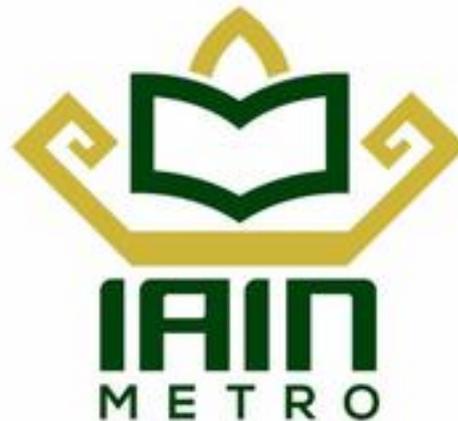


# **SKRIPSI**

## **PEMAHAMAN KONSUMEN TERHADAP HAK KHIYAR (Studi Kasus Pada Showroom Motor di Kota Metro)**

**Oleh:**

**MISGIYANTI  
NPM. 13112499**



**JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS SYARI'AH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
METRO  
1439 H / 2018 M**

**PEMAHAMAN KONSUMEN TERHADAP HAK KHIYAR  
(Studi Kasus Pada Showroom Motor di Kota Metro)**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (SH)

Oleh:

**MISGIYANTI**  
NPM. 13112499

Pembimbing I : Hj. Siti Zulaikha, S.Ag.,MH

Pembimbing II : Hermanita, SE.,MM

Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Syari'ah

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

**METRO**

**1438 H / 2017 M**

**PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : **PEMAHAMAN KONSUMEN TERHADAP HAK  
KHIYAR (Studi Kasus Pada Showroom Motor di Kota  
Metro)**

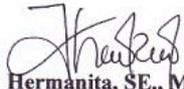
Nama : **Misgiyanti**  
NPM : 13112499  
Jurusan : **Hukum Ekonomi Syariah (HESy)**  
Fakultas : **Syariah**

Telah disetujui untuk dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah  
Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I

  
**Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH**  
NIP. 19720611 199803 2 001

Metro, Desember 2017  
Pembimbing II

  
**Hermanita, SE., MM**  
NIP. 19730220 199903 2 001

**NOTA DINAS**

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Hal : Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqsyah  
Saudari Misgiyanti

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Syariah  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Di \_  
Tempat

*Assalammu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan  
seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **Misgiyanti**  
NPM : 13112499  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah  
Judul : **PEMAHAMAN KONSUMEN TERHADAP HAK KHIYAR  
(Studi Kasus Pada Showroom Motor di Kota Metro)**

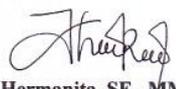
Sudah dapat kami setuju dan dapat dimunaqsyahkan Demikianlah  
harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalammu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I

  
**Hi. Siti Zulaiikha, S.Ag, MH**  
NIP. 19720611 199803 2 001

Metro, Desember 2017  
Pembimbing II

  
**Hermanita, SE., MM**  
NIP. 19730220 199905 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. B-0105/In-28/F-Sy/PP.00.9/01/2018

Skripsi dengan judul: PEMAHAMAN KONSUMEN TERHADAP HAK KHIYAR (Studi Kasus Pada Showroom Motor di Kota Metro). Disusun oleh: Misgiyanti, NPM. 13112499, Jurusan: Hukum Ekonomi Syari'ah (HESy) telah dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Syari'ah pada hari/tanggal: Jum'at/12 Januari 2018

**TIM PENGUJI :**

Moderator/Ketua : Siti Zulaikha, S.Ag,MH

Penguji I : Drs. Tarmizi, M.Ag

Penguji II : Hermanita, MM

Sekretaris : Hendra Irawan, M.H



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Syariah

**Husnul Fatarib, Ph.D**

19740104 199903 1 004

## ABSTRAK

### PEMAHAMAN KONSUMEN TERHADAP HAK KHIYAR (Studi Kasus Pada Showroom Motor di Kota Metro)

*Oleh :*

**MISGIYANTI**  
NPM. 13112499

Konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Selanjutnya, konsumen seringkali berada di posisi yang paling lemah, faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran akan haknya masih rendah dan pelaku usaha mampu mengendalikan dan memanfaatkan kelemahan konsumen untuk dijadikan sebagai objek aktivitas bisnis untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi dan pemasaran produk.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang mana dalam penelitian ini memusatkan perhatian pada suatu kasus secara intensif dan terperinci mengenai latar belakang keadaan yang dipermasalahkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pemahaman Konsumen terhadap Hak Khiyar (Studi Kasus pada Showroom Motor di Kota Metro). Dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Semua data yang terkumpul tersebut kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan pendekatan induktif.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pemahaman pembeli motor tentang *khiyar* di showroom-showroom motor Metro masih kurang. Ada yang hanya sebatas mengetahui tentang *khiyar* namun tidak paham bagaimana penerapannya dalam transaksi jual beli. Para pembeli banyak yang tidak paham apa arti *khiyar* yang sebenarnya dan bagaimana penerapannya dalam transaksi jual beli. Bagi mereka, hal terpenting dalam transaksi jual beli tersebut adalah kebutuhan mereka akan kendaraan terpenuhi. Selain pembeli, para pemilik showroom-showroom motor Metro pun kurang memahami tentang akad *khiyar* tersebut, yang sebenarnya mereka telah menerapkan akad *khiyar* dalam praktek jual beli yang mereka laksanakan. Hal ini terbukti, sebelum terjadi proses jual beli, calon pembeli disuruh untuk berpikir dahulu. Apabila pembeli merasa cocok dengan motor tersebut setelah mengecek dan mengujinya, maka transaksi jual beli baru dilaksanakan dan apabila tidak cocok pembeli diperbolehkan membatalkan transaksi jual beli tersebut.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MISGIYANTI  
NPM : 13112499  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Desember 2017  
Yang Menyatakan,



