

Perlindungan Hak Konsumen dalam Jual Beli Online: Analisis Prinsip Khiyār dalam Fikih Muamalah dan Relevansinya dengan Hukum Indonesia

Achmad Alfian Saputra¹, Nailan Nabila²

^{1,2}Universitas Hasanuddin, Indonesia

Email Correspondence : achmadalfian2404@gmail.com

Kata Kunci :

Khiyār, Perlindungan Konsumen, Jual Beli Online, Fikih Muamalah, E-commerce

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola transaksi dari konvensional menuju jual beli online, yang menghadirkan peluang sekaligus risiko bagi konsumen. Persoalan seperti barang cacat, ketidaksesuaian deskripsi, dan kesulitan pengembalian menunjukkan perlunya perlindungan hukum yang lebih kuat. Dalam fikih muamalah, prinsip khiyār memberikan hak bagi pihak yang bertransaksi untuk melanjutkan atau membatalkan akad berdasarkan kondisi tertentu, antara lain khiyār syarat, khiyār majlis, khiyār aib, dan khiyār ru'yah. Penelitian ini bertujuan menganalisis relevansi prinsip khiyār sebagai dasar perlindungan konsumen dalam jual beli online serta menelaah kesesuaiannya dengan hukum positif Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan dan analisis normatif-komparatif. Sumber data terdiri atas literatur fikih klasik, peraturan perundang-undangan, serta hasil penelitian terdahulu. Hasil analisis menunjukkan bahwa khiyār aib dan khiyār ru'yah sangat relevan dalam konteks e-commerce, karena memberikan dasar bagi hak konsumen untuk retur dan refund. Integrasi antara prinsip khiyār dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 memperkuat perlindungan konsumen baik secara yuridis maupun etis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan khiyār dapat melengkapi hukum positif, meningkatkan kesadaran konsumen, dan mendorong praktik bisnis online yang lebih adil dan transparan.

Keywords :

Khiyār, Consumer Protection, Online Buying and Selling, Muamalah Jurisprudence, E-commerce

Abstract

The development of digital technology has changed transaction patterns from conventional to online buying and selling, which presents both opportunities and risks for consumers. Issues such as defective goods, mismatched descriptions, and difficulties in returns indicate the need for stronger legal protection. In muamalah fiqh, the principle of khiyār gives the transacting parties the right to continue or cancel a contract based on certain conditions, including khiyār kondisi, khiyār majlis, khiyār aib,

and *khiyār ru'yah*. This study aims to analyze the relevance of the principle of *khiyār* as a basis for consumer protection in online buying and selling and examine its compliance with Indonesian positive law. The research method used is descriptive qualitative with a literature study approach and normative-comparative analysis. Data sources consist of classical fiqh literature, laws and regulations, and previous research results. The results of the analysis show that *khiyār aib* and *khiyār ru'yah* are highly relevant in the context of e-commerce, because they provide the basis for consumer rights to return and refund. The integration of the principles of *khiyār* and Law Number 8 of 1999 strengthens consumer protection both legally and ethically. This study concludes that the implementation of *khiyār* can complement positive law, increase consumer awareness, and encourage fairer and more transparent online business practices. Abstract.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY-SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan mendasar dalam pola transaksi masyarakat, dari sistem tatap muka konvensional menuju praktik jual beli online. E-commerce kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan ekonomi modern, menawarkan kemudahan, kecepatan, dan jangkauan pasar yang luas. Namun, di balik peluang tersebut, muncul berbagai persoalan yang menyangkut perlindungan hak konsumen. Kasus produk cacat, ketidaksesuaian spesifikasi barang, misrepresentasi informasi, hingga kesulitan dalam proses pengembalian barang menunjukkan adanya kerentanan konsumen di ruang digital. Kondisi ini menuntut adanya mekanisme perlindungan yang komprehensif, baik dari sisi hukum positif maupun dari nilai-nilai etika transaksi.

