terkait spesifikasi dan kualitas produk dapat dilihat pada deskripsi produk pada toko yang menjual produk tersebut dan calon konsumen dapat menjadikan testimoni sebagai pedoman untuk melihat kesesuaian antara deskripsi produk dan produk yang telah sampai pada tangan konsumen. Sehingga eksistensi testimoni dan komentar sebagai referensi pada *marketplace*

⁹⁶ Hasil wawancara dengan Alimuna seorang konsumen pembelian laptop *second* pada *marketplace* Shopee, Lampriet, pada 19 September 2021

⁹⁷ Hasil wawancara dengan Intan seorang pemberi ulasan testimoni dan komentar di Shopee pada pembelian produk pompa air digital, Via-Google Form, pada 25 September 2021

⁹⁸ Hasil wawancara dengan Agung seorang pemberi ulasan testimoni dan komentar di Shopee pada pembelian produk *port usb*, Via-Google Form, pada 25 September 2021

Shopee perlu di kaji secara teori *fiqh muamalah* dalam penerapannya sehingga adanya perbandingan antara teori dan praktik.

D. Tinjauan Konsep *Khiyar Ta'yin* Terhadap Testimoni Dan Komentar Sebagai Referensi Calon Konsumen Dalam Transaksi Pembelian Produk Elektronik Pada *Marketplace* Shopee

Di 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 disini 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 :⁹⁹

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 Flashgip Store, dan toko lain sebagainya yang menjual produk elektronik pada *marketplace* Shopee.

⁹⁹ Abdul Rahman Ghazaly, dkk., *Fiqh...*, hlm. 104

Sumber hukum yang sesuai dengan pembahasan yang telah dijelaskan diatas adalah hadits berikut, hadits ini membahas tentang konsep *khiyar ta'yin*:

عَنِ ابْنِ عُمَرَ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ قَالَ: إِذَا تَبَاعَعَ الرَّجُلَانِ فِكُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا وَكَانَا جَمِيعًا أَوْ يُخَيَّرُ أَحَدُهُمَا الْآخَرَ فَإِنْ خَيَّرَ أَحَدُهُمَا الْآخَرَ فَتَبَايَعَا عَلَى ذَلِكَ فَقَدْ وَجَبَ الْبَيْعُ وَإِنْ تَفَرَّقَا بَعْدَ أَنْ تَبَايَعَا وَلَمْ يَتْرُكْ وَاحِدٌ مِنْهُمَا الْبَيْعَ فَقَدْ وَجَبَ الْبَيْعُ¹⁰⁰

Artinya :“Dari Ibnu Umar ra. dari Rasulullah saw, bahwa beliau bersabda, “Apabila ada dua orang melakukan transaksi jual beli, maka masing-masing dari mereka (mempunyai) hak *khiyar*, selama mereka belum berpisah dan mereka masih berkumpul atau salah satu pihak memberikan hak *khiyar*-nya kepada pihak yang lain. Namun jika salah satu pihak memberikan hak *khiyar* kepada yang lain lalu terjadi jual beli, maka jadilah jual beli itu, dan jika mereka telah berpisah sesudah terjadi jual beli itu, sedang salah seorang di antara mereka tidak (meninggalkan) jual belinya, maka jual beli telah terjadi (juga).”

Dalam hadits di atas menjelaskan bahwa 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

¹⁰⁰ Al Imam Al Hafizh Ibnu Hajar Al Asqalani, *Fathul Baari Syarah Shahih Al Bukhari*, (Maktabah Darussalam: Riyadh), 1418 H/1997 M. hlm. 126-127

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.¹⁰¹ 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

¹⁰¹ Hasil wawancara dengan Cici Tasyah, seorang konsumen Shopee pada pembelian produk *LCD Smartphone*, Via-Google Form, pada 16 September 2021

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-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 disini 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 (hari pengiriman) + 7 (perkiraan waktu pengiriman) + 2 (waktu konfirmasi pembeli) = 12 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.¹⁰²

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 keridahaan 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

¹⁰² <https://shopee.co.id> diakses pada tanggal 20 September 2021

produk pada Shopee apabila mendapati hal berikut pada produk yang telah dibeli oleh konsumen :¹⁰³

1. Apabila pada produk elektronik terdapat kesalahan (ukuran, warna, atau beda produk).
2. Apabila konsumen menerima produk yang rusak (fungsi).
3. Apabila konsumen menerima produk yang rusak (fisik).
4. Apabila menerima produk yang kurang (jumlah atau kelengkapan).¹⁰⁴

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.

