

Implementasi *Khiyar Ta'yin* pada Transaksi Pembelian Produk Flash Sale secara Online (Studi terhadap Mahasiswa Fakultas Syariah UINSI Samarinda Pengguna Tiktok Shop)

Saripatul Hikmah¹, Bambang Iswanto², Akhmad Sofyan³

¹ UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, saripatulhikmah67@gmail.com

² UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, bambang.assamarindi@gmail.com

³ UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, zainurrahim1192@gmail.com

Abstrak:

Hak khiyar yang memberikan informasi spesifik terkait produk yang sejenis namun berbeda kualitas adalah khiyar ta'yin. Pada praktiknya dalam pembelian produk flash sale di marketplace TikTok Shop, terdapat kolom komentar dan testimoni yang memuat berbagai pengalaman konsumen terkait produk 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 TikTok Shop. Dengan rumusan masalah yaitu pertama bagaimana implementasi khiyar ta'yin dalam transaksi pembelian produk flash sale secara online pada marketplace TikTok Shop menurut tinjauan fikih muamalah, kedua bagaimana pandangan mahasiswa Fakultas Syariah terhadap testimoni dan komentar user sebagai referensi dalam mencari informasi produk yang akan dibeli. Tujuan penelitian untuk mengetahui implementasi khiyar ta'yin dalam transaksi pembelian produk flash sale secara online pada marketplace TikTok Shop menurut tinjauan fikih muamalah, dan untuk mengetahui pandangan mahasiswa Fakultas Syariah terhadap testimoni dan komentar user sebagai referensi dalam mencari informasi produk yang akan dibeli oleh konsumen.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan normatif empiris, dengan sumber data primer yaitu hasil wawancara kepada 20 mahasiswa Fakultas Syariah UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda dan data sekunder terdiri dari kitab Fikih Muamalah, Kitab Bulughul Maram, dan Kitab tafsir Ibnu Katsir, jurnal, artikel ilmiah, serta karya ilmiah lainnya. Data tersebut diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian data-data tersebut penulis analisis dengan metode deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi khiyar ta'yin pada transaksi pembelian produk flash sale pada marketplace TikTok Shop belum sepenuhnya sesuai dengan fikih muamalah karena pedagang dan pembeli belum mengetahui tentang khiyar ta'yin sehingga bentuk pelaksanaan khiyar ta'yin yang dilakukan oleh penjual dan pembeli terjadi dengan sendirinya dengan etika bisnis untuk mencapai kemaslahatan yang berbentuk unsur kerelaan antara pedagang dan pembeli, dan dari hasil wawancara masih terdapat beberapa kasus konsumen yang merasa tertipu, maka berangkat dari hal tersebut deskripsi produk, testimoni dan komentar masih terdapat unsur gharar di dalamnya dan bisa menimbulkan mafsadah kepada konsumen lainnya.

Kata Kunci: Khiyar Ta'yin, Produk Flash Sale, Pengguna Tiktok Shop.

A. Pendahuluan

Manusia adalah makhluk sosial, yakni tidak dapat hidup sendiri dan selalu membutuhkan orang lain dalam memenuhi segala kebutuhan hidupnya terutama dalam

hal muamalah. Menurut Muhammad Yusuf Musa yang dikutip oleh Abdul Madjid, muamalah adalah peraturan-peraturan Allah yang harus diikuti dan ditaati dalam hidup bermasyarakat untuk menjaga kepentingan manusia.¹

Jual beli merupakan salah satu kegiatan dalam bermuamalah. Secara bahasa, jual beli berarti penukaran secara mutlak. Secara terminologi, jual beli adalah saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan. Dari definisi di atas dapat dipahami bahwa inti dari jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar barang atau benda yang memiliki nilai, secara sukarela di antara kedua belah pihak, salah satu pihak menerima benda dan pihak lainnya menerima sesuai perjanjian dan ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati.²

Dalam Islam berlaku aturan-aturan dan ketentuan-ketentuan bagaimana seharusnya jual beli itu dilakukan. Dimulai dari firman Allah SWT yang menjelaskan bahwa jual beli adalah halal di antaranya dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 275 yang artinya: "...Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba".