Dalam khazanah fikih muamalah, konsep *khiyār* hadir sebagai instrumen perlindungan yang memberikan hak opsional bagi para pihak untuk melanjutkan atau membatalkan akad ketika terjadi keadaan tertentu. Bentuk-bentuk *khiyār* seperti *khiyār syarat*, *khiyār majlis*, *khiyār aib*, dan *khiyār ru'yah* relevan diterapkan dalam konteks jual beli online, khususnya terkait hak konsumen untuk membatalkan transaksi apabila barang yang diterima cacat atau tidak sesuai deskripsi. Kajian-kajian mutakhir menunjukkan adanya titik temu antara prinsip *khiyār* dengan ketentuan hukum positif di Indonesia, terutama Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menekankan hak atas informasi yang benar, hak untuk mendapatkan barang sesuai perjanjian, serta hak untuk melakukan pengembalian.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan mendasar dalam pola transaksi masyarakat modern. Aktivitas ekonomi yang dulunya dilakukan secara tatap muka kini bergeser ke ranah digital melalui praktik jual beli online atau *e-commerce*. Fenomena ini menghadirkan kemudahan, kecepatan, serta jangkauan pasar yang luas bagi konsumen dan pelaku usaha. (Dzuhriyan et al., 2025) menegaskan

bahwa *“advances in information technology have transformed traditional commerce into e-commerce, offering convenience while also introducing various risks, such as fraud, product non-conformity, and breaches of consumer data privacy”*. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital sekaligus menghadirkan tantangan baru dalam perlindungan konsumen.

Meningkatnya penggunaan aplikasi belanja online seperti Shopee dan layanan pesan antar makanan seperti Foodpanda membuktikan bahwa digitalisasi transaksi sudah menjadi bagian integral kehidupan sehari-hari masyarakat. Studi (Ahmad & Haris, 2024) pada aplikasi Foodpanda menyoroti bahwa meskipun platform ini berhasil menyediakan kemudahan pemesanan, namun *“there remains a lack of clarity among customers ... primarily due to limited public understanding of the Islamic concept of khiyar”*. Artinya, meskipun praktik retur dan refund sudah ada, pemahaman konsumen akan hak-haknya, khususnya berbasis pada prinsip syariah, masih terbatas.

Kondisi ini sejalan dengan hasil penelitian mengenai Shopee yang menyebutkan bahwa perlindungan konsumen dilakukan melalui mekanisme pengembalian barang dan pengembalian dana, yang secara prinsip sudah mencerminkan hak khiyār dalam Islam. Menurut (Fadlurrahman & Fikrianihayah, 2022), *“based on Islamic law, consumer protection in Shopee e-commerce transactions is appropriate, because it applies khiyar rights ... khiyar syarat, khiyar disgrace, and khiyar ru’yah”*. Dengan demikian, ada keterhubungan langsung antara mekanisme modern e-commerce dengan prinsip klasik fikih muamalah.

Dalam literatur fikih muamalah, khiyār adalah instrumen penting untuk memastikan keadilan transaksi. (Amirah et al., 2023) menyebutkan bahwa *“Khiyār plays an important role in consumer protection and prevents unfair buying and selling practices”*. Melalui khiyār, konsumen berhak melanjutkan atau membatalkan akad jika barang cacat, tidak sesuai deskripsi, atau menimbulkan kerugian. Konsep ini bukan hanya memberikan ruang pilihan bagi konsumen, tetapi juga menciptakan keseimbangan sehingga penjual tidak dirugikan dan pembeli tidak merasa dizalimi.

Lebih jauh, penelitian (Rasyid, 2020) menegaskan bahwa khiyār merupakan hak yang diakui semua mazhab fiqh, khususnya dalam kasus barang cacat atau deskripsi yang tidak sesuai. Ia menulis, *“Islamic Sharia gives rights to transaction’s cancellation or activation; and this concept is called Khiyār”*. Dengan demikian, khiyār dapat dipahami sebagai mekanisme etika-transaksional yang relevan untuk konteks digital di mana konsumen tidak bisa melihat langsung barang sebelum membeli.

