
**IMPLEMENTASI KHIYAR 'AIB PADA TRANSAKSI JUAL BELI PAKAIAN ONLINE
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

¹Fathori, ²Halimatus Sahro

^{1,2}Institut Agama Islam Syaichona Mohammad Cholil

Email: ¹fathorirois07@gmail.com, ¹halimazahra18@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci:

*Implementasi, Khiyar
Aib, Jual Beli Online,
Ekonomi Islam.*

Cara Sitasi:

Penulis, Fathori,
Halimatus Sahro.
"Implementasi
Khiyar 'Aib Pada
Transaksi Jual Beli
Pakaian Online
Perspektif Ekonomi
Islam" *Currency:
Jurnal Keuangan dan
Perbankan Syariah*
Volume 04, Nomor
02 Juli 2026

ABSTRACT

Perkembangan teknologi internet telah mengubah lanskap perdagangan dari konvensional menjadi digital melalui sistem *e-commerce*. Namun, transaksi online menyisakan celah asimetri informasi karena pembeli tidak dapat memeriksa kondisi fisik barang secara langsung sebelum pembayaran dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi prinsip *khiyar aib*, yaitu hak pilih karena cacat produksi dalam transaksi jual beli pakaian online di Toko Queen Street Surabaya, serta meninjau praktik tersebut dari perspektif Ekonomi Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi melalui studi lapangan (*field research*). Data primer diperoleh melalui observasi non-partisipan serta wawancara mendalam kepada pemilik, karyawan, dan konsumen Toko Queen Street Surabaya dengan teknik *snowball sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Queen Street Surabaya telah menerapkan esensi *khiyar aib* melalui kebijakan purna jual yang responsif. Meskipun toko tersebut tidak menggunakan label Syariah secara eksplisit, komitmen terhadap nilai keadilan, transparansi, dan tanggung jawab diwujudkan lewat penyediaan opsi pengembalian dana atau penukaran barang (*return*) tanpa biaya tambahan bagi produk yang terbukti memiliki cacat produksi. Kendala operasional yang ditemukan meliputi inefisiensi waktu konfirmasi bukti dan kurangnya panduan visual bagi konsumen. Secara umum, implementasi ini telah selaras dengan prinsip muamalah Islam yang mengedepankan asas saling ridha dan kejujuran dalam berbisnis.

The development of internet technology has transformed the trade landscape from conventional to digital through the e-commerce system. However, online transactions leave a gap for information asymmetry since buyers cannot directly inspect the physical condition of the goods prior to payment. This study aims to analyze the implementation of the khiyar aib principle (the option of defect) in online apparel transactions at Queen Street Store Surabaya, as well as to review this practice from an Islamic Economic perspective. The research method employed is qualitative with a phenomenological approach through field research. Primary data were obtained through non-participant observation and in-depth

interviews with the owner, employees, and consumers of Queen Street Store Surabaya using the snowball sampling technique. The results indicate that Queen Street Store Surabaya has implemented the essence of khiyar aib through a responsive after-sales service policy. Although the store does not explicitly use a Sharia label, its commitment to the values of justice, transparency, and responsibility is manifested through the provision of refund or return options at no additional cost for products proven to have manufacturing defects. Operational constraints identified include time inefficiency in confirming evidence and a lack of visual guidelines for consumers. In general, this implementation aligns with Islamic muamalah principles that prioritize the principles of mutual consent (an-taradin) and honesty in business.

Pendahuluan

Kota Surabaya secara historis dan geopolitis memegang peranan krusial sebagai episentrum aktivitas perekonomian dan perdagangan vital di Indonesia (Nurchayanti, 2014). Transformasi peradaban dan kemajuan teknologi mutakhir saat ini telah memicu pergeseran fundamental dalam pola interaksi ekonomi masyarakat, salah satunya melalui popularitas transaksi jual beli berbasis online atau *e-commerce* (Nurul Afifah & Nur Lailatul Musyafa'ah, 2019). Sektor industri *fashion* menjadi salah satu komoditas yang paling adaptif dan diminati dalam ekosistem digital ini karena menawarkan efisiensi waktu, fleksibilitas akses, serta keragaman pilihan produk (Fitriani, 2021). Meskipun memberikan berbagai kemudahan logistik, karakteristik pasar digital yang menjembatani transaksi tanpa pertemuan fisik memicu lahirnya masalah asimetri informasi (Nurul Afifah & Nur Lailatul Musyafa'ah, 2019). Konsumen sering kali dihadapkan pada risiko menerima barang cacat, jahitan rusak, atau spesifikasi produk yang tidak selaras dengan visualisasi katalog digital di media sosial (Fitria, 2017). Dalam realitas pasar, tidak sedikit pelaku usaha online yang menutup ruang komplain dengan mencantumkan klausul sepihak bahwa barang yang telah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan.

