

ABSTRAK

Nuryani. *Khiyār* Dalam Transaksi Daring Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.
Pembimbing: (I) Dr. Syaugi Mubarak Seff, S.Ag, MA. (II) Dr. Budi Rahmat Hakim, S.Ag, M.H.I. Tesis, Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Program Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin, 2018.

Kata Kunci: *Khiyār*, Transaksi Daring dan Hukum Ekonomi Syariah.

Penelitian ini dilatarbelakangi, bahwa sudah tidak asing lagi ketika melakukan transaksi daring pembeli dihadapkan pada ketidaksesuaian atau cacat pada barang yang diterima. Agar pembeli tidak merasa dikecewakan atas barang tersebut, maka dalam transaksi daring diberlakukan *return-refund*. Islam juga telah bersikap preventif atas hal itu, solusi yang diberikan Islam adalah mensyariatkan *khiyār*. Namun, *khiyār* dengan segala macamnya yang berlaku dalam transaksi biasa (konvensional) akan berbeda jika diberlakukan dalam transaksi daring. Sebab, dalam transaksi daring meniadakan para pihak (penjual dan pembeli) dalam satu tempat dan barang hanya ditawarkan melalui foto dilengkapi dengan deskripsi dan harga. Dengan kata lain, hanya *khiyār* tertentu saja yang berlaku dalam transaksi daring. Meskipun *khiyār* berlaku dalam transaksi daring, istilah *khiyār* bahkan tidak begitu familiar di kalangan pebisnis atau masyarakat muslim. Di samping itu, bagi pembeli sebagai pihak yang berada pada posisi rawan untuk dirugikan ketika bertransaksi secara daring, maka Islam memberikan perlindungan dalam setiap transaksinya. Namun, perlindungan hukum tersebut sebagai sandaran bagi mereka yang berstatus muslim. Sementara, masyarakat Indonesia dikenal dengan keragaman agama, maka perlu perlindungan hukum yang bersifat universal. Sehingga semua kalangan masyarakat Indonesia dapat memperoleh hak yang sama ketika bertransaksi secara daring. Dengan demikian, tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui konstruksi hukum Islam tentang *khiyār* dalam transaksi daring dan aspek perlindungan hukum terkait *khiyār* dalam transaksi daring.

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan hukum baik berupa bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Sumber bahan hukum terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Teknik pengumpulan bahan hukum tersebut dengan cara studi kepustakaan, dan analisis bahan hukum dilakukan secara kualitatif.

Hasil dari penelitian ini, (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 syarat*. *Kedua* *khiyār* tersebut berlaku dalam transaksi daring dengan menerapkan *return-refund*. *Ketiga*, *khiyār* karena belum menyaksikan barang yaitu *khiyār ru'yah* dengan menerapkan sistem pembayaran dengan COD (*Cash On Delivery*). Dan, *khiyār* karena di tempat transaksi yaitu *khiyār majlis* dengan memaknai satu *majlis (ittiḥadul majlis)* adalah satu waktu dimana kedua belah pihak melakukan transaksi. (2) Aspek perlindungan hukum terkait *khiyār* dalam transaksi daring terdiri atas: *pertama*, kaidah fiqhiyyah yaitu *أَلْضَرَرُ يُزَالُ*, dimana kemudharatan dalam jual beli seperti cacat atau adanya sifat yang tidak sesuai dengan kesepakatan harus dihilangkan. *الأَ صُلُّ فِي الْعَقْدِ رِضَى الْمُتَعَاقِدِينَ وَتَنْجِئُهُ هِيَ مَا* *التَّرْمَاهُ بِالتَّعَاقِدِ*, dimana jika terdapat kekeliruan atau kesalahan pada obyek akad berarti menghilangkan keridhaan atau kehendak sebagaimana 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.