Dalam hukum positif Indonesia, perlindungan konsumen telah diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Namun, penelitian (Anwar et al., 2024) menunjukkan bahwa perlindungan tersebut belum sepenuhnya efektif. Mereka menegaskan, *“Legal protection of consumers in online buying and selling according to Law No. 8 of 1999 is not fully realized, because many consumer rights are violated by online business actors”*. Pelanggaran tersebut mencakup hak atas informasi yang benar, hak memperoleh barang sesuai perjanjian, hingga hak untuk mendapatkan ganti rugi.

Dalam perspektif hukum Islam yang terakomodasi dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), perlindungan konsumen dilakukan melalui pemberian hak khiyār. Perbedaan mencolok antara UUPK dan KHES terletak pada mekanisme penyelesaiannya. Menurut (Anwar et al., 2024) *“in KHES, consumers are given the right to khiyār (cancel or continue the contract) in online buying and selling”*. Artinya, KHES lebih menekankan pada aspek preventif dengan memberikan ruang pembatalan akad, sedangkan UUPK menekankan aspek represif berupa sanksi.

Penelitian lain menunjukkan bahwa khiyār al-tadlīs (opsi membatalkan akad karena penipuan) menjadi sangat relevan untuk melindungi konsumen digital. (Bagheri & Hassan, 2015) menjelaskan bahwa *“Khiyār al-Tadlīs is an Islamic legal feature that ... can establish that his or her agreement to a contract was gained by deceit or wilful misrepresentation of the other party”*. Hal ini selaras dengan praktik e-commerce yang sering menghadirkan misrepresentasi produk dalam bentuk foto atau deskripsi palsu.

Dari sisi tantangan implementasi, penelitian (Dzuhriyan et al., 2025) menemukan adanya masalah rendahnya kesadaran konsumen terhadap hak-haknya serta lemahnya penegakan hukum di Indonesia. Ia menekankan, *“significant challenges persist ... primarily due to low consumer awareness of their rights and weak law enforcement”*, meskipun kerangka regulasi dan prinsip syariah sudah tersedia, efektivitasnya sangat bergantung pada edukasi konsumen dan komitmen penegakan hukum.

Berdasarkan paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa penerapan khiyār dalam transaksi online memiliki relevansi yang kuat untuk memperkuat perlindungan konsumen di era digital. Khiyār menghadirkan pendekatan normatif-etik yang selaras dengan hukum positif Indonesia, khususnya UUPK dan UU ITE. Integrasi antara prinsip khiyār dan regulasi modern bukan hanya akan memperkuat perlindungan konsumen, tetapi juga membangun ekosistem e-commerce yang adil, transparan, dan berlandaskan nilai-nilai keadilan ekonomi Islam.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap konsep *khiyār* dalam fikih muamalah dan relevansinya dengan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online. Metode ini dipilih karena sesuai untuk menggali makna, prinsip, serta hubungan normatif antar konsep hukum Islam dan hukum positif di Indonesia.

Pendekatan yang digunakan adalah studi kepustakaan (*library research*) dengan analisis normatif-komparatif. Studi kepustakaan dilakukan dengan menelaah berbagai sumber literatur, baik klasik maupun kontemporer, untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai prinsip *khiyār* serta kerangka hukum perlindungan konsumen. Analisis normatif digunakan untuk menelaah teks hukum Islam dan peraturan perundang-undangan, sementara pendekatan komparatif digunakan untuk menemukan titik temu dan perbedaan antara kedua sistem hukum tersebut.