Berdasarkan ayat tersebut di atas jelas Allah SWT menghalalkan jual beli (perdagangan) sedangkan riba di haramkan dan dilarang oleh Allah SWT. Allah mensyariatkan jual beli itu merupakan suatu pemberian kekuasaan bagi hambanya untuk saling menutupi masing-masing, karena secara pribadi manusia mempunyai kebutuhan berupa sandang, pangan, papan, dan kebutuhan lainnya. Kebutuhan seperti ini tidak akan ada henti-hentinya selama manusia masih hidup, sementara manusia tidak mampu memenuhi kebutuhan hidup dengan sendirinya.³

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-qa'idain* dalam hal ini adalah pihak konsumen dan pedagang. Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pada Pasal 20 ayat (8) Pada dasarnya *khiyar* merupakan hak pilih bagi penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual beli yang dilakukan.⁴ Hak *khiyar* disyariatkan atau dibolehkan karena suatu keperluan mendesak dalam memelihara kemaslahatan kedua belah pihak yang melakukan transaksi. Apabila seseorang pembeli membeli barang yang ada kecacatan tanpa disadarinya, maka adil jika dia diberi peluang untuk memilih apakah ingin mengesahkan pembelian itu atau membatalkannya.⁵

Dalam transaksi jual beli yang dilakukan dengan pihak penjual, setiap konsumen

¹ Abdullah Rahmad Ghazaly dkk, *Fikih Muamalah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 3.

² Shobirin, "Jual Beli Dalam Pandangan Islam", dalam *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, No. 2, Vol. 3, 2015.

³ Rachmat Syafei, *Fikih Muamalah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011), h. 15.

⁴ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah (Fiqh Muamalah)*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 105.

⁵ Ridwan Nurdin & Azmil Umur, *Hukum Islam Kontemporer*, (Banda Aceh: Universiti Teknologi Mara, 2015), h. 224.

berusaha mendapatkan barang dengan kualitas terbaik sesuai kemampuan ekonomi dan daya belinya. Hal ini disebabkan orientasi konsumen untuk mendapatkan barang yang terbaik sehingga pihak pembeli biasanya menetapkan spesifikasi dan kualitas tertentu suatu barang yang dipasarkan dan diperjualbelikan oleh produsen dan pihak pedagang. Namun dalam realitanya tidak semua pembeli memahami dan mengerti tentang kualitas objek transaksi yang ingin dibelinya karena banyak sekali barang dan produk yang diperjualbelikan yang memiliki standarisasi nilai, kualitas, dan spesifikasi yang berbeda-beda serta sangat variatif pada objek jual beli tersebut. Oleh karena itu dibutuhkan informasi yang akurat dan transparan dari pihak penjual atau pihak lainnya yang mampu menjelaskan kualitas dan keadaan sebenarnya dari objek transaksi yang dibutuhkan oleh pihak pembeli. Secara konseptual dalam Fikih Muamalah telah dijabarkan secara spesifik dan detail tentang hal tersebut dalam bentuk *khiyar ta'yin* sebagai salah satu alternatif dalam memperoleh kejelasan tentang kualitas objek jual beli yang dipasarkan oleh pihak pedagang.⁶

Berdasarkan konsep Fikih Muamalah, *khiyar ta'yin* merupakan hak pilih bagi pembeli atau konsumen dalam melakukan transaksi jual beli yang memberikan informasi yang spesifik terkait produk yang sejenis namun berbeda kualitas yang ingin dibeli oleh konsumen. Dalam *khiyar ta'yin*, kedua *al-aqidain* (para pihak yang berakat) dalam transaksi jual beli sepakat untuk menunda atau memilih suatu produk yang berbeda kualitas, dan pihak konsumen wajib menetapkan pilihannya hingga waktu yang disepakati dan hak memilih tersebut hanya diberikan kepada pihak konsumen berdasarkan informasi tentang varian dan kualitas produk tersebut dari pihak penjual.⁷

Eksistensi *khiyar ta'yin* sekarang ini juga berlaku pada jual beli secara *online* yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial, biasanya pihak penjual menawarkan barang hanya dengan memperlihatkan postingan gambar atau video dengan keterangan deskripsi produk yang dijual, kemudia pembeli akan memilih produk yang diinginkan.⁸ 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 oleh pihak penjual dan pembeli adalah platform *e-commerce* TikTok Shop.