Di antara bentuk *khiyar* yang paling relevan adalah *khiyar 'aib*, yaitu hak pembeli untuk membatalkan transaksi apabila ditemukan cacat tersembunyi pada barang (Az-Zuhaili, 2021). Prinsip ini telah dijelaskan secara komprehensif dalam literatur fiqh dan menjadi bagian dari praktik bisnis Islami. Namun, dalam praktiknya, hak ini kerap diabaikan karena minimnya pemahaman atau alasan komersial (Safera, 2025). Hukum Islam sebagai pedoman muamalah yang komprehensif telah mengantisipasi potensi kerugian struktural ini melalui instrumen hukum *khiyar* (Aprilia et al., 2024). Secara terminologi, *khiyar* memberikan otoritas hukum bagi pihak-pihak yang berakad untuk meneruskan atau membatalkan transaksi demi kemaslahatan bersama (Fatorina et al., 2023). Spesifik dalam konteks kerusakan objek akad, syariat Islam menetapkan *khiyar aib* sebagai instrumen proteksi bagi konsumen untuk memulihkan hak-halnya apabila ditemukan kecacatan tersembunyi yang mendegradasi nilai barang (Munandir, 2017).

Urgensi pengkajian terhadap hak *khiyar* dalam perdagangan digital menjadi sangat krusial mengingat adanya bias pemahaman di kalangan pelaku usaha dan konsumen mengenai batasan risiko cacat barang (Fatorina et al., 2023). Sebagian besar pelaku usaha menganggap kecacatan minor dalam pengiriman sebagai konsekuensi logistik yang sepenuhnya ditanggung pembeli, sementara di sisi lain, konsumen sering kali tidak

memahami prosedur pengajuan klaim cacat yang sesuai dengan koridor syariat Islam (Fatorina et al., 2023). Ketiadaan titik temu ini berpotensi merusak pilar keridaan mutlak yang menjadi syarat sahnya sebuah akad muamalah. Oleh karena itu, diperlukan sebuah studi empiris yang mampu memetakan batasan operasional mengenai bagaimana cacat fisik sebuah produk pakaian diidentifikasi dan diselesaikan tanpa merugikan hak-hal keperdataan Islam bagi kedua belah pihak. Kajian mengenai implementasi perlindungan konsumen dalam hukum Islam sejatinya telah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Namun, mayoritas literatur sebelumnya cenderung berfokus pada tataran teoritis normatif fikih klasik atau hanya berfokus pada platform *marketplace* besar berskala nasional yang memiliki sistem rekening bersama terintegrasi secara otomatis (Fitriani, 2021).

Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan ruang akademis tersebut dengan memfokuskan analisis pada transaksi jual beli pakaian online berskala lokal-regional yang memanfaatkan kombinasi media sosial personal dan jaringan pesan instan secara mandiri, di mana mekanisme penyelesaian hak *khiyar aib* sangat bergantung pada kesadaran moral dan komitmen etika bisnis dari sang penjual. Toko Queen Street Surabaya yang berlokasi di Jalan Karang Empat Besar No. 163, Ploso, Kecamatan Tambaksari, merupakan salah satu pelaku bisnis fashion wanita yang mengandalkan integrasi media sosial seperti Instagram, Shopee, dan TikTok dalam mempromosikan produknya. Praktik lapangan menunjukkan adanya dinamika komplain konsumen terkait kerusakan pakaian yang diterima, seperti jahitan terlepas maupun ketidaksesuaian warna. Berdasarkan latar belakang tersebut, studi ini bertujuan mengkaji secara mendalam Bagaimana IMPLEMENTASI *KHIYAR AIB* PADA TRANSAKSI JUAL BELI PAKAIAN ONLINE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus di Toko Queen Street Surabaya).