**MISGIYANTI**  
NPM. 13112499

## MOTTO

وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصَّاكُمْ بِهِ

لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾

Artinya: “... Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil kendatipun dia adalah kerabat (mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat,”<sup>1</sup>  
(Q.S. Al-An’am: 152)

---

<sup>1</sup> Q.S. Al-An’am: 152

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan untaian syukur kepada Allah SWT beserta do'a karya ini dipersembahkan kepada:

- ❖ Ayahanda *Sagi* dan Ibunda *Kuntini* yang selalu membantu mengiringi perjalanan di waktu kecil hingga dewasa sekarang. Merekalah yang telah mengiringi penulis dalam setiap saat dengan iringan do'a yang tulus. Begitu besar perjuangan dan kasih sayang mereka yang penulis terima, terima kasih.
- ❖ Kakakku tercinta dan tersayang Ernawati yang selalu memberikan kasih sayang yang begitu besar kepada penulis.
- ❖ Semua teman seperjuangan IAIN Metro, khususnya sahabat-sahabatku Mei Widiani, Devi Kurniasih, Mega Julianti, Khotimah, Syamsiatul Muniroh, Eka Maya Retno Safitri, Terimakasih untuk semua kebersamaan kita selama ini, saling memotivasi, membantu dan mendoakan.
- ❖ Orang spesial Oky Wahyu Saputra yang selalu memberikan support dan selalu mendo'akan peneliti selama penyusunan skripsi.
- ❖ Almamaterku yang sangat aku banggakan.

## KATA PENGANTAR

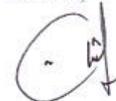
Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT., berkat rahmat dan karunia-Nya maka penulis berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pemahaman Konsumen terhadap Hak Khiyar (Studi Kasus pada Showroom Motor di Kota Metro).” sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Skripsi ini penulis susun guna dimunaqasahkan dalam sidang Fakultas Syariah IAIN Metro. Atas persetujuan skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Kedua Orang Tua yang telah memberikan dukungan materi maupun non materi dalam penyusunan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro.
3. H. Husnul Fatarib, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Syariah IAIN Metro.
4. Nety Hermawati, SH.,MA.,MH, selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah IAIN Metro.
5. Hj. Siti Zulaikha, S.Ag.,MH, selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Hermanita, SE.,MM, selaku Pembimbing II yang juga telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Para Dosen Fakultas Syaria'h yang telah memberikan ilmu baik di dalam perkuliahan maupun di luar perkuliahan.
8. Rekan-rekan Jurusan Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2013 yang telah memberi motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Atas segala bantuan dan bimbingan dari semua pihak, penulis ucapkan terimakasih semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan dan jasa-jasa mereka. Amin

Metro, Desember 2017  
Penulis,



**MISGIYANTI**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ORISINALITAS PENELITIAN .....	vi
MOTTO .....	vii
PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK .....	xvi

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
.....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	5
.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
.....	5
D. Penelitian Relevan.....	6
.....	6

### BAB II LANDASAN TEORI

A. Konsumen .....	9
1. Pengertian Konsumen .....	9
2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen .....	10
3. Hak dan Kewajiban Konsumen Perspektif Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan	

Konsumen.....	12
4. Hak dan Kewajiban Konsumen Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah.....	14
B. <i>Khiyar</i> .....	15
1. Pengertian <i>Khiyar</i> .....	15
2. Tujuan <i>Khiyar</i> .....	16
3. Macam-macam <i>Khiyar</i> .....	17
C. Prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syari'ah .....	19
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	25
B. Sumber Data.....	26
C. Teknik Pengumpulan Data.....	29
D. Teknik Analisis Data.....	30
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Profil Showroom Motor Metro .....	33
1. Showroom Mitra Link Motor Metro .....	33
2. Showroom Graha Motor Metro.....	35
3. Showroom Anugrah Motor Metro .....	37
B. Pemahaman Konsumen tentang Hak <i>Khiyar</i> .....	39
C. Analisis terhadap Pemahaman Konsumen tentang Hak <i>Khiyar</i> .....	43
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan .....	57
B. Saran.....	58
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran-lampiran:

1. SK Pembimbing
2. Outline
3. APD (Alat Pengumpul Data)
4. Surat Izin Riset
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan
7. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Dokumentasi
9. Daftar Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Transaksi jual beli merupakan kegiatan ekonomi yang notabene urusan keduniaan. Manusia diberikan kebebasan sebebas bebasnya untuk melakukan apa saja yang bisa memberikan manfaat kepada dirinya sendiri, sesamanya dan lingkungannya, selama hal tersebut sesuai kaidah atau ketentuan yang ada. Dari muamalah ini Islam menjunjung tinggi asas kreativitas pada umatnya untuk bisa mengembangkan potensinya dalam mengelola kehidupan ini.