TikTok shop merupakan fitur yang dihadirkan oleh aplikasi TikTok untuk memudahkan pelaku usaha dan penggunaanya dalam menjual serta membeli produk, sebab dengan fitur ini pembeli akan sangat mudah melakukan pembelian melalui media sosial tanpa perlu beralih ke aplikasi lain untuk berbelanja. Penggunaanya dapat melakukan

⁶ Zahrul Fuadi, "Implementasi Khiyar Ta'yin pada Transaksi Jual Beli Kayu Olahan Di Panglong Kecamatan Kuta Baro", *Skripsi*, (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2020), h. 3.

⁷ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Amzah, 2010), h. 218.

⁸ Teti dan Syathir Sofyan, "Implementasi Khiyar dalam Jual Beli Online (Studi Kasus Ketidakesesuaian Objek pada Marketplace Shopee)", dalam *Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, No. 2, Vol. 15, 2021.

pembelian barang secara langsung dan mendapatkan banyak promo serta diskon seperti gratis Ongkos Kirim (ongkir).

Secara general, ketika konsumen ingin membeli produk *flash sale* di aplikasi TikTok shop maka konsumen pertama akan melihat konten tentang produk yang dibuat oleh penjual, konten tersebut biasanya berisi tentang spesifikasi, harga, dan foto produk. Pada umumnya konsumen juga dapat memperoleh informasi terkait produk yang akan dibeli dari komentar dan testimoni dari pembeli sebelumnya, calon konsumen dapat melihat ulasan-ulasan atau testimoni produk yang disajikan oleh pembeli sebelumnya baik itu dalam bentuk gambar maupun video, selain itu testimoni dan komentar banyak dijadikan referensi untuk menilai apakah produk tersebut spesifikasinya sesuai dengan informasi produk yang disajikan oleh penjual.⁹

Berdasarkan data yang diperoleh, terkait pengalaman konsumen dalam membeli produk *flash sale* pada *marketplace* TikTok Shop, bahwasanya konsumen tertarik membeli produk *flash sale* karena harga yang lebih terjangkau daripada harga pasaran pada umumnya. Sebelum melakukan transaksi konsumen juga telah mencari informasi terkait spesifikasi produk baik dari informasi yang diberikan oleh penjual maupun dari testimoni dan komentar pembeli sebelumnya sebagai referensi. Meskipun pada prakteknya jual beli produk *flash sale* di platform *e-commerce* TikTok Shop mengandung kekhawatiran terjadi praktek penipuan, kecurangan, dan hal lainnya yang mampu merugikan konsumen atau pembeli, apalagi dengan banyaknya kasus konsumen yang tertipu dengan produk *flash sale* di mana barang yang dipesan oleh konsumen tidak semuanya sesuai dengan ekspektasi konsumen. Sehingga tidak sedikit yang merasa dirugikan ketika melakukan transaksi produk *flash sale*.

Dilihat dari berbagai permasalahan yang telah dipaparkan di atas, testimoni dan komentar user pada *marketplace* TikTok shop merupakan topik yang menarik untuk diteliti lebih lanjut, karena pada dasarnya testimoni dan komentar user pada situs TikTok Shop sangat banyak digunakan oleh konsumen sebagai referensi tambahan dalam menilai kualitas produk, dan pada prakteknya keberadaan testimoni dan komentar disalahgunakan dengan banyaknya testimoni palsu dan testimoni bajakan yang digunakan untuk menarik perhatian calon konsumen. Hal ini didasarkan dengan banyaknya ketidaksesuaian antara konten produk maupun testimoni dan komentar dengan produk yang sampai di tangan konsumen. Hal ini membuat konsumen sangat kecewa dan tentu bertentangan dengan konsep jual beli dan juga *khiyar ta'yin* karena menimbulkan mafsadat kepada pihak konsumen, jika kejadian tersebut terus dibiarkan terjadi maka akan menimbulkan kerugian finansial, perselisihan, penipuan, *gharar*, dalam praktek jual beli. Oleh sebab itu maka peneliti tertarik untuk mengkaji permasalahan ini sebagai topik penelitian.