Kajian Pustaka

1. Konsep Jual Beli dalam Perspektif Ekonomi Islam

Perkembangan perdagangan digital telah mengubah pola transaksi masyarakat dari sistem konvensional menuju sistem elektronik yang lebih cepat, fleksibel, dan menjangkau pasar yang lebih luas. Di sisi lain, perubahan tersebut juga meningkatkan risiko terjadinya asimetri informasi antara penjual dan pembeli karena konsumen tidak dapat memeriksa kondisi barang secara langsung sebelum akad dilakukan. Kajian empiris yang dilakukan oleh Makraja et al. (2025) menunjukkan bahwa transaksi melalui *marketplace* memiliki potensi terjadinya ketidaksesuaian antara deskripsi produk dengan barang yang diterima, sehingga diperlukan mekanisme perlindungan konsumen yang mampu menjamin keadilan bagi para pihak dalam transaksi digital.

Dalam perspektif ekonomi Islam, aktivitas jual beli tidak hanya dipandang sebagai pertukaran barang dan jasa untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga sebagai bentuk ibadah muamalah yang harus dilaksanakan berdasarkan prinsip kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*ʿadl*), keterbukaan (*bayān*), serta kerelaan (*tarāḍin*). Penelitian Khoir (2022) menegaskan bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah dalam perdagangan elektronik menjadi faktor penting dalam menjaga kepercayaan konsumen serta mencegah praktik gharar, tadlis, dan bentuk kecurangan lainnya yang berpotensi merugikan salah satu pihak.

2. Konsep *Khiyār ‘Aib*

Khiyār ‘Aib merupakan salah satu instrumen perlindungan konsumen dalam fikih muamalah yang memberikan hak kepada pembeli maupun penjual untuk membatalkan akad apabila ditemukan cacat pada objek transaksi yang tidak diketahui ketika akad berlangsung. Keberadaan hak ini bertujuan menjaga keseimbangan hak dan kewajiban

para pihak sehingga transaksi tetap berlangsung secara adil dan sesuai dengan prinsip syariah.

Penelitian Safera (2025) menunjukkan bahwa implementasi *Khiyār 'Aib* pada transaksi produk fashion memberikan jaminan hukum bagi konsumen untuk memperoleh barang sesuai spesifikasi yang telah disepakati. Apabila ditemukan cacat tersembunyi atau ketidaksesuaian kualitas produk, pembeli memiliki hak untuk meminta penggantian barang ataupun pembatalan akad. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa *Khiyār 'Aib* tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme penyelesaian sengketa, tetapi juga menjadi instrumen peningkatan akuntabilitas pelaku usaha dalam menjaga kualitas produk.

Kajian lain yang dilakukan oleh Rahman dan Hidayat (2023) menjelaskan bahwa penerapan *khiyār* dalam perdagangan digital mampu memperkuat prinsip perlindungan konsumen syariah karena memberikan kepastian hukum terhadap hak-hak pembeli ketika menerima barang yang cacat atau tidak sesuai dengan informasi yang diberikan penjual.

3. Transaksi Jual Beli Pakaian Online

Pertumbuhan e-commerce mendorong meningkatnya transaksi jual beli produk fashion, khususnya pakaian, melalui berbagai platform marketplace. Kemudahan akses, variasi produk, dan harga yang kompetitif menjadikan pakaian sebagai salah satu kategori produk dengan tingkat transaksi tertinggi. Namun demikian, karakteristik transaksi daring juga meningkatkan risiko munculnya keluhan konsumen, seperti perbedaan warna, ukuran, jenis bahan, maupun kualitas produk yang diterima.

Hasil penelitian Aprianingsih et al. (2025) menunjukkan bahwa sebagian besar sengketa pada transaksi pakaian online disebabkan oleh ketidaksesuaian informasi produk dengan barang yang diterima konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transparansi informasi produk menjadi faktor utama dalam menciptakan transaksi yang adil serta meminimalkan konflik antara penjual dan pembeli.

