

KOMENTAR DAN TESTIMONI USER MARKETPLACE SHOPEE PADA PEMBELIAN PRODUK ELEKTRONIK DALAM PRESPEKTIF KHIYAR TA'YIN

Azmil Umur

(Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh)

azmil.umur@ar-raniry.ac.id**ABSTRAK**

Hak *khiyar* yang memberikan informasi spesifik terkait produk yang sejenis namun berbeda kualitas adalah *khiyar ta'yin*. Pada praktiknya dalam pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee, tersedia kolom komentar dan testimoni yang memuat berbagai pengalaman konsumen terkait produk elektronik yang telah mereka beli sebelumnya 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 ; Bagaimana testimoni dan komentar dapat menjadi referensi calon konsumen dalam pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee ? Bagaimana penjelasan kualitas dan spesifikasi produk elektronik dalam bentuk ulasan testimoni dan komentar pada *marketplace* Shopee ? 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 Kunci : *Implementasi, Khiyar Ta'yin, Produk Elektronik***PENDAHULUAN**

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

Dalam jual beli berlaku hak *khiyar*, *khiyar* dalam jual beli merupakan hak memilih untuk meneruskan transaksi jual beli ataupun membatalkannya sesuai kesepakatan yang dibuat oleh *al-aqidain* dalam hal ini adalah pihak konsumen dan pedagang.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 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* yang spesifik yaitu *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, 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.

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 Shopee⁴ 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*.

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

² Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah (Fiqh Muamalah)*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 105

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

⁴Shopee 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.⁴ Shopee Indonesia mulai resmi diperkenalkan di Indonesia pada bulan Desember tahun 2015 di bawah naungan PT. Shopee International Indonesia.

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

Secara umum konsumen pada situs Shopee memperoleh informasi terkait produk yang ingin dibeli dari komentar dan testimoni konsumen sebelumnya, calon konsumen dapat melihat ulasan-ulasan/testimoni produk yang disajikan oleh konsumen sebelumnya baik itu dalam bentuk gambar maupun video, selain testimoni, komentar konsumen sebelumnya pun banyak dijadikan referensi untuk menilai bahwa produk tersebut sesuai dengan konten yang dibuat oleh penjual, sehingga hal tersebut menambah keyakinan konsumen bahwa produk tersebut spesifikasinya memang sesuai dengan konten yang disajikan penjual.

Tahapan selanjutnya setelah konsumen mendapatkan informasi dari testimoni dan komentar konsumen sebelumnya, calon konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut dan melakukan *checkout* (pembayaran) melalui mitra Shopee, dan selanjutnya akan dikirim oleh kurir hingga paket yang di pesan oleh konsumen sampai kepada konsumen.⁵

PEMBAHASAN

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.⁶ Shopee Indonesia mulai resmi diperkenalkan di Indonesia pada bulan Desember tahun 2015 di bawah naungan PT. Shopee International Indonesia.⁷

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.⁸

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

Transaksi jual beli pada situs Shopee juga menyediakan layanan pengiriman yang bermacam-macam dan terintegrasi langsung. Jasa kirim yang di dukung Shopee antara lain J&T Express, Standar Express, JNE Reguler, SiCepat Express, Ninja Xpress, Indopak, 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

⁵ Hasil wawancara dengan Ben Tahmat, salah satu konsumen Shopee pada saat pembelian produk *smartphone*, Tungkob, Pada 20 April 2021.

⁶ <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Shopee> diakses pada tanggal 12 September 2021

⁷ <https://shopee.co.id> diakses pada tanggal 17 September 2021

⁸ <https://shopee.co.id> diakses pada tanggal 17 September 2021

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.⁹

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.¹⁰ Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa testimoni merupakan pesan atau pernyataan pembeli terkait pengalamannya dalam melakukan transaksi jual beli pada *marketplace* Shopee.

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 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.¹¹

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.¹²

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

⁹ <https://shopee.co.id> diakses pada tanggal 17 September 2021

¹⁰ Dian, Feni, “Pengaruh Testimoni dalam Periklanan”, *Manajerial*, Vol. 15 No. 1 (2016), hlm.106 – 107

¹¹ Hasil wawancara dengan Maudhatul Hasanah, seorang konsumen Shopee pada pembelian produk *mouse laptop*, Via - Shopee, pada 3 September 2021

¹² Hasil wawancara dengan Ulya Rizqina, seorang konsumen Shopee pada pembelian produk *power bank*, Via-Shopee, pada 16 September 2021

seperti harga, *rating*, jumlah pembeli, testimoni dan komentar merupakan referensi pelengkap untuk menambah keyakinan konsumen dalam memutuskan pembelian produk elektronik pada *marketplace* Shopee.

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.

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.¹³

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.¹⁴

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

¹³ 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

¹⁴ Hasil wawancara dengan Agung seorang pemberi ulasan testimoni dan komentar di Shopee pada pembelian produk *port usb*, Via-Google Form, pada 25 September 2021

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 :

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

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.

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.

Sedangkan untuk jangka waktu pihak Shopee mempunyai perhitungan sendiri yaitu periode garansi dihitung berdasarkan hari pengiriman penjual dan perkiraan waktu pengiriman, yang dimulai dari tanggal konfirmasi pembayaran. Secara lebih jelas berikut rumus cara menghitung waktu Garansi Shopee;

$2 \text{ (hari pengiriman)} + 7 \text{ (perkiraan waktu pengiriman)} + 2 \text{ (waktu konfirmasi pembeli)} = 12 \text{ hari}$
 Hari pengiriman merupakan jumlah hari yang dibutuhkan oleh penjual untuk mempersiapkan pengiriman, perkiraan waktu pengiriman merupakan waktu pengiriman rata – rata oleh mitra logistik, dan waktu konfirmasi pembeli merupakan jumlah hari yang dibutuhkan pembeli untuk mengkonfirmasi penerimaan setelah pengiriman.¹⁵

KESIMPULAN

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

¹⁵ <https://shopee.co.id> diakses pada tanggal 20 September 2021

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.

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.

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

DAFTAR PUSTAKA

- 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 Khiyar 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-Muqtasid*, (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, *Metodologi 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)