⁹ Riyan Auliyanda Safrizal, "Implementasi Khayar Ta'yin pada Transaksi Pembelian Produk Elektronik Secara Online dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Tentang Testimoni dan Komentar User Pada Marketplace Shopee)", *Skripsi*, (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2021), h. 5.

B. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian normatif empiris dengan analisis deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menggambarkan fenomena atau fakta penelitian di lapangan, dimana peneliti sebagai instrument kunci. Penelitian normatif adalah penelitian terkait teori-teori yang mana teori tersebut di dapat dari literatur yang ada. Adapun penelitian empiris adalah penelitian lapangan karena data primer di dapat langsung dari masyarakat yang menjadi objek penelitian.

Bahan data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari lapangan atau objek penelitian, baik berupa data hasil observasi, dokumentasi, maupun wawancara kepada orang-orang atau responden dari pihak-pihak yang terkait, yang mengalami kejadian tersebut dengan memberikan pertanyaan yang berbentuk lisan. Adapun sumber data primer pada penelitian ini adalah hasil wawancara dengan mahasiswa Fakultas Syariah UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda yang dalam melakukan transaksi pembelian produk *flash sale* menjadikan testimoni dan komentar sebagai referensi saat membeli produk-produk *flash sale* yang ditawarkan oleh penjual.

Bahan data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya sebagai penunjang data primer. Peneliti menggunakan data sekunder untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara. Data sekunder terdiri dari kitab Fikih Muamalah, Kitab *Bulughul Maram*, dan Kitab tafsir *Ibnu Katsir*, serta dari buku, jurnal, artikel ilmiah, serta karya ilmiah lainnya. Dalam hal ini data yang peneliti gunakan diperoleh melalui data-data dari berbagai literasi yang mempunyai relevansi dengan pembahasan yang peneliti lakukan seperti buku yang membahas tentang hak *khiyar ta'yin* dalam jual beli.

C. Pembahasan

Setelah peneliti memaparkan data-data di lapangan, selanjutnya peneliti melakukan analisis dari beberapa responden dan informan konsumen *marketplace* TikTok Shop, yaitu sebagai berikut:

1. Implementasi *Khiyar Ta'yin* pada Pembelian Produk *Flash Sale* secara *Online* di *Marketplace* Tiktok Shop

Bentuk *khiyar ta'yin* dari pembelian produk *flash sale*, yang menjadi tinjauan penulis yaitu dengan memberikan hak memilih terhadap barang yang diinginkan oleh para konsumen sebelum mereka melakukan kesepakatan terhadap transaksi jual beli produk tersebut. Namun secara konsep penerapan *khiyar ta'yin* dilakukan sesuai dengan syarat-syarat yang berlaku yaitu:

a. Memilih barang yang akan dibeli

Dalam hal memilih produk *flash sale* yang akan dibeli pada *marketplace* TikTok, maka konsumen harus membandingkan antara dua, tiga sampai seterusnya

produk yang akan dipastikan untuk dibelinya. Dalam *Khiyar ta'yin* disebut dengan jenis baik, pertengahan, dan buruk kualitasnya.

Dalam hal pembelian produk *flash sale* pada *marketplace* TikTok dengan mengambil contoh produk berupa pakaian, penjual membedakan produknya dari jenis bahan yang di gunakan, Seperti jenis kain kualitas impor, premium, dan jenis kain biasa. Berbeda dengan produk berupa skincare dikategorikan dalam barang original dan kualitas kedua (KW). Dengan kualitas original pada *marketplace* TikTok dapat dikategorikan kepada barang yang memang berasal dari perusahaan produk skincere tersebut diproduksi, produk skincare tersebut dapat ditemukan pada toko official atau akun TikTok resmi dari produk skincare yang akan kita beli seperti Skintific_id, Maybelline_Indonesia, Wardah Beauty Official, dan lain sebagainya.