Temuan serupa disampaikan oleh Putri dan Anwar (2024) yang menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas informasi produk yang disampaikan penjual, semakin rendah potensi terjadinya komplain maupun pengembalian barang. Hal tersebut memperlihatkan bahwa keterbukaan informasi merupakan implementasi nyata dari prinsip amanah dalam ekonomi Islam.

4. Implementasi *Khiyār 'Aib* pada Transaksi Pakaian Online

Implementasi *Khiyār 'Aib* dalam transaksi pakaian online umumnya diwujudkan melalui kebijakan *refund*, *return*, maupun *exchange* yang disediakan oleh marketplace. Mekanisme tersebut memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memperoleh haknya apabila barang yang diterima mengalami cacat atau tidak sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan.

Kajian komparatif yang dilakukan oleh Abdullah et al. (2023) menunjukkan bahwa kebijakan pengembalian barang pada platform e-commerce memiliki kesesuaian substansial dengan konsep *Khiyār 'Aib* dalam hukum ekonomi Islam. Meskipun demikian, efektivitas implementasinya masih dipengaruhi oleh kejujuran penjual dalam memberikan informasi produk, kemudahan prosedur pengembalian barang, serta kecepatan penyelesaian pengaduan konsumen.

Lebih lanjut, penelitian Husna dan Firmansyah (2024) menemukan bahwa penerapan hak *Khiyār 'Aib* mampu meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap penjual karena memberikan jaminan bahwa setiap kerugian akibat cacat produk dapat diselesaikan melalui mekanisme yang adil dan transparan. Oleh karena itu, implementasi *Khiyār 'Aib* tidak hanya memiliki dimensi hukum syariah, tetapi juga berkontribusi

terhadap peningkatan kualitas tata kelola bisnis digital yang berorientasi pada perlindungan konsumen.

Metode Penelitian

Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan yang bersifat deskriptif analitis (Sugiyono, 2020). Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami, mendeskripsikan, dan menginterpretasikan secara mendalam fenomena sosial berupa tindakan, kebijakan toko, serta pola interaksi dalam transaksi jual beli pakaian di dunia nyata (Moleong, 2021). Spesifik dalam kajian ini, metode yang diterapkan adalah studi kasus, yang diarahkan untuk mengeksplorasi secara intensif mengenai bagaimana implementasi hak pilih (*khiyar aib*) dijalankan secara riil pada hubungan hukum antara penjual dan pembeli di Toko Queen Street Surabaya (Margono, 2014).

Sumber data dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi dua kategori utama, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari sumber pertama melalui teknik wawancara mendalam bersama pemilik Toko Queen Street Surabaya selaku representasi penjual, serta beberapa konsumen yang pernah mengalami kasus menerima produk pakaian dalam kondisi cacat fisik (Arikunto, 2019). Selain wawancara, data primer juga diperkuat melalui observasi terhadap dokumentasi platform digital milik toko dan rekaman bukti aduan transaksi komplain pembeli. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan melalui studi kepustakaan dengan menelaah literatur fikih muamalah klasik, aturan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), serta artikel jurnal ilmiah yang relevan dengan tema *khiyar aib* (Muhaimin, 2020).

Seluruh data lapangan yang telah berhasil dihimpun kemudian dianalisis secara sirkular menggunakan model analisis data kualitatif interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014). Proses analisis dimulai dengan reduksi data untuk memilih, memfokuskan, dan menyederhanakan data mentah hasil wawancara serta observasi terkait sistem klaim cacat barang di toko. Data yang telah direduksi kemudian disajikan secara sistematis dalam bentuk penyajian data berupa narasi logis mengenai alur transaksi online dan penanganan pakaian cacat agar mudah dipahami. Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan untuk menarik intisari interpretatif dan menguji keabsahan temuan dengan cara mengonfirmasikannya pada teori *khiyar aib* dalam perspektif ekonomi Islam.

Untuk memastikan akurasi dan kredibilitas hasil analisis, teknik pengecekan keabsahan data dilakukan melalui metode triangulasi sumber dan triangulasi teknik (Sugiyono, 2020). Triangulasi sumber diaplikasikan dengan cara membandingkan kesesuaian informasi pengembalian barang antara penuturan pemilik toko dengan pengakuan riil dari pihak konsumen, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan mengonfrontasikan hasil wawancara dengan bukti-bukti dokumentasi obrolan *chat* komplain serta foto kecacatan pakaian produk (Moleong, 2021).