E. Analisis

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

¹⁰³ <https://shopee.co.id> diakses pada tanggal 20 September 2021

¹⁰⁴ <https://shopee.co.id> diakses pada tanggal 25 September 2021

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 deksripsi 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 produk nya.

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 elektornik tanpa menggunakan referensi tambahan.

BAB EMPAT

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang di uraikan dalam landasan teori dan hasil penelitian lapangan yang dipadukan kemudian di analisis, maka penulis dapat simpulkan “ Implementasi *khiyar ta'yin* pada transaksi pembelian produk elektronik secara *online* dalam prespektif Hukum Islam (studi tentang testimoni dan komentar *user* pada *marketplace* Shopee)”, sebagai berikut :

1. Konsumen dalam melakukan transaksi pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee tidak menggunakan testimoni sebagai referensi primer, tetapi konsumen menggunakan testimoni dan komentar sebagai referensi skunder untuk menguatkan referensi primer yang mereka peroleh, adapun referensi primer yang menjadi acuan konsumen untuk menilai produk yang berkualitas adalah jenis toko pada Shopee yang terdiri dari *star seller*, dan *Shopee Mall*, referensi selanjutnya adalah jumlah pembeli yang telah membeli produk tersebut, harga produk, jaminan garansi 100% original dari pihak Shopee, dan referensi yang diperoleh dari media lainnya ataupun saran teman, adapun penggunaan testimoni dan komentar digunakan konsumen untuk menilai kebenaran dari isi deskripsi produk yang di cantumkan oleh penjual apakah isi deskripsi tersebut benar atau tidak.
2. Penjelasan tentang kualitas dan spesifikasi produk elektronik pada *marketplace* Shopee terdapat beberapa macam ada produk dengan kualitas original, Kw 1, dan Kw 2. Tetapi konsumen tidak mengetahui secara pasti mana produk yang berkualitas original, Kw 1 ataupun Kw 2, untuk menentukan menentukan pilihan itu dibutuhkan bantuan pakar menurut konsep *khiyar ta'yin*, pada masa kontemporer saat ini informasi terkait suatu produk elektronik tidak mesti harus di dapat dari pakar yang ahli di bidang

produk tersebut akan tetapi informasi produk tersebut bisa juga diperoleh calon konsumen dari pengalaman konsumen sebelumnya yang pada Shopee dikenal dengan fitur penilaian produk dalam bentuk testimoni dan komentar, eksistensi testimoni dan komentar pada Shopee tidak memuat informasi produk elektronik secara spesifik dan mendetail terkait kualitas dan spesifikasi produk, konsumen lebih banyak memberikan komentar dan testimoni terkait fungsi produk, estimasi pengiriman, dan pengemasan, sedangkan untuk kualitas konsumen hanya memberikan komentar bahwa *kualitas produk tersebut bagus* atau *kualitas produk sesuai deskripsi*, namun konsumen dapat melihat penjelasan terkait dengan spesifikasi dan kualitas produk pada deskripsi produk yang disediakan oleh penjual yang di tulis secara mendetail sehingga calon konsumen dapat menggunakan testimoni dan komentar sebagai rujukan yang mengarahkan bahwa isi dari deskripsi produk tersebut benar.

3. 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.