Sumber data penelitian terbagi menjadi dua. Sumber primer meliputi Al-Qur'an, hadis, kitab-kitab fikih muamalah, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang

Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta regulasi terkait e-commerce di Indonesia. Sumber sekunder terdiri atas hasil penelitian terdahulu, artikel jurnal nasional dan internasional, buku, serta laporan akademik yang relevan dengan topik ini. Dalam proses pengumpulan data, referensi yang digunakan dipilih berdasarkan tingkat relevansi, kredibilitas, dan kemutakhiran.

Teknik analisis dilakukan secara deskriptif-analitis dengan cara mendeskripsikan prinsip *khiyār* dan regulasi perlindungan konsumen, kemudian menganalisis hubungan keduanya untuk menemukan kesesuaian maupun perbedaan. Selanjutnya digunakan analisis komparatif guna mengidentifikasi potensi integrasi antara hukum Islam dan hukum nasional dalam konteks perlindungan konsumen di transaksi digital. Analisis dilakukan dengan menafsirkan teks normatif, membandingkan hasil penelitian terdahulu, serta menyusun sintesis yang relevan dengan konteks jual beli online di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Prinsip *Khiyār* dalam Fikih Muamalah

Dalam hukum Islam, *khiyār* merupakan prinsip yang memberikan hak opsional bagi pihak yang berakad untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi berdasarkan kondisi tertentu. Tujuan utamanya adalah menjaga keadilan, mencegah kerugian, dan melindungi pihak yang lemah dari praktik yang merugikan. Bentuk *khiyār* yang dikenal antara lain *khiyār syarat*, yaitu hak untuk membatalkan akad dengan syarat tertentu; *khiyār majlis*, yang berlaku selama para pihak masih berada dalam majelis akad; *khiyār aib*, yang muncul bila terdapat cacat pada objek transaksi; serta *khiyār ru'yah*, yang diberikan apabila pembeli belum sempat melihat barang secara langsung saat akad berlangsung. Penelitian-penelitian mutakhir menegaskan bahwa *khiyār aib* dan *khiyār ru'yah* paling relevan dalam konteks jual beli online, karena barang sering tidak sesuai dengan deskripsi atau mengalami cacat setelah diterima (Sri Rejeki, 2022).

Dalam literatur klasik, bentuk *khiyār* beragam sesuai dengan kondisi transaksi. *Khiyār syarat* memungkinkan para pihak membatalkan akad dengan persyaratan tertentu yang telah disepakati sejak awal, sehingga memberikan fleksibilitas dalam kontrak. *Khiyār majlis* berlaku selama para pihak masih berada dalam satu majelis akad, yang secara simbolik menggambarkan adanya ruang refleksi sebelum akad menjadi mengikat. Sementara itu, *khiyār aib* memberikan hak kepada pembeli untuk membatalkan transaksi bila ditemukan cacat atau kerusakan pada barang, dan *khiyār ru'yah* muncul ketika pembeli belum melihat barang secara langsung saat akad berlangsung. Keempat bentuk ini menunjukkan perhatian syariah terhadap potensi kerugian dan penyesalan pasca transaksi.

Dalam konteks kontemporer, khususnya e-commerce, dua bentuk *khiyār* dianggap sangat relevan, yaitu *khiyār aib* dan *khiyār ru'yah*. Hal ini karena transaksi digital biasanya hanya menampilkan foto dan deskripsi produk, sehingga konsumen sering menghadapi risiko barang cacat atau tidak sesuai ekspektasi. (Fauziah &

Fathimah, 2020) menegaskan bahwa *“when the goods have been received and there is a defect in the goods, it may be cancelled or continued”*. Pernyataan ini menunjukkan bahwa prinsip khiyār aib dapat langsung diterapkan dalam kasus barang yang diterima tidak sesuai spesifikasi.