Hasil Dan Pembahasan

1. Tinjauan Teoritis Jual Beli Online dan *Khiyar Aib* dalam Ekonomi Islam

Secara normatif, transaksi perdagangan dalam Islam wajib ditegakkan di atas pilar keridaan mutualistik tanpa adanya unsur pemaksaan, ketidakjelasan, maupun penipuan. Rasulullah SAW juga menegaskan pentingnya kerelaan kedua belah pihak sebagai syarat sahnya jual beli: "Sesungguhnya jual beli (harus) atas dasar saling ridha." (HR. Al-Baihaqi).

Dalam lanskap digital kontemporer, aktivitas *e-commerce* tetap diakui keabsahannya sepanjang rukun dan syarat perjanjian terpenuhi secara berkeadilan serta objek yang diperjualbelikan memiliki kejelasan spesifikasi (Fitria, 2017). Akad yang digunakan

umumnya mengadopsi skema jual beli *salam* di mana pembayaran dilakukan di muka dan barang diserahkan kemudian berdasarkan kriteria yang telah disepakati bersama.

Namun, ketiadaan interaksi fisik secara langsung dalam model *faceless transaction* kerap memicu lahirnya kecacatan komoditas yang tidak terdeteksi sejak awal oleh pihak pembeli (Nurul Afifah & Nur Lailatul Musyafa'ah, 2019). Hal ini memicu terjadinya asimetri informasi, di mana pelaku usaha memiliki pengetahuan penuh atas kualitas barang, sedangkan konsumen hanya bersandar pada representasi visual di layar digital.

Untuk memitigasi kerugian sepihak akibat karakteristik perdagangan digital tersebut, hukum Islam menetapkan instrumen protektif yang dikenal sebagai *khiyar aib* (Fatorina et al., 2023). Hak pilih ini memberikan otoritas yuridis bagi pembeli untuk menentukan pilihan strategis demi menjaga kemaslahatan: apakah bersedia melanjutkan ikatan akad dengan menerima kondisi barang apa adanya, atau memilih membatalkan akad secara total serta menuntut pengembalian uang secara utuh jika ditemukan cacat tersembunyi yang menurunkan nilai ekonomi barang tersebut (Fitriani, 2021).

Oleh karena itu, penerapan *khiyar aib* menjadi instrumen hukum yang wajib dipenuhi agar pembeli memiliki hak pilih untuk meneruskan atau membatalkan akad saat mendapati adanya kerusakan tersembunyi pada baju. Eksistensi hak pilih ini berfungsi sebagai penyeimbang hak keperdataan Islam agar keadilan pasar tetap terjaga tanpa ada satu pihak pun yang mengeksploitasi pihak lainnya. Syariat menekankan bahwa kerusakan yang dapat dijadikan alasan pembatalan akad adalah jenis cacat yang sudah ada sebelum transaksi atau terjadi sebelum serah terima barang, serta secara nyata mengurangi fungsi kegunaan atau menurunkan nilai jual komoditas bersangkutan (Aprianingsih & Rochim, 2025).

2. Mekanisme transaksi pada Pakaian online di Toko Queen Street Surabaya

Sistem perdagangan yang diterapkan oleh Toko Queen Street Surabaya dikembangkan agar berjalan secara praktis dan efektif. Calon pembeli dapat melihat portofolio busana wanita melalui galeri visual Instagram, lalu mengirimkan pesanan lewat pesan langsung atau beralih ke ruang obrolan WhatsApp. Petugas admin selanjutnya merinci estimasi biaya belanja beserta tarif pengiriman kurir sebelum memberikan nota pembayaran. Konsumen diberi kebebasan untuk membayar lewat transfer bank, maupun menggunakan sistem bayar di tempat (COD) apabila transaksi diselesaikan melalui platform pihak ketiga seperti Shopee. Begitu konfirmasi pembayaran diverifikasi oleh pihak admin, barang segera dikemas dan dikirim. Toko juga menyediakan ruang bagi pelanggan untuk menyertakan ulasan atau testimoni purna jual, yang nantinya digunakan kembali oleh penjual sebagai instrumen promosi.