- b. 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 TikTok Shop harus mempunyai perbedaan harga tergantung dari katagori yang dipilih. Contoh pada TikTok Shop dengan nama akun Rayta Arsyila salah satu penjual pada *marketplace* TikTok yang menawarkan produk berupa kemeja. Untuk kemeja dengan bahan satin premium dijual dengan harga Rp. 120.000,00, untuk kemeja dengan bahan linen crinkle dijual dengan harga Rp. 99.000,00 dan untuk kemeja bahan catton spoon Jepang dijual dengan harga Rp. 200.000,00.

- c. Mempunyai batas waktu yang harus ditentukan

Dalam penerapan batas waktu pemilihan untuk produk *flash sale* pihak penjual pada *marketplace* TikTok memberlakukan promo *flash sale* dengan batas waktu, contoh pada promo 6.6 berlaku selama sehari (24 jam), dan promo *flash sale* yang diberikan oleh penjual selama penjual melakukan LIVE TikTok. Selama waktu tersebut konsumen dapat memilih beberapa produk pada toko apabila konsumen merasa ada kecocokan maka konsumen dapat memasukkan produk tersebut ke dalam fitur keranjang TikTok Shop, sehingga konsumen mempunyai waktu untuk mencari referensi seperti melihat testimoni dan komentar konsumen sebelumnya atau referensi lainnya, sehingga apabila konsumen telah yakin untuk membeli produk tersebut, konsumen dapat melanjutkan transaksi dengan melakukan *checkout* dan melakukan pembayaran melalui bank, atm, e-payment ataupun dengan sistem Cash of Delivery (COD).

Sedangkan untuk jangka waktu pihak TikTok mempunyai perhitungan sendiri pada periode garansi dihitung berdasarkan hari pengiriman penjual dan perkiraan waktu pengiriman, yang dimulai dari tanggal *checkout*. Secara lebih jelas berikut rumus cara menghitung waktu garansi TikTok:

2 (hari pengiriman) + 7 (perkiraan waktu pengiriman) + 2 (waktu konfirmasi

pembeli) = 12 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. Selama masa tersebut konsumen dapat melakukan pembatalan pemesanan, namun harus disertai alasan yang jelas.

2. Testimoni dan Komentar sebagai Referensi Mahasiswa Fakultas Syariah untuk Mengetahui Informasi Produk

Khiyar ta'yin merupakan hak pilih bagi pembeli atau konsumen dalam melakukan transaksi jual beli yang memberikan informasi yang spesifik (referensi) terkait produk yang sejenis namun berbeda kualitas yang ingin dibeli oleh konsumen. Pentingnya penerapan *khiyar ta'yin* didasarkan pada argumentasi bahwa produk sejenis saat ini sangat banyak variannya dan berbeda kualitas, sehingga *khiyar ta'yin* sebagai solusi bagi seseorang yang tidak berpengalaman tentang kondisi barang-barang yang dibelinya, sehingga pembeli memerlukan informasi dari berbagai sumber agar pembeli tidak tertipu dan agar pembeli mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginannya.

Pada umumnya konsumen untuk mendapatkan informasi terkait produk yang diinginkan maka konsumen pertama akan melihat dari informasi produk yang diberikan oleh penjual baik dalam bentuk deskripsi produk, video, dan gambar. Namun pada prakteknya dalam jual beli *online* konsumen membutuhkan informasi tambahan guna memperkuat informasi yang diberikan oleh penjual. Saat ini keberadaan fitur komentar konsumen sering digunakan oleh konsumen baru untuk dijadikan sebagai referensi tambahan agar terhindar dari penipuan.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada mahasiswa Fakultas Syariah pengguna *marketplace* TikTok. Terdapat klasifikasi terhadap kecenderungan mahasiswa mencari informasi tambahan dalam menilai kualitas produk yang akan dibeli, yaitu sebagai berikut:.