Penelitian kontemporer juga menekankan bahwa khiyār ru’yah penting dalam transaksi daring karena pembeli tidak memiliki kesempatan memeriksa barang sebelum akad. Menurut penelitian tentang Shopee, hak khiyār ru’yah dan khiyār aib menjadi mekanisme perlindungan yang diakomodasi dalam kebijakan retur dan refund. Disebutkan bahwa *“based on Islamic law, consumer protection in Shopee e-commerce transactions is appropriate, because it applies khiyar rights ... khiyar requirements, khiyar disgrace, and khiyar ru’yah”*. Hal ini memperlihatkan titik temu antara praktik bisnis modern dan nilai-nilai syariah.

Selain sebagai mekanisme perlindungan konsumen, khiyār juga memiliki fungsi sosial-ekonomi yang lebih luas. (Amirah et al., 2023) menjelaskan bahwa *“with Khiyār, economic justice can be realized by giving individuals the opportunity to make the best decision for themselves in order to achieve benefits and prevent regrets in the future”*. Artinya, khiyār tidak hanya melindungi konsumen dalam transaksi individu, tetapi juga berkontribusi pada terciptanya ekosistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa khiyār sebagai prinsip fikih muamalah tetap relevan dalam menghadapi tantangan e-commerce modern. Khiyār aib dan khiyār ru’yah secara khusus dapat dijadikan dasar normatif untuk melindungi konsumen dari risiko barang cacat dan misrepresentasi produk. Penerapan prinsip ini, bila dipadukan dengan regulasi positif seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen, akan memperkuat perlindungan hukum sekaligus memperkuat nilai etis dalam transaksi digital.

Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli Online Menurut Hukum Indonesia

Perlindungan konsumen di Indonesia berlandaskan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Regulasi ini menjamin hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam penggunaan barang maupun jasa, termasuk hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur. Dalam praktik *e-commerce*, hak-hak tersebut diwujudkan melalui mekanisme retur, garansi, dan resolusi sengketa yang ditawarkan oleh *marketplace*. Namun, penelitian menunjukkan masih terdapat kelemahan, seperti rendahnya kesadaran konsumen terhadap hak-haknya dan tidak konsistennya penerapan kebijakan perlindungan oleh platform online (Anwar et al., 2024).

Namun, berbagai penelitian menunjukkan bahwa perlindungan ini belum berjalan secara optimal. (Anwar et al., 2024) menegaskan bahwa *“legal protection of consumers in online buying and selling according to Law No. 8 of 1999 is not fully realized, because many consumer rights are violated by online business actors”*. Hal serupa ditegaskan oleh Ahmad (Dzuhriyan et al., 2025) yang menemukan bahwa *“significant challenges persist ... primarily due to low consumer awareness of their rights and weak law enforcement”*.

Dua temuan ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara norma hukum yang ideal dan implementasi di lapangan, khususnya pada transaksi digital.

Kelemahan tersebut tampak dalam praktik sehari-hari, misalnya keterlambatan atau penolakan pengembalian dana, kurangnya transparansi dalam deskripsi produk, serta syarat dan ketentuan retur yang rumit. Selain itu, tidak semua konsumen memahami secara jelas hak-hak yang dijamin oleh UUPK sehingga banyak yang memilih untuk pasrah ketika mengalami kerugian. Inkonsistensi penerapan kebijakan perlindungan oleh platform online juga memperburuk keadaan, karena kepastian hukum yang seharusnya dijamin justru menjadi lemah.

Akibatnya, meskipun kerangka hukum positif telah tersedia, efektivitas perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* belum dapat dikatakan optimal. Kondisi ini menuntut adanya penguatan, baik melalui penegakan hukum yang lebih tegas, peningkatan literasi konsumen, maupun integrasi dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti konsep *khiyār*, yang menekankan kejujuran, keadilan, dan perlindungan terhadap pihak yang lemah.