Model perdagangan digital yang komunikatif dan personal ini terbukti sangat ampuh dalam menciptakan kedekatan serta komunikasi yang intens antara pelaku usaha dan konsumen (Kaplan & Haenlein, 2010). Akan tetapi, lantaran interaksi daring ini mengandalkan jalur pesan langsung tanpa sistem proteksi otomatis dari platform internal, faktor rasa percaya memegang kendali paling utama. Kenyataan operasional ini memperlihatkan bahwa elemen kepercayaan dalam perdagangan digital adalah fundamen primer dalam menggerakkan transaksi jual beli yang dilakukan tanpa tatap muka secara langsung (Gefen et al., 2003). Melalui pemanfaatan media sosial tersebut, pihak gerai mampu menghadirkan pengalaman belanja yang efisien sekaligus mengikat kedekatan emosional yang kuat dengan para pelanggannya.

Di samping itu, Toko Queen Street Surabaya mengadopsi strategi perluasan pasar daring yang tepat lewat penyediaan portofolio produk pakaian wanita yang sangat

bervariasi, meliputi atasan, bawahan, *dress*, *outerwear*, baju santai, hingga koleksi busana muslimah. Kelengkapan stok ini menunjukkan upaya toko dalam merangkul konsumen dari beragam latar belakang, sebab ketersediaan opsi produk yang variatif terbukti ampuh mendongkrak kepuasan pelanggan serta memperlebar pangsa pasar secara dinamis (Kotler & Keller, 2016). Nilai plus ini diperkuat oleh kecakapan toko dalam menyesuaikan koleksinya dengan pergeseran tren busana yang sedang populer. Dalam industri yang bergerak cepat, para pelaku bisnis fashion memang dituntut untuk konsisten memperbarui produk yang ditawarkan agar tetap menarik, relevan, serta kompetitif di mata pasar (Goworek et al., 2020).

3. Implementasi *khiyar aib* pada transaksi Pakaian online di Toko Queen Street Surabaya dalam Perspektif Ekonomi Islam

Berdasarkan visualisasi dan kumpulan data operasional transaksi di lapangan, dijumpai adanya perbedaan antara deskripsi visual produk pakaian yang dipajang pada etalase digital dengan kondisi fisik riil yang diterima oleh konsumen. Masalah jaminan mutu produk ini muncul dalam rupa kecacatan produksi konfeksi yang beragam, seperti jahitan kain yang lepas, seperti kasus riil jahitan lengan pakaian yang kurang rapi dan robek, noda benang atau noda luntur permanen, kancing rusak, hingga ketidaksesuaian panduan ukuran serta pergeseran gradasi warna pakaian. Kondisi ini sering kali memicu sengketa berkala, di mana pihak pembeli merasa hak keperdataannya dirugikan akibat adanya cacat tersembunyi pada pakaian yang dikirim.

Ditinjau dari hukum fikih muamalah, ketidaksesuaian kondisi barang ini mencederai pilar kejelasan objek akad serta asas kejujuran yang menjadi fondasi utama dalam perdagangan (Mardani, 2012). Kehadiran unsur ketidakjelasan kualitas pada barang digital tersebut jelas merugikan posisi pembeli yang tidak memiliki kesempatan memeriksa fisik produk secara langsung sejak awal akad disepakati (Muthiah, 2018). Fenomena salah ukuran serta kerusakan konfeksi ini pada dasarnya memang kerap ditemukan dalam sengketa perdagangan elektronik yang dipicu oleh kurang telitnya proses penyaringan barang sebelum dikirim lewat ekspedisi (Fitriani, 2021). Kesesuaian produk dengan materi promosi gambar di media sosial menjadi hal yang mutlak, sebab tujuan utama dari hukum ekonomi Islam sejatinya adalah menghadirkan kemaslahatan serta keadilan bagi semua pihak yang terlibat akad (Al-Syatibi, n.d.).