Konsumen seringkali berada di posisi yang paling lemah, faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran akan haknya masih rendah dan pelaku usaha mampu mengendalikan dan memanfaatkan kelemahan konsumen untuk dijadikan sebagai objek aktivitas bisnis untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi dan pemasaran produk.

Selanjutnya, jual beli barang yang terdapat cacat tersembunyi bisa dikategorikan kedalam bahasan *khiyar 'aib*. Hal ini seperti yang telah dijelaskan dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah Pasal 280 dan pasal 283 sebagai berikut:

Pasal 280

Pembeli berhak meneruskan atau membatalkan akad jual beli yang objeknya *'aib* tanpa penjelasan sebelumnya dari pihak penjual.

Pasal 283

- (1) Pembeli bisa menolak seluruh benda yang dibeli secara borongan apabila terbukti beberapa di antaranya sudah 'aib sebelum serah terima.
- (2) Pembeli dibolehkan hanya membeli benda-benda yang tidak 'aib.<sup>2</sup>

Bila mengacu pada tinjauan dan pendekatan fiqih, maka sah tidaknya suatu akad harus ditinjau dari sisi syarat dan rukunnya.<sup>3</sup> Mekanisme jual beli yang dilakukan secara online, memiliki potensi yang bisa merugikan salah satu pihak terkait dalam sebuah transaksi jual beli. Baik itu pihak pembeli, maupun pihak penjual. Banyak aspek yang berpotensi menjadi faktor penyebab dikategorikannya sebuah transaksi jual beli menjadi tidak sehat, dalam arti terdapat kecurangan di antaranya adalah penjual, pembeli dan objek barang.

Walaupun syariat Islam menggariskan ketentuan sebagaimana dijelaskan di atas, bukan berarti Islam mengabaikan aspek akhlak mulia dan kedermawanan dalam perniagaan. Karena itu walaupun penjual secara prinsip berhak untuk menolak pembatalan yang diajukan oleh pembeli, akan tetapi dia dianjurkan untuk mengalah dan menerima kembali barang yang pernah dia jual dan mengembalikan uang pembayarannya. Hal ini seperti yang telah disebutkan dalam sebuah hadits sebagai berikut:

مَنْ أَقَالَ نَادِمًا بَيْعَتَهُ أَقَالَ اللَّهُ عَثْرَتَهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ

Artinya: “Barangsiapa yang menerima pembatalan orang yang menyesali pembeliannya/penjualannya, niscaya kelak pada Hari Kiamat Allah akan menghapus kesalahannya”.<sup>4</sup>

Syariat Islam mensyariatkan suatu hak untuk para pembeli dan penjual, yang dengan hak ini dia dapat membatalkan akad penjualan atau pembelian

---

<sup>2</sup> *Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 83

<sup>3</sup> *Ibid.*, h. 69

<sup>4</sup> Muhammad Arifin bin Badri, *Panduan Praktis Fikih Perniagaan Islam*, (Jakarta: Darul Haq, 2015), h. 69

yang sedang atau telah dia jalin, sehingga akad jual beli benar-benar dapat terlaksana atas asas suka sama suka, tanpa ada keterpaksaan sedikitpun.<sup>5</sup>

Produsen mempunyai hak dan kewajiban memberikan informasi yang jelas dan benar terkait barang yang dijualnya, selain itu konsumen juga harus teliti dalam memilih barang yang ditawarkan agar mereka tidak merasa tertipu dengan barang yang ditawarkan. Oleh sebab itu, perlu adanya sistem *khiyar* dalam transaksi jual beli yang mana dimaksudkan agar tidak ada pihak yang dikecewakan di kemudian hari.

Mengenai *khiyar*, sebagaimana tertulis dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Bab X tentang khiyar pasal 276 ayat 3 menyebutkan bahwa “pembeli berhak untuk meneruskan atau membatalkan akad jual beli apabila benda yang dibelinya tidak sesuai dengan contoh”.<sup>6</sup> *Khiyar* adalah “hak memilih, yakni boleh memilih antara dua hal, yakni apakah hendak tetap meneruskan akad jual beli atau membatalkan atau mengurungkan jual beli”.<sup>7</sup>

Adapun hal-hal yang dilarang oleh pelaku usaha dalam menjual barangnya adalah tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut, hal ini sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Bab IV tentang perbuatan yang dilarang oleh pelaku usaha pasal 8.

Selanjutnya, seperti yang diketahui bahwa di Kota Metro terdapat banyak toko-toko sepeda motor yang menawarkan motor dengan dua macam pembelian yaitu dengan pembelian secara langsung dan pesanan. Dalam

---

<sup>5</sup> *Ibid.*, h. 175

<sup>6</sup> *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.*, h. 82

<sup>7</sup> Gamal Komandoko, *Ensiklopedia Istilah Islam*, (Yogyakarta: Cakrawala, 2009), h. 217

pembayarannya pun ada dua cara yaitu dengan *cash* atau angsuran. Dalam transaksinya, toko-toko tersebut pasti mengalami pembatalan pembelian dari pembeli berkenaan dengan sepeda motor yang dipesan.

