

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pada pembahasan penelitian di bab sebelumnya, maka didapatkan simpulan sebagai berikut.

1. Konstruksi hukum Islam tentang *khiyār* dalam transaksi daring, dimana terdapat 4 (empat) model *khiyār* yang berlaku, yaitu: *Pertama*, *khiyār* karena cacat pada barang, terdiri atas *khiyār aib*, *khiyār wasf* dan *khiyār tadlīs*. *Kedua*, *khiyār* karena kesepakatan pihak akad (penjual dan pembeli) yaitu *khiyār syaraʿ*. Kedua *khiyār* tersebut berlaku dalam transaksi daring dengan menerapkan *return-refund*. *Ketiga*, *khiyār* karena belum menyaksikan barang yaitu *khiyār ruʿyah* dengan menerapkan sistem pembayaran dengan COD (*Cash On Delivery*). Dan, *khiyār majlis* dengan memaknai satu *majlis (ittiḥadul majlis)* adalah satu waktu dimana kedua belah pihak melakukan transaksi.
2. Aspek perlindungan hukum terkait *khiyār* dalam *online shop* terdiri atas: *pertama*, kaidah fihiyyah yaitu (1) *أَلْضَرَرُ يُزَالُ*, dimana kemudharatan dalam jual beli seperti cacat atau adanya sifat yang tidak sesuai dengan kesepakatan harus dihilangkan. (2) *أَلَا صَلُّ فِي الْعَقْدِ رِضَى الْمُتَعَاقِدِينَ وَنَتِجَتُهُ هِيَ مَا* *التَّزَمَاهُ بِالْعَقْدِ*, dimana terdapat kekeliruan atau kesalahan pada obyek akad berarti menghilangkan keridhaan atau kehendak sebgaiian pihak, maka

kaidah ini dapat dijadikan dalil untuk ber- *khiyār* dikarenakan terdapat cacat pada barang yang menyebabkan cacatnya keridhaan pihak pembeli. *Kedua*, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dimana cakupan perlindungan konsumen tersebut salah satunya adalah perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.

B. Saran

Saran-saran yang dapat penulis kemukakan yaitu:

1. Menjadikan di antara 4 (empat) model *khiyār* tersebut sebagai acuan untuk memberlakukan *khiyār* dalam transaksi daring, terutama *online shop* yang menggunakan media sosial sebagai sarana utama dalam bertransaksi. Sebab, tidak adanya pengendali (pihak ketiga) terhadap transaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli melalui media sosial tersebut.
2. Perlunya meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang berbagai aturan hukum yang mengatur tentang hak-hak bagi penjual dan pembeli dalam bertransaksi secara daring, sehingga rasa keadilan dalam melakukan transaksi tersebut dapat terpenuhi, meskipun rasa keadilan sifatnya relatif.
3. Penelitian ini hanya terfokus pada penelitian pustaka belaka, maka dari itu peneliti selanjutnya dapat meneliti tentang praktik-praktik *khiyār* dalam transaksi daring. Selain itu, penting kiranya diteliti tentang akad-akad apa saja yang bisa dilakukan oleh pembeli dalam memesan suatu barang pada

transaksi daring. Hal ini dapat dikaitkan atas tanggung jawab pada barang, apabila terdapat cacat atau kerusakan di saat pengiriman.