Dalam kacamata ekonomi Islam, pemaksaan kehendak lewat aturan baku yang merugikan salah satu pihak seperti ini sangat dilarang karena mencederai prinsip kebebasan bertransaksi yang berkeadilan (Rozalinda, 2016). Larangan retur sepihak tersebut juga dinilai bertolak belakang dengan regulasi perlindungan konsumen yang difasilitasi oleh platform *marketplace* modern yang justru menjamin hak retur barang cacat demi memelihara kepercayaan pasar digital (Fitriani, 2021). Oleh karena itu, penerapan *khiyar aib* menjadi instrumen hukum yang wajib dipenuhi agar pembeli memiliki hak pilih untuk meneruskan atau membatalkan akad saat mendapati adanya kerusakan tersembunyi pada baju.

Rekonsiliasi penanganan keluhan pada akhirnya dicapai melalui penyesuaian prosedur oleh pihak manajemen toko. Ketika pembeli menyampaikan komplain mengenai kerusakan pakaian seperti jahitan lengan yang terlepas, pihak penjual merespons secara terbuka dengan memohon maaf dan bersedia menanggukuhkan aturan sepihak yang kaku. Hal ini mencerminkan aktualisasi nilai moral kejujuran serta tanggung jawab profesional dalam berniaga.

Selanjutnya, sebagai bentuk kepastian hukum dan penegakan prinsip kejelasan alat bukti, konsumen diminta mengirimkan dokumentasi foto atau rekaman video paket yang jelas untuk memastikan keaslian kerusakan barang. Setelah proses verifikasi tersebut selesai dan kelalaian penyaringan diakui, pihak toko menawarkan jalan keluar yang berkeadilan berupa pilihan pemulihan dana belanja atau melakukan penukaran barang tanpa dibebani biaya tambahan. Penyelesaian sengketa berbasis pemenuhan hak *khiyar aib* ini efektif menghapus unsur kerugian sepihak dalam bermuamalah.

Toko Queen Street Surabaya memberlakukan regulasi baru yang membatasi hak retur barang maksimal dua hari setelah paket diterima, disertai syarat mutlak bahwa pakaian belum dipakai dan masih dalam kondisi utuh seperti semula. Kebijakan pembatasan waktu tersebut sangat dibenarkan dalam hukum Islam untuk menjaga prinsip keseimbangan transaksi sekaligus menghindari timbulnya kerugian di pihak penjual (Wahbah Az-Zuhaili, 2011). Aturan pelayanan purna jual yang konsisten dan transparan seperti ini mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam jangka panjang, di mana kecakapan merespons keluhan secara tepat menjadi indikator utama dalam melahirkan pengalaman layanan yang memuaskan (Zeithaml et al., 2018).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah: Praktik perdagangan yang diterapkan oleh Toko Queen Street Surabaya dikembangkan agar berjalan secara praktis dan efektif melalui galeri visual Instagram, pesan langsung ruang obrolan WhatsApp, serta sistem COD apabila transaksi diselesaikan melalui platform pihak ketiga seperti Shopee. Model perdagangan digital ini mengandalkan jalur pesan langsung tanpa sistem proteksi otomatis, sehingga elemen kepercayaan menjadi fundamen primer dalam menggerakkan transaksi jual beli yang dilakukan tanpa tatap muka secara langsung. Dalam praktiknya, dijumpai adanya perbedaan antara deskripsi visual produk pakaian yang dipajang pada etalase digital dengan kondisi fisik riil yang diterima oleh konsumen, dalam rupa kecacatan produksi konfeksi seperti jahitan kain yang lepas, noda benang atau noda luntur permanen, kancing rusak, hingga ketidaksesuaian panduan ukuran. Toko Queen Street Surabaya menerapkan esensi *khiyar aib* melalui kebijakan pelayanan purna jual baru berupa pilihan pemulihan dana belanja atau melakukan penukaran barang tanpa dibebani biaya tambahan, dengan batasan hak retur barang maksimal dua hari setelah paket diterima. Penerapan ini telah selaras dengan prinsip muamalah Islam yang mengedepankan asas saling ridha moral kejujuran, serta tanggung jawab profesional dalam berniaga.