Hal ini dapat dilihat berdasarkan *pra survey* yang peneliti lakukan, di salah satu *showroom* motor di Kota Metro yang berada di Metro Pusat yakni Graha Motor yang menjual berbagai macam merek sepeda motor. Motor-motor yang ditawarkan oleh showroom-showroom motor di Kota Metro mayoritas adalah motor second. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan pembeli yaitu saudari Maya Dewi yang membeli sepeda motor merek Honda Beat di Graha Motor. Saudari Maya Dewi mengeluhkan sepeda motor yang dibelinya, pasalnya setelah sepeda motor saudari Maya Dewi terima dan dibawa pulang, baru sehari dipakai sudah terdengar suara gemuruh (kemrosok) di bagian mesin motor. Padahal sebelum dibawa pulang, keadaan motor sudah saudari Maya Dewi cek, namun kurang memperhatikan suara mesin. Hal tersebut menimbulkan rasa kecewa bagi saudari Maya Dewi, yang kemudian sepeda motor tersebut dikembalikan kepada pihak Graha Motor.<sup>8</sup>

Berdasarkan permasalahan di atas telah jelas bahwa dalam transaksi jual beli tidak selamanya berjalan lancar dan berjalan mulus. Adanya suatu ketidakpuasan dari pembeli yang membatalkan pembelian merupakan salah satu faktornya karena terdapat kecacatan pada barang yang dibeli. Seperti komplain yang dilakukan oleh pembeli sepeda motor yang mendapati

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Saudari Maya Dewi pada Tanggal 22 Mei 2017

kejanggalan pada suara mesin motor yang akan dibeli di Graha Motor Metro Pusat.

Melihat fenomena dan realita di atas maka penulis tertarik mengangkat sebuah kajian penelitian skripsi dengan judul “Pemahaman Konsumen terhadap Hak Khiyar (Studi Kasus pada Showroom Motor di Kota Metro)”.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang akan dibahas adalah “Bagaimanakah Pemahaman Konsumen terhadap Hak Khiyar (Studi Kasus pada Showroom Motor di Kota Metro)?”

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pemahaman Konsumen terhadap Hak Khiyar (Studi Kasus pada Showroom Motor di Kota Metro).
2. Manfaat Penelitian
  - a. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada masyarakat luas tentang Pemahaman Konsumen terhadap Hak Khiyar (Studi Kasus pada Showroom Motor di Kota Metro).
  - b. Secara teoritis bahwa hasil penelitian ini diharapkan dapat mengenalkan kepada masyarakat tentang suatu bentuk keilmuan hukum Islam yang meliputi seluruh aspek kehidupan dan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pengembangan ilmu

pengetahuan khususnya hukum ekonomi Syari'ah, khususnya tentang Pemahaman Konsumen terhadap Hak Khiyar.

#### **D. Penelitian Relevan**

Penulisan skripsi ini penulis menemukan beberapa skripsi yang dapat dijadikan kajian terdahulu bagi penulis diantaranya sebagai berikut:

1. Skripsi yang ditulis oleh Syafrizal Qurnain Rahmatullah dengan judul “Konsep Khiyar Ghabn dalam Perspektif Mazhab Hanafi dan Hanbali Serta Relevansinya dengan Transaksi Bisnis Modern”. Dalam penelitian Mawardi menerangkan bahwa khiyar ghabn tersebut sangat relevan untuk diterapkan pada transaksi bisni modern seperti e-comere atau jual beli online, jual beli jempu bola, jual beli promo dsb dengan berbagai variasinya. Dalam beberapa model transaksi tersebut pihak pembeli kemungkinan besar susah untuk mengetahui informasi harga yang sesungguhnya sehingga rawan tertipu pada jumlah harga. Dalam kontek melindungi konsumen agar tidak tertipu dengan harga barang yang dibelinya itulah khiyar ghabn mempunyai signifikansi.<sup>9</sup>
2. Skripsi yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli HP Second di Desa Segoroyoso Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul” oleh R. Jauhar Arifin. Masalah yang ada dalam penelitian ini secara umum adalah bahwa dalam jual beli HP second di Segoroyoso sangat mungkin terjadi unsur gharar atau penipuan pada

---

<sup>9</sup> Marwadi, *Konsep Khiyar Ghabn dalam Perspektif Mazhab Hanafi dan Hanbali serta Relevansinya dengan Transaksi Bisnis Modern*, (Purwokerto: IAIN Purwokerta, 2016), h. 74

obyeknya. Ketika pembeli membeli HP second, mereka tidak mengetahui kualitas maupun cacat baik yang terlihat maupun cacat tersembunyi. Dampak yang muncul kemudian adalah konsumen merasa ditipu atau dicurangi dan menganggap penjual tidak bertanggung jawab atas barang yang dijualnya. Kadang kala garansi yang diberikan kepada pihak konsumen tidak mencukupi untuk mengetahui bahwa barang tersebut layak pakai atau tidak. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dengan dasar barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan seperti kebanyakan penjual lainnya maka kerusakan yang di luar tanggung jawab penjual, sehingga kerusakan dan kelemahan barang yang dibeli setelah terjadinya proses transaksi dibebankan sepenuhnya pada pihak konsumen.<sup>10</sup>