B. Saran

Adapun saran – saran terhadap penelitian yang sudah peneliti lakukan adalah sebagai berikut :

1. Pihak *marketplace* Shopee penting untuk melakukan pembaharuan sistem pada fitur penilaian produk khususnya penilaian produk dalam bentuk ulasan testimoni dan komentar karena penilaian produk dalam bentuk testimoni ataupun komentar merupakan pengalaman nyata konsumen sehingga tidak menutup kemungkinan konsumen melakukan pemalsuan keterangan sehingga menyebabkan kerugian pada konsumen lainnya, sehingga kedepan diharapkan pihak *platform* Shopee dapat membuat semacam filter yang dapat mengeluarkan testimoni dan komentar yang berindikasi dapat merugikan konsumen lainnya.
2. Pihak konsumen sebaiknya dalam melakukan transaksi pada *marketplace* Shopee memilih toko yang berjenis *star seller* ataupun *shopee mall* karena jenis toko tersebut sudah melewati standarisasi yang ketat dari pihak *platform* Shopee sehingga kecil kemungkinan produk pada toko tersebut dijual dengan kualitas rendah, selain itu pada jenis toko tersebut pihak Shopee langsung memberikan garansi resmi terkait keaslian produk yang ditanggung langsung oleh Shopee. Selain jenis toko hal lain yang harus diperhatikan sebelum melakukan transaksi adalah harga, kualitas produk dengan kualitas yang bagus pasti dijual dengan harga yang normal, jika konsumen mendapati produk dengan kualitas bagus dengan harga yang murah maka konsumen patut mencurigai produk tersebut, selain itu konsumen juga harus melihat referensi pada media lainnya, atau saran teman dan melihat testimoni dan

komentar untuk melakukan perbandingan antara deskripsi dengan pengalaman konsumen sebelumnya.

3. Pihak pemberi ulasan testimoni dan komentar sebaiknya memberikan keterangan yang sesuai dengan fakta dan spesifikasi produk elektronik yang di jual, tanpa harus melakukan penipuan dengan memalsukan keterangan, karena hal tersebut dapat merugikan konsumen lainnya dan hal tersebut dilarang oleh *syara*'.



DAFTAR PUSTAKA

Media Cetak

- Abdur Rahman Ghazaly,dkk, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2010)
- Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Prespektif Kewenangan Peradilan Agama*,(Jakarta : Kencana,2012
- Ahmad Rafiq, *Hukum Islam di Indonesia*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1997)
- Achmad W. Munawwir dan M. Fairuz, *Kamus al-Munawwir*, (Surabaya: Pustaka Progressif, 2007).
- Abdurrahman al-Jaziri, al-Fiqh ‘ala al-Mazahib al-Arba’ah, (terj: Nabhani Idris), Jilid 3, Cet. 2, (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2017.
- Abdur Rahman Ghazaly,dkk, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2010).
- Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Prespektif Kewenangan Peradilan Agama*,(Jakarta : Kencana,2012
- Ahmad Rafiq, *Hukum Islam di Indonesia*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1997)
- Ade Manan Suherman, *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002).
- Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Mua'malah dari klasik hingga Kontemporer*, (Malang : UIN-Maliki Malang Press,2018).
- Bogong Suyanto, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta : Kencana, 2005)
- Devi Mawarni, “ *Konsep Khyiar Dalam Jual Beli Salam Pada Masa Modern Menurut Perspektif Hukum Islam*”. Skripsi, (Banda Aceh : Fakultas Syariah, IAIN Ar-Raniry, 2011).
- Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Total Media, 2009),hlm. 136.

- Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Selemba Humanika, 2012)
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009)
- Hayatun Nuri, *“Implementasi Khiyar Ta’yin Pada Transaksi Jual Beli Produk Amway Dalam Prespektif Hukum Islam”*. Skripsi, (Banda Aceh : Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Ar-Raniry, 2018).
- Ibn Rusyd, *Bidāyah al-Mujtahid wa Nihāyah al-Muqtaṣid*, (terj: Fuad Syaifudin Nur), Jilid 2, (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2016).
- Lexy L . Moeloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, cet. Ke-XIV, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001)
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah (Fiqh Muamalah)*, (Jakarta: Kencana, 2013)
- Mardani, *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*, (Bandung: Reflika Aditama, 2011)
- Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan Abu Daud*, Juz II
- Moh Kasiram, *Metodelogi Penelitian*, (Malang: UIN Malang Press, 2008)
- Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005)
- Milda Novtari Isda, *“Implementasi Khiyar Ta’yin Pada Transaksi Jual Beli Aksesoris HP Di Kecamatan Syiah Kuala”*. Skripsi, (Banda Aceh : Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Ar-Raniry, 2017).
- Mulyatno, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen E-Commerce dalam Transaksi Jual Beli di Indonesia*, Studi Analisis Hukum Positif dan Hukum Islam (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2006).
- Rifqan Hadi, *“Implementasi Khiyâr Ta’yîn Dalam Transaksi Sparepart Mobil di Jl. Twk Daod Syah Peunayong Dalam Perspektif Hukum Islam”*. Skripsi, (Banda Aceh : Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Ar-Raniry, 2019)
- Rachmi Shafarni, *“ Implementasi Khiyar Dalam Jual Beli Barang Secara Online (suatu penelitian terhadap para reseller di banda aceh)”*. Skripsi, (Banda Aceh : Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Ar-Raniry, 2018).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010)

Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Rosdakarya, 2006)

Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adillatuhu*, jilid 5

Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, jilid 4, (terj. Abdul Hayyie Al-Kattani, Dkk), (Jakarta: Gema Insani, 2011).

W.A. Urnomo, *Konsumen dan Transaksi E-Commerce*, (Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, 2000).

Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika 2010)

Media Online

Accurate, *Testimoni adalah*, Diakses pada tanggal 23 April 2021 dari situs: https://accurate.id/marketing-manajemen/testimoni-adalah/#Testimoni_Aadalah.

Faith-io.biz, *Pengertian Implementasi*, Diakses pada tanggal 15 mei 2021 dari situs: <https://fatih-oi.biz/pengertian-implementasi.html>.

Gurupendidikan, *Pengertian Produk – Konsep, Tingkat, Campuran, Klasifikasi, Ciri, Contoh, Para Ahli*, Diakses pada tanggal 24 april 2020 dari situs: <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-produk>.

KBBI, *Pengertian Elektronik*, Diakses pada tanggal 24 april 2021 dari situs: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/elektronik>

KBBI, *Pengertian Transaksi*, Diakses pada tanggal 23 april 2021 dari situs: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/transaksi>

KBBI, *Pengertian Prespektif*, Diakses pada tanggal 23 april 2021 dari situs: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/perspektif>

KBBI, *Pengertian komentar*, Diakses pada tanggal 24 april 2021 dari situs: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/komentar>

Lampiran 2 : SK Penetapan Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. SyekhAbdurRaufKopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7557442 Email :fsh@ar-raniry.ac.id

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: 2955/Un.08/FSH/PP.00.9/7/2021

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan KKU Skripsi pada Fakultas Syariah dan Hukum, maka dipandang perlu menunjukkan pembimbing KKU Skripsi tersebut;
b. Bahwa yang namanya dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai pembimbing KKU Skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 04 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri IAIN Ar-Raniry Banda Aceh Menjadi Universitas Islam Negeri;
7. Keputusan Menteri Agama 492 Tahun 2003 tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian PNS Adilungkungan Departemen Agama RI;
8. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2015 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
10. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor 01 Tahun 2015 tentang Pemberi Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur Program Pasca Sarjana dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
Pertama : Menunjuk Saudara (i) :
a. Dr. Armiadi, S.Ag., MA Sebagai Pembimbing I
b. Azmil Umur, M.A. Sebagai Pembimbing II
untuk membimbing KKU Skripsi Mahasiswa (i) :
Nama : Riyan Auliyanda Safrizal
NIM : 180102113
Prodi : HES
Judul : Komentar dan Testimoni User Marketplace Shopee pada Pembelian Produk Elektronik dalam Perspektif *Khayr Ta'win*
- Kedua : Kepada pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2021;
- Keempat : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini.
- Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada tanggal : 05 Juli 2021
D e k a n,

Muhammad Siddiq

- Tembusan :
1. Rektor UIN Ar-Raniry;
 2. Ketua Prodi HES;
 3. Mahasiswa yang bersangkutan;
 4. Arsip.