Integrasi *Khiyār* dengan Hukum Nasional

Kajian literatur menunjukkan adanya titik temu yang signifikan antara prinsip *khiyār* dan hukum positif di Indonesia. Hak konsumen untuk mengembalikan barang atau meminta ganti rugi memiliki kesesuaian dengan *khiyār aib* dan *khiyār ru'yah*. Hak atas informasi yang benar selaras dengan semangat *khiyār syarat* dan *khiyār majlis* yang menekankan keterbukaan dalam akad. Dengan demikian, integrasi kedua kerangka hukum ini dapat memperkuat perlindungan konsumen, tidak hanya pada dimensi yuridis tetapi juga pada aspek moral dan etis. Meski demikian, tantangan masih ada, antara lain kurangnya regulasi khusus mengenai *e-commerce* dan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap hak-hak berbasis syariah dalam transaksi online (Masrofah, 2022).

Selain itu, hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam UUPK, memiliki kesesuaian dengan semangat *khiyār syarat* dan *khiyār majlis*. Dalam *khiyār syarat*, akad bisa dibatalkan jika syarat-syarat tertentu yang dijanjikan tidak terpenuhi. Sedangkan *khiyār majlis* menekankan pentingnya keterbukaan dan persetujuan penuh dalam proses akad, yang sejalan dengan prinsip transparansi dalam hukum positif. Seperti ditegaskan oleh penelitian (Hafid et al., 2024), penerapan *khiyār* dalam *e-commerce* diperbolehkan selama memenuhi rukun dan syarat jual beli, antara lain kejujuran, keadilan, serta tidak adanya unsur penipuan.

Integrasi kedua kerangka hukum ini—hukum positif Indonesia dan prinsip *khiyār* dalam fikih muamalah—akan memperkuat perlindungan konsumen tidak hanya pada dimensi yuridis tetapi juga pada aspek moral dan etis. UUPK menyediakan instrumen sanksi administratif maupun pidana, sedangkan *khiyār* menghadirkan basis etik-transaksional yang menekankan keadilan, kerelaan, dan perlindungan pihak lemah. Dengan sinergi tersebut, transaksi digital dapat berlangsung lebih adil, transparan, dan berkelanjutan.

Meski demikian, tantangan implementasi masih cukup besar. Pertama, regulasi khusus mengenai *e-commerce* di Indonesia masih belum komprehensif, sehingga perlindungan konsumen bergantung pada interpretasi UUPK yang dibuat sebelum era digital berkembang pesat. Kedua, kesadaran masyarakat terhadap hak-hak berbasis syariah dalam transaksi online masih rendah. (Masrofah, 2022) menyoroti pentingnya edukasi konsumen agar memahami hak-haknya dalam transaksi digital, sementara (Hafid et al., 2024) menegaskan bahwa lemahnya pemahaman ini dapat mengurangi efektivitas penerapan khiyār dalam praktik sehari-hari

Implikasi Teoretis dan Praktis

Secara teoretis, penelitian ini mempertegas relevansi *khiyār* sebagai konsep fikih yang dapat diadaptasi untuk menjawab tantangan transaksi digital modern. Integrasi antara hukum Islam dan hukum nasional menawarkan kerangka perlindungan yang lebih holistik, berlandaskan keadilan dan kemaslahatan. Secara praktis, penelitian ini memiliki implikasi bagi berbagai pihak. Bagi konsumen, *khiyār* dapat menjadi dasar untuk menuntut hak retur dan refund secara lebih meyakinkan. Bagi marketplace, penerapan prinsip *khiyār* dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Sementara bagi regulator, hasil penelitian ini menunjukkan perlunya memperkuat regulasi khusus *e-commerce* serta meningkatkan edukasi konsumen agar lebih sadar akan hak-haknya. Dengan demikian, penerapan prinsip *khiyār* bersama hukum positif dapat menciptakan sistem perlindungan konsumen yang lebih adil, transparan, dan adaptif terhadap era digital.