3. Skripsi yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli HP Bekas (Studi di Pertokoan Komplek Stasiun Purwokerto Timur)” oleh Yuli Haryati. Penelitian ini menyebutkan bahwa praktik pelaksanaan jual beli Hp bekas di Stasiun Purwokerto Timur sama seperti jual beli pada umumnya, hukum yang diakibatkan dari praktik jual beli Hp bekas di Stasiun Purwokerto Timur dengan adanya pengaduan dari pembeli dan pihak penjual mengingkari pada masa khiyar yaitu penjual yang mengenakan penambahan biaya perbaikan kepada pembeli yang mengkomplain pada masa garansi atau khiyar maka hukum jual beli

---

<sup>10</sup> R. Jauhar Arifin, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli HP Second di Desa Segoroyoso Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul*, (Yogyakarta: Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kali Jaga Yogyakarta, 2008)

tersebut menjadi *fasid*. Akad yang telah memenuhi rukun dan syarat terbentuknya, tetapi belum memenuhi syarat keabsahannya.<sup>11</sup>

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah peneliti paparkan di atas, terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian terdahulu. Persamaannya terletak pada pembahasan jual beli. Adapun perbedaannya terletak pada sistem yang dipakai serta objek barang yang ditawarkan. Persamaan lainnya yaitu bahwa penelitian yang akan peneliti lakukan dengan penelitian terdahulu sama-sama penelitian lapangan.

---

<sup>11</sup> Yuli Haryati, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli HP Bekas (Studi di Pertokoan Komplek Stasiun Purwokerto Timur)*, (Purwokerto: Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam STAIN Purwokerto, 2015)

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Konsumen

##### 1. Pengertian Konsumen

Konsumen adalah pengguna akhir (*end user*) dari suatu produk, yaitu setiap pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>12</sup>

Konsumen adalah pengguna barang-barang yang dihasilkan (produksi). Konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>13</sup>

Untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkan-kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.<sup>14</sup>

Konsumen adalah setiap individu atau kelompok yang menjadi pembeli atau pemakai akhir dari kepemilikan khusus, produk, atau

---

<sup>12</sup> Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2013), h. 227

<sup>13</sup> M. Firdaus Sholihin & Wiwin Yulianingsih, *Kamus Hukum Kontemporer*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), h. 108

<sup>14</sup> Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis, Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014), h. 191

pelayanan dan kegiatan, tanpa memperhatikan apakah ia berasal dari pedagang, pemasok, produsen pribadi atau public, atau apakah ia berbuat sendiri ataukah secara kolektif.<sup>15</sup>

Konsumen dalam hukum ekonomi Islam tidak terbatas pada orang-perorangan saja, tetapi juga mencakup suatu badan hukum (*al-syakhshiyat al-ma'nawiyah*), seperti yayasan wakaf atau perusahaan dan lembaga tertentu.

Jadi konsumen bisa orang-perorangan atau sekelompok masyarakat maupun makhluk hidup lain yang membutuhkan barang dan/atau jasa untuk dikonsumsi oleh yang bersangkutan, atau dengan kata lain barang/jasa tersebut tidak untuk diperdagangkan.

## **2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen**

Upaya perlindungan konsumen di tanah air didasarkan pada sejumlah asas dan tujuan yang telah diyakini bisa memberikan arahan dalam implementasinya di tingkatan praktis. Dengan adanya asas dan tujuan yang jelas, hukum perlindungan konsumen memiliki dasar pijakan yang benar-benar kuat.

Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen pasal 2, ada lima asas perlindungan konsumen.

### **a. Asas manfaat**

Maksud asas ini adalah untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan

---

<sup>15</sup> R. Jauhar Arifin, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli HP Second di Desa Segoroyoso Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul*, (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga, 2008), h. 34

manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

- b. Asas keadilan  
Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat bias diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan  
Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti material maupun spiritual.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen  
Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang/jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas kepastian hukum  
Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum.<sup>16</sup>

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) sebagai mana yang tercantum dalam pasal 3 adalah Perlindungan konsumen bertujuan:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan / atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapat informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;

---

<sup>16</sup> Undang-Undang Perlindungan Konsumen 1999, (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), h. 38-

- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungna usaha produksi barang dan/atau jasa kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.<sup>17</sup>

### **3. Hak dan Kewajiban Konsumen Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen**

Sebagai pemakai barang atau jasa konsumen memiliki suatu hak dan kewajiban. Pengetahuan tentang hak-hak konsumen sangat penting agar orang bisa bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan apabila terdapat adanya suatu tindakan yang tidak adill terhadap dirinya ia secara spontan menyadari akan hal itu. Dan konsumen akan dapat bertindak lebih jauh untuk memperjuangkan hak-haknya.