Lampiran 3 : Pertanyaan Wawancara

Pertanyaan Penelitian Kepada Konsumen Dalam Pembelian Produk Elektronik Pada Marketplace Shopee

1. Apakah anda pernah berbelanja produk elektronik pada marketplace Shopee ?
2. Kenapa anda lebih memilih berbelanja di Shopee daripada toko konvensional ?
3. Jenis produk elektronik apa yang anda beli pada marketplace Shopee ?
4. Bagaimana anda menilai kualitas produk dalam pembelian produk elektronik pada Shopee ?
5. Apakah anda menggunakan testimoni dan komentar sebagai referensi dalam melakukan pembelian produk elektronik pada Shopee ?
6. Apakah anda menggunakan testimoni dan komentar sebagai referensi utama atau ada referensi lain dalam melakukan pembelian produk elektronik pada Shopee ?
7. Bagaimana anda bisa menggunakan testimoni dan komentar sebagai referensi apa yang membuat anda yakin ?
8. Apakah anda pernah mengalami ketidaksesuaian antara isi testimoni atau komentar dengan produk yang sudah anda beli ?
9. Bagaimana anda dapat menjadikan testimoni dan komentar sebagai dasar untuk menilai kualitas produk elektronik pada Shopee ?
10. Bagaimana pemahaman konsumen terhadap isi testimoni dan komentar dalam pembelian produk elektronik pada Shopee ?

Pertanyaan Penelitian Kepada Pemberi Ulasan Testimoni dan Komentar Dalam Pembelian Produk Elektronik Pada Marketplace Shopee

1. Apakah anda pernah memberikan ulasan dalam bentuk testimoni dan komentar ?
2. Seberapa sering anda memberikan ulasan dalam bentuk testimoni dan komentar ?
3. Apa tujuan anda memberikan ulasan dalam bentuk testimoni dan komentar ?
4. Apa saja yang menjadi item perhatian anda terhadap produk yang sudah anda beli dalam memberikan ulasan testimoni dan komentar ?
5. Apakah anda memberikan ulasan saat barang sampai atau setelah pemakaian ?
6. Bagaimana anda menjelaskan terkait kualitas dan spesifikasi produk elektronik yang telah anda beli ?

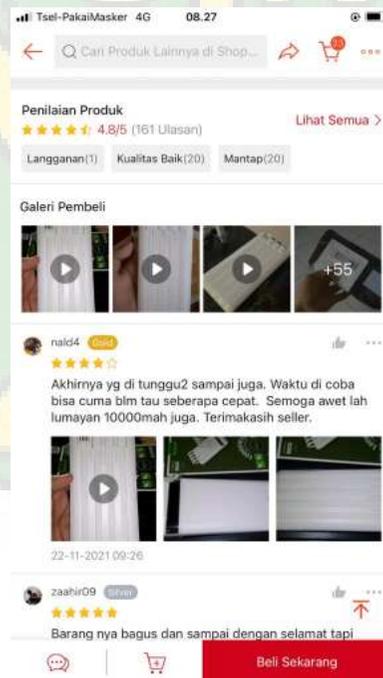
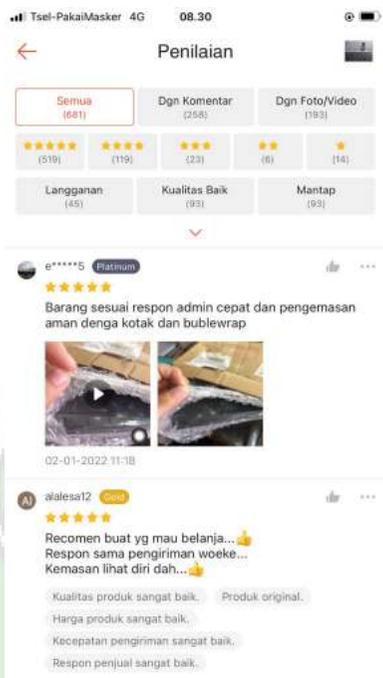
7. Item apa yang sering anda ulas dalam bentuk ulasan testimoni dan koemtar
8. Apakah anda sering menggunakan foto / video dalam mengulas produk elektronik yang sudah anda beli ?



Lampiran 4 : Dokumentasi Penelitian

DOKUMENTASI KEGIATAN PENELITIAN





Email

ulyarizqina30@gmail.com

almuzzammil395@gmail.com

adinda99m@gmail.com

barazi2001@gmail.com

lindsay523@gmail.com

maylankandima@gmail.com

putrileili11@gmail.com

dehanfatahila@icloud.com