Daftar Pustaka

- Al-Syatibi, A. I. I. M. (1997). *Al-Muwafaqat fi Ushul al-Syari'ah* (Vol. 1–7). Al-Khobar: Dar Ibn Affan.
- Amilia, A. P., & Elviani, V. (2023). Implementasi khiyar dalam jual beli online (Studi kasus ketidaksesuaian objek pada marketplace Shopee). *Al Qadhi*, 1(2), 188–200. <https://doi.org/10.62214/jaq.v1i2.136>
- Aprianingsih, A., & Rochim, A. (2025). Konsep Kerusakan Objek Akad dalam Fikih Muamalah Kontemporer. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(1), 142-155.
- Aprianingsih, M., Rahmawati, D., & Hidayat, A. (2025). Analisis praktik *Khiyār 'Aib* dalam jual beli online berdasarkan tinjauan hukum ekonomi syariah. *Jurnal Inovasi Ekonomi Kreatif*, 6(1), 45–58.

- Aprilia, R., et al. (2024). Perlindungan Konsumen Melalui Instrumen Hukum Khiyar dalam Transaksi Digital. *Al-Muamalat: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 8(2), 89-104.
- Apriliani, I. N., Salsabila, N., & Wijaya, P. R. (2023). Problematika implementasi khiyar dalam jual beli online. *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 9(1), 33-42. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v9i1.1539>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fatorina, N., et al. (2023). Batasan Risiko Cacat Barang dalam Perdagangan E-Commerce: Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 10(4), 312-325.
- Fitria, T. N. (2017). Bisnis Jual Beli Online (E-Commerce) dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(1), 52-63.
- Fitriani, A. (2021). Analisis Perlindungan Konsumen Fashion pada Platform Marketplace Modern. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Syariah*, 3(2), 75-88.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90.
- Goworek, H., et al. (2020). Managing Product Lifecycle in the Fashion Industry: Relevance and Competitiveness. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 24(3), 345-362.
- Hafizah, Y. (2012). Khiyar sebagai upaya mewujudkan keadilan dalam bisnis Islami. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 3(2), 165-171.
- Hikmah, S., Fillah, M. M., & Sofyan, A. (2023). Implementation of *khiyar ta'yin* in online glass sale product purchase transactions. *Journal of Islamic Economic Law*, 1(2), 51-59.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Khoir, F. (2022). Al-khiyar dalam proses jual beli sistem online. *Ekosiana: Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 127-138. <https://doi.org/10.47077/ekosiana.v9i2.216>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Boston: Pearson Education.
- Makraja, F., Safrizal, R. A., Al Fajri, M., & Fitriyani, E. (2025). Hak *khiyar ta'yin* dalam jual beli produk elektronik secara online di marketplace Shopee. *Iqtisaduna*, 11(1), 313-325.
- Mardani. (2012). *Fiqh Muamalah Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Margono. (2014). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press.
- Munandir, A. (2017). Implementasi Khiyar Aib Sebagai Instrumen Pemulihan Hak Keperdataan Islam. *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, 15(1), 45-60.
- Muthiah, A. (2018). *Hukum Perlindungan Konsumen: Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nisa, N. S. (2025). Implementasi *khiyar 'aib* pada transaksi jual beli produk fashion muslim menurut hukum Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 62-68.
- Nurchayanti, D. (2014). Analisis Historis dan Geopolitis Pusat Perekonomian di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 15(2), 115-128.
- Nurul Afifah, & Nur Lailatul Musyafa'ah. (2019). Masalah Asimetri Informasi dalam Transaksi Faceless Transaction di Era Digital. *Al-Qanun: Jurnal Pemikiran dan Pembaharuan Hukum Islam*, 22(1), 54-72.

Currency:**Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah**

[Volume 04, Nomor 02](#), Juli 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-7465

- Rahman, A., & Hidayat, M. (2023). Perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce perspektif hukum ekonomi syariah. *Jurnal Al-'Adalah*, 20(2), 145–160.
- Rozalinda. (2016). Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Safera, N. (2026). Implementasi Khiyar 'Aib Pada Transkasi Jual Beli Produk Fashion Muslim di Butik Inayah Menurut Hukum Islam, 04 (1), 2.
- Sari, D. P., & Anwar, M. (2024). Transparansi informasi produk dan kepercayaan konsumen pada marketplace syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 14(1), 81–95.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Wahbah Az-Zuhaili. (2011). Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu. Damsyik: Dar al-Fikr.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.). New York: McGraw-Hill Education