Mengenai ketentuan hak dan kewajiban konsumen diatur dalam Bab III Bagian Pertama pasal 4 dan pasal 5 UUPK. Dalam pasal 4 menyebutkan hak konsumen adalah:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisidan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak unduk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

---

<sup>17</sup> *Ibid.*, h. 4

- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.<sup>18</sup>

Hak-hak konsumen di atas, menurut Yusuf Sofraie, sebagaimana dikutip oleh Zaeni Asyhadie secara hipotetis sudah tersirat dalam Undang-Undang Hak Asasi Manusia, yaitu:

- a. hak untuk hidup (Pasal 9 Undang-Undang Hak Asasi Manusia), dalam hal ini hak untuk hidup bahagia sejahtera lahir batin, hak untuk meningkatkan taraf hidup, dan hak atas lingkungan hidup yang baik dan sehat.
- b. Hak mengembangkan diri (Pasal 11 sampai dengan Pasal 16 Undang-Undang Hak Asasi Manusia), yang menyangkut hak atas pemenuhan kebutuhan dasar, hak untuk meningkatkan kualitas hidup, hak untuk memperoleh informasi.
- c. Hak untuk memperoleh keadilan (Pasal 17 sampai dengan Pasal 19 Undang-Undang Hak Asasi Manusia), dalam hal ini menyangkut hak untuk mengajukan permohonan, pengaduan, dan gugatan dalam perkara pidana, perdata dan administrasi.
- d. Hak untuk kesejahteraan (Pasal 36 sampai dengan Pasal 42 Undang-Undang Hak Asasi Manusia), yang menyangkut hak untuk mempunyai hak milik atas suatu benda yang tidak boleh dirampas sewenang-wenang dan melanggar hukum, hak untuk berkehidupan yang layak.<sup>19</sup>

Selain memiliki beberapa hak sebagaimana dijelaskan di atas, seorang konsumen juga memiliki sejumlah kewajiban yang harus diperhatikan. Sebagaimana yang terdapat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen pasal 5 yang menyatakan bahwa kewajiban konsumen adalah sebagai berikut:

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;

---

<sup>18</sup> *Ibid.*, h. 5

<sup>19</sup> Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis.*, h. 195

- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.<sup>20</sup>

#### **4. Hak dan Kewajiban Konsumen Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah**

Mengenai hak dan kewajiban bagi konsumen serta kaitannya dengan pemenuhan hak komplain jika ditinjau dengan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) maka penjual dan pembeli mendapat pilihan hak untuk memilih melanjutkan atau membatalkan akad jual beli yang dilakukannya serta demi melindungi diri, hal ini sesuai dengan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Bab X tentang Khiyar pasal 276 yaitu sebagai berikut:

- 1) Pembeli berhak memeriksa contoh benda yang akan dibelinya.
- 2) Pembeli berhak untuk meneruskan atau membatalkan akad jual beli benda yang telah diperiksanya.
- 3) Pembeli berhak untuk meneruskan atau membatalkan akad jual beli apabila benda yang dibelinya tidak sesuai dengan contoh.
- 4) Hak untuk memeriksa benda yang akan dibeli, dapat diwakilkan kepada pihak lain.<sup>21</sup>

Selanjutnya, mengenai hal tersebut di atas, penjual wajib mengembalikan uang pembelian kepada pembeli apabila barang yang diperjual belikan cacat karena kelalaian dari penjual. Hal ini sesuai dengan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Bab X tentang khiyar pasal 281 sebagai berikut:

---

<sup>20</sup> *Undang-Undang Perlindungan Konsumen 1999.*, h. 5-6

<sup>21</sup> *Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah*, ed. Rev, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 81-82

- 1) 'Aib benda yang menimbulkan perselisihan antara pihak penjual dan pihak pembeli diselesaikan oleh pengadilan.
- 2) 'Aib benda diperiksa dan ditetapkan oleh ahli dan/atau lembaga yang berwenang.
- 3) Penjual wajib mengembalikan uang pembelian kepada pembeli apabila objek dagangan 'aib karena kelalaian penjual.
- 4) Pengadilan berhak menolak tuntutan pembatalan jual beli dari pembeli apabila 'aib benda terjadi karena kelalaian pembeli.<sup>22</sup>

## B. *Khiyar*

### 1. Pengertian *Khiyar*

Kata *khiyar* menurut Bahasa ialah memilih mana yang lebih baik dari dua hal atau lebih. Sedangkan menurut istilah, yang dimaksud dengan *khiyar* adalah para pihak yang melakukan transaksi diberi hak memilih untuk melangsungkan atau membatalkan transaksinya sesuai dengan syarat dan sebab-sebab tertentu.<sup>23</sup>

*Khiyar* adalah “hak memilih, yakni boleh memilih antara dua hal, yakni apakah hendak tetap meneruskan akad jual beli atau membatalkan atau mengurungkan jual beli”.<sup>24</sup> *Khiyar* adalah “memilih antara mengerjakan dan tidak mengerjakan. Atau memilih mana yang baik dari dua perbuatan dalam meneruskan penjualan atau membatalkannya”.<sup>25</sup>

Pengertian *khiyar* menurut ulama fiqih adalah:

---

<sup>22</sup> *Ibid.*, h. 83

<sup>23</sup> Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), h. 48

<sup>24</sup> Gamal Komandoko, *Ensiklopedia Istilah Islam*, (Yogyakarta: Cakrawala, 2009), h. 217

<sup>25</sup> Teungku Muhammad Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Ilmu Fiqih*, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 1997), h. 222

أَنْ يَكُونَ لِلْمُتَعَاقِدِ الْحَقُّ فِي إِمْضَاءِ الْعَقْدِ أَوْ فُسْخِهِ إِنْ كَانَ الْخِيَارُ  
خِيَارُ شَرْطٍ أَوْ رُؤْسَةٍ أَوْ عَيْبٍ أَوْ أَنْ يَخْتَارَ أَحَدُ الْبَيْعَيْنِ إِنْ كَانَ  
الْخِيَارُ خِيَارُ تَعْيِينٍ.