Integrasi antara hukum Islam dan hukum nasional menawarkan kerangka perlindungan yang lebih holistik, berlandaskan asas keadilan (*al-'adl*) dan kemaslahatan (*al-maslahah*). UUPK memberikan dimensi yuridis berupa hak, kewajiban, dan sanksi, sedangkan khiyār memperkaya aspek moral dan etis dalam transaksi. (Hafid et al., 2024) menekankan bahwa prinsip hukum ekonomi syariah, termasuk khiyār, dapat menciptakan ekosistem transaksi online yang lebih adil, aman, dan berkelanjutan karena mengedepankan kejujuran dan transparansi. Dengan demikian, kombinasi keduanya tidak hanya menutup celah hukum positif, tetapi juga membangun kepercayaan dalam hubungan konsumen-pelaku usaha.

Secara praktis, penelitian ini memiliki implikasi bagi berbagai pihak. Bagi konsumen, khiyār dapat menjadi dasar normatif untuk menuntut hak retur dan refund secara lebih meyakinkan, baik melalui mekanisme marketplace maupun jalur hukum formal. Hal ini sejalan dengan penelitian (Fadlurrahman & Fikrianihayah, 2022) yang menyatakan bahwa "*consumer protection in Shopee e-commerce transactions is appropriate, because it applies khiyar rights ... khiyar disgrace and khiyar ru'yah*". Artinya, khiyār sudah mulai tercermin dalam praktik marketplace, meskipun masih perlu diperkuat dalam aspek regulasi dan edukasi konsumen.

Bagi marketplace, penerapan prinsip khiyār tidak hanya berfungsi sebagai kewajiban hukum, tetapi juga strategi bisnis. Dengan memberikan hak pembatalan transaksi yang adil dan transparan, platform dapat meningkatkan kepercayaan serta

loyalitas konsumen. Penelitian (Dzuhriyan et al., 2025) menyebutkan bahwa penerapan perlindungan berbasis prinsip syariah dapat “*increase consumer trust and encourage business actors to be ethically responsible*”. Hal ini menunjukkan bahwa khiyār memiliki implikasi praktis yang strategis dalam membangun reputasi marketplace.

Bagi regulator, hasil penelitian ini menunjukkan urgensi untuk memperkuat regulasi khusus e-commerce yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Meskipun UUPK dan UU ITE sudah menjadi payung hukum, keduanya belum secara spesifik mengatur transaksi online secara detail. Oleh karena itu, diperlukan regulasi turunan yang mengakomodasi praktik jual beli digital serta integrasi nilai-nilai syariah yang telah terbukti relevan. Selain itu, edukasi publik sangat penting agar masyarakat lebih sadar akan hak-haknya, sebagaimana ditekankan oleh (Masrofah, 2022) yang menyoroti rendahnya literasi konsumen dalam memahami perlindungan berbasis syariah dalam transaksi online.

Dengan demikian, penerapan prinsip khiyār bersama hukum positif dapat menciptakan sistem perlindungan konsumen yang lebih adil, transparan, dan adaptif terhadap era digital. Sinergi ini diharapkan mampu menjawab problematika perlindungan konsumen yang selama ini masih belum optimal, sekaligus menegaskan peran fikih muamalah sebagai solusi bagi dinamika ekonomi kontemporer.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip *khiyār* dalam fikih muamalah memiliki relevansi yang kuat dengan kebutuhan perlindungan konsumen dalam jual beli online. Bentuk *khiyār aib* dan *khiyār ru'yah* terbukti sangat sesuai untuk menjawab persoalan khas e-commerce, seperti barang cacat dan ketidaksesuaian spesifikasi. Hasil kajian juga memperlihatkan adanya titik temu antara *khiyār* dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya terkait hak atas informasi yang benar, hak retur, serta mekanisme penyelesaian sengketa.

Novelty penelitian ini terletak pada upaya mengintegrasikan prinsip *khiyār* dengan kerangka hukum nasional, sehingga perlindungan konsumen tidak hanya berlandaskan aspek yuridis, tetapi juga nilai etis dan religius. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa *khiyār* dapat menjadi dasar moral sekaligus instrumen hukum untuk memperkuat keadilan dalam transaksi digital.