No.	Responden	Teknik Pencarian Informasi Produk
1.	Responden ke 1,2,5,6,8, 10,11,12,13,14,16,17,18, dan 20	Sebelum transaksi, menggunakan testimoni dan komentar sebagai referensi tambahan dalam menilai kualitas produk.
2.	Responden ke 3, 4, dan 19	Pada proses transaksi menggunakan informasi yang telah diberikan oleh penjual berupa iklan dan video.

3.	Responden ke 7, 9, dan 15	Menggunakan saran dari teman yang pernah melakukan pembelian produk sejenis.
4.	Responden ke 3, 17, dan 19	Barang yang sampai tidak sesuai dengan informasi penjual.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan testimoni dan komentar tidak dapat dijadikan dasar bagi calon konsumen untuk menilai kualitas produk, selain tidak adanya penjelasan yang spesifik terkait kualitas produk juga karena perbedaan ekspektasi beberapa konsumen sehingga memberikan komentar yang variatif yang dapat membingungkan beberapa konsumen, hal tersebut juga dibuktikan dengan fakta empiris di lapangan dengan adanya beberapa responden yang merasa tertipu ketika melakukan pembelian produk meskipun telah menggunakan referensi tambahan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang diuraikan dalam landasan teori dan hasil penelitian lapangan yang dipadukan kemudian dianalisis, maka dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Implementasi *khiyar ta'yin* terhadap jual beli produk *flash sale* pada *marketplace* TikTok dalam jual beli produk yang sesuai dengan kualitas yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen sudah sepenuhnya sesuai dengan perspektif hukum Islam. Prinsip dasar yang digunakan dalam hal ini adalah dengan adanya 3 syarat dalam *khiyar ta'yin* yaitu memilih salah satu dari 3 jenis barang yang akan dibeli sesuai dengan tingkatan kualitas yang dimiliki, kemudian syarat kedua yaitu jenis barang yang akan dipilih memiliki perbedaan harga dan sifatnya, harganya juga harus diketahui secara pasti, dan syarat yang terakhir yaitu waktu *khiyâr ta'yîn* yang dibatasi sesuai dengan kesepakatan yang telah dilakukan ketika terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli. Dari hasil penelitian ini, Ketiga aspek tersebut telah terpenuhi seluruhnya.
2. Mahasiswa Fakultas Syariah dalam mencari informasi produk *flash sale* yang sesuai dengan kebutuhannya pada *marketplace* TikTok menggunakan testimoni dan komentar user sebagai referensi dalam mencari informasi kualitas produk yang akan dibeli. Meskipun tidak semuanya menggunakan testimoni dan komentar user sebagai referensi utama, melainkan sebagai penguat dari deskripsi produk yang dicantumkan oleh penjual. Adapun referensi lain yang menjadi acuan konsumen untuk menilai produk yang berkualitas adalah jenis toko official atau akun TikTok resmi, jumlah pembeli yang telah membeli produk tersebut, harga produk, jaminan garansi, referensi yang diperoleh dari media lainnya ataupun saran teman.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ghazaly, Abdullah Rahmad dkk. *Fikih Muamalat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

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

Muslich, Ahmad Wardi. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah, 2010.

Syafei, Rachmat. *Fikih Muamalah*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011.

Jurnal dan Skripsi

Fuadi, Zahrul. "Implementasi Khiyar Ta'yin pada Transaksi Jual Beli Kayu Olahan di Panglong Kecamatan Kuta Baro." *Skripsi*. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2020.

Nurdin, Ridwan & Azmil Umur. *Hukum Islam Kontemporer*. Banda Aceh: Universiti Teknologi Mara, 2015.

Safrizal, Riyan Auliyanda. "Implementasi Khiyar Ta'yin pada Transaksi Pembelian Produk Elektronik Secara Online dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Tentang Testimoni dan Komentar User pada Marketplace Shopee)." *Skripsi*. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2021).

Shobirin. "Jual Beli Dalam Pandangan Islam." *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. No. 2, Vol. 3, 2015.

Teti dan Syathir Sofyan. "Implementasi Khiyar dalam Jual Beli Online (Studi Kasus Ketidaksesuaian Objek pada Marketplace Shopee)." Dalam *Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*. No. 2, Vol. 15, 2021.