Artinya: “Suatu keadaan yang menyebabkan *aqid* memiliki hak untuk memutuskan akadnya, yakni menjadikan atau membatalkannya jika *khiyar* tersebut berupa *khiyar syarat*, ‘*aib* atau *ru’yah*, atau hendaklah memilih di antara dua barang jika *khiyar ta’yin*”.<sup>26</sup>

Menurut Wahbah, sebagaimana dikutip oleh Fathurrahman bahwa *khiyar* adalah “suatu keadaan yang menyebabkan orang yang berakad (*aqid*) memiliki hak untuk memutuskan akadnya, yakni melanjutkan atau membatalkannya jika *khiyar* tersebut berupa *khiyar syarat*, ‘*aib* atau *ru’yah*, atau memilih di antara dua barang jika berupa *khiyar ta’yin*”.<sup>27</sup>

Menurut Rachmat Syafe’i *khiyar* adalah suatu keadaan yang menyebabkan *aqid* memiliki hak untuk memutuskan akadnya, yakni menjadikan atau membatalkannya jika *khiyar* tersebut berupa *khiyar syarat*, ‘*aib* atau *ru’yah*, atau hendaklah memilih di antara dua barang jika *khiyar ta’yin*.<sup>28</sup>

Fathurrahman mendefinisikan *khiyar* sebagai suatu keadaan yang menyebabkan orang yang berakad (*aqid*) memiliki hak untuk memutuskan akadnya, yakni melanjutkan atau membatalkannya jika *khiyar* tersebut

---

<sup>26</sup> Rachmat Syafe’i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 103

<sup>27</sup> Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian*, h. 48

<sup>28</sup> Rachmat Syafe’i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hal. 103

berupa *khiyar syarat*, '*aib* atau *ru'yah*, atau memilih di antara dua barang jika berupa *khiyar ta'yin*'.<sup>29</sup>

## 2. Tujuan *Khiyar*

Tujuan dari *khiyar* menurut syara' yaitu memberikan hak kepada para pihak agar tidak mengalami kerugian atau penyesalan di belakang hari oleh sebab-sebab tertentu yang timbul dari transaksi yang dilakukannya, baik mengenai harga, kualitas, atau kuantitas barang tersebut. Di samping itu, hak *khiyar* juga dimaksudkan untuk menjamin agar akad yang diadakan benar-benar terjadi atas kerelaan penuh dari para pihak bersangkutan karena sukarela itu merupakan asas bagi sahnya suatu akad.<sup>30</sup>

## 3. Macam-macam *Khiyar*

Hendi Suhendi membagi *khiyar* menjadi tiga macam sebagai berikut:

- a. *Khiar majelis*, artinya antara penjual dan pembeliboleh memilih akan melanjutkan jual beli atau membatalkannya. Selama keduanya masih ada dalam satu tempat (majelis), *khiar majelis* boleh dilakukan dalam berbagai jual beli.
- b. *Khiar syarat*, yaitu penjualan yang di dalamnya disyaratkan sesuatu baik oleh penjual maupun oleh pembeli.
- c. *Khiar 'aib*, artinya dalam jual beli ini disyaratkan kesempurnaan benda-benda yang dibeli.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hal. 48

<sup>30</sup> *Ibid.*, h. 48

<sup>31</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 83-84

Menurut Fathurrahman *khiyar* ada tujuh macam, yaitu *khiyar majlis*, *khiyar syarat*, *khiyar ru'yah*, *khiyar ta'yin*, *khiyar 'aib*, *khiyar naqd*, dan *khiyar wasf*. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

- a. *Khiyar Majlis*  
*Khiyar majlis* yaitu hak bagi semua pihak yang melakukan akad untuk membatalkan akad selagi masih berada di tempat akad dan kedua belah pihak belum berpisah.
- b. *Khiyar Syarat*  
*Khiyar syarat* diartikan di antaranya adalah suatu keadaan yang membolehkan salah seorang pihak yang berakad atau masing-masing pihak atau pihak-pihak lain memiliki hak atas pembatalan atau penetapan akad selama waktu yang ditentukan.
- c. *Khiyar Ta'yin*  
*Khiyar ta'yin* yaitu hak pilih bagi pembeli dalam menentukan barang yang berbeda kualitas. Apabila seseorang mengadakan akad jual beli yang objeknya tidak hanya berupa sebuah barang, tetapi terdapat banyak jenis barang dan pihak penjual meminta pembeli untuk memilih mana yang disenangi, hak pembeli untuk menentukan pilihan salah satu barang itu disebut *khiyar ta'yin*.
- d. *Khiyar Aib*  
*Khiyar aib* diartikan sebagai keadaan yang membolehkan salah seorang yang berakad memiliki hak untuk membatalkan akad atau melangsungkannya ketika ditemukannya kecacatan (*aib*) dari salah satu yang dijadikan alat tukar menukar yang tidak diketahui pemilikinya pada waktu akad.
- e. *Khiyar Ru'yah*  
*Khiyar ru'yah* yaitu hak pilih bagi pembeli untuk menyatakan berlaku atau batalnya jual beli yang ia lakukan terhadap suatu objek yang belum ia lihat ketika akad berlangsung.
- f. *Khiyar Naqd*  
*Khiyar naqd* yaitu jual beli yang dilakukan oleh dua orang dengan syarat apabila pembeli tidak melakukan *khiyar* ini dalam waktu tertentu maka tidak terjadi jual beli antara keduanya.
- g. *Khiyar Wasf*  
*Khiyar wasf* yaitu memilih membatalkan (*fasakh*) atau meneruskan jual beli pada saat ditemukan bahwa barang yang dibeli tersebut tidak sesuai dengan sifat-sifat yang dikehendakinya.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian.*, h. 48-56

Mengenai macam-macam *khiyar*, ulama mazhab berbeda pendapat dalam pembagiannya. Hal ini sebagaimana yang telah dikutip oleh Rachmat Syafe'i sebagai berikut:

Menurut ulama Hanafiyah, jumlahnya ada 17. Ulama Malikiyah membagi *khiyar* menjadi dua bagian, yaitu *khiyar al-taammul* (melihat, meneliti), yakni *khiyar* secara mutlak dan *khiyar naqish* (kurang), yakni apabila terdapat kekurangan atau 'aib pada barang yang dijual (*khiyar al-hukmy*). Ulama Malikiyah berpendapat bahwa *khiyar majlis* itu batal.

Ulama Syafi'iyah berpendapat bahwa *khiyar* terbagi dua, *khiyar at-tasyahi* adalah *khiyar* yang menyebabkan pembeli memperlama transaksi sesuai dengan selera terhadap barang, baik dalam majlis maupun syarat. Kedua adalah *khiyar naqishah* yang disebabkan adanya perbedaan dalam lafazh atau adanya kesalahan dalam perbuatan atau adanya penggantian. Adapun *khiyar* yang didasarkan pada syara' menurut ulama Syafi'iyah ada 16 (enam belas) dan menurut ulama Hanabilah jumlah *khiyar* ada 8 (delapan) macam.

Berdasarkan penjelasan di atas diketahui bahwa *khiyar* bermacam-macam. Namun yang paling mashur dan sering dibahas ada tiga yaitu *khiyar syarat*, *khiyar majlis* dan *khiyar 'aib*.

### **C. Prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syari'ah**

Dalam ibadah kaidah hukum yang berlaku adalah bahwa semua hal dilarang, kecuali yang ada ketentuannya berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadits. Sedangkan dalam urusan muamalah, semuanya diperbolehkan kecuali ada dalil yang melarangnya. Ini berarti ketika suatu transaksi baru muncul dan belum dikenal sebelumnya dalam hukum Islam, maka transaksi tersebut dianggap dapat diterima, kecuali terdapat implikasi dari dalil Qur'an dan Hadits yang melarangnya, baik secara eksplisit maupun implisit. Dengan

demikian, dalam bidang muamalah, semua transaksi dibolehkan kecuali yang diharamkan.<sup>33</sup>

Hal ini menunjukkan bahwa semua transaksi dan perbuatan di bidang muamalah diperbolehkan selama belum adanya dalil Al-Qur'an dan Al-Hadits yang menyebutkan pengharamannya. Adapun mengenai masalah-masalah yang baru muncul masih perlu adanya suatu kajian yang membahas mengenai masalah baru tersebut.

Dunia Islami yang pada awalnya memang berawal dari peradaban Arab, adalah suatu zaman yang telah maju apabila dibandingkan dengan peradaban yang lain, terutama dalam dunia perdagangan.<sup>34</sup> Sudah menjadi kelaziman dalam dunia dagang dipergunakan berbagai macam ukuran untuk menentukan banyak dan jumlah barang yang ditransaksikan.

Ekonomi syariah adalah usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh orang perorang, kelompok orang, badan usaha yang berbadan hokum atau tidak berbadan hokum dalam rangka memenuhi kebutuhan yang bersifat komersial dan tidak komersial menurut prinsip syariah.<sup>35</sup>

Pendapat lain mengatakan bahwa ekonomi islam tidak terjebak untuk memperdebatkan antara normative dan positif. Ilmu ekonomi Islami memandang bahwa permasalahan ekonomi dapat dikelompokkan ke dalam

---

<sup>33</sup> Adiwarmman A. Karim, *Bank Islam, Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), h. 29-30

<sup>34</sup> Adiwarmman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta; Rajawali Pers, 2014), ed. 5, cet. 6, h. 13

<sup>35</sup> *Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah.*, h. 3

dua hal, yaitu ilmu ekonomi (*science of economics*) dan doktrin ilmu ekonomi (*doctrine of economics*).<sup>36</sup>

Ilmu ekonomi Islami adalah sebuah system ekonomi yang menjelaskan segala fenomena tentang perilaku pilihan dan pengambilan keputusan dalam setiap unit ekonomi dengan memasukkan tata aturan syariah sebagai variable independen (ikut memengaruhi segala pengambilam keputusan ekonomi).<sup>37</sup>

Berdasarkan pendapat di atas dapat dijelaskan bahwa ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari prilaku ekonomi manusia yang prilakunya diatur berdasarkan peraturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam.

Prinsip ekonomi Islam adalah penerapan asas efisien dan manfaat dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan alam. Secara garis besar ekonomi Islam memiliki beberapa prinsip dasar yaitu:

1. *Multitype Ownership* (Kepemilikan Multijenis)  
Prinsip ini adalah terjemahan dari nilai tauhid; pemilik