Berdasarkan temuan tersebut, beberapa saran dapat diajukan. Pertama, regulator perlu menyusun regulasi yang lebih spesifik mengenai perlindungan konsumen dalam e-commerce dengan memasukkan perspektif hukum Islam sebagai penguatan norma. Kedua, platform marketplace diharapkan konsisten menerapkan kebijakan retur dan garansi sesuai prinsip *khiyār* untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Ketiga, perlu adanya edukasi publik yang berkelanjutan agar konsumen lebih sadar akan hak-haknya dalam transaksi online. Dengan langkah-langkah ini, sistem perlindungan konsumen di Indonesia dapat berkembang lebih komprehensif, adaptif, dan selaras dengan prinsip keadilan Islam

REFERENSI

- Ahmad, A. A., & Haris, N. I. I. (2024). The Concept of Khiyar in Food Purchase Transactions through the Foodpanda Application. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(11), 1279–1291. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v14-i11/23242>
- Amirah, L., Anugrah Isfa Arrasyi, M., & Husain, H. (2023). Khiyār: Manifestasi Keadilan Ekonomi Islam (Kajian Hadis Riwayat Ibnu Mājāh No. 2172). *MUSHAF JOURNAL: Jurnal Ilmu Al Quran Dan Hadis*, 3(2), 255–263. <https://doi.org/10.54443/mushaf.v3i2.168>
- Anwar, S., Rokhilnasari, S., Yusuf, A. A., & Azis, I. (2024). Protection of Consumer Rights in Online Transactions from the Perspective of Positive Law on Consumer Protection and the Compilation of Sharia Economic Law. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 4(5), 4481–6688. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i5.1478>
- Bagheri, P., & Hassan, K. H. (2015). The application of the khiyar al-Tadlis (option of deceit) principle in online contracts and E-consumer rights. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(4), 155–162. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n4p155>
- Dzuhriyan, A. R., Permana, S. I., & Gufron, M. K. A. (2025). Consumer Legal Protection in Online Transactions: Challenges and Opportunities in Indonesia's Digital Economy. *Justice Voice*, 3(1), 9–16. <https://doi.org/10.37893/jv.v3i1.1017>
- Fadlurrahman, I., & Fikrianihayah, A. N. (2022). Consumer Protection in E-Commerce Transactions Through Shopee Application According To Sharia Economic Law. *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(1), 14–19. <https://doi.org/10.15575/am.v9i1.13920>
- Fauziah, F., & Fathimah, E. (2020). Existence of Khiyar in Online Transactions (E Commerce) (Compilation of Shariah Economic Law). *Nurani: Jurnal Kajian Syari'ah Dan Masyarakat*, 20(1), 13–24. <https://doi.org/10.19109/nurani.v20i1.6063>
- Hafid, A., Bahri, S., Marzuki, S. N., Muis, M., & Idayanti, R. (2024). The Application of Khiyar Principles to E-Commerce Transaction: The Islamic Economy Perspective. *Samarah*, 8(1), 403–420. <https://doi.org/10.22373/sjhc.v8i1.20890>
- Masrofah, M. (2022). The Exoneration Clause Harms the Buyer Legal Protection for Consumers Against the Application of Exoneration Clauses in Online Sale. *UMPurwokerto Law Review*, 3(1), 19. <https://doi.org/10.30595/umplr.v3i1.10730>
- Rasyid, D. (2020). Concept of Khiyār in transaction in Islamic law. *Samarah*, 4(2), 443–476. <https://doi.org/10.22373/sjhc.v4i2.8148>
- Sri Rejeki, N. M. (2022). Overview of the Concept of Khiyar Al Aib in E-Commerce Practice. *Jhss (Journal of Humanities and Social Studies)*, 6(2), 218–225. <https://doi.org/10.33751/jhss.v6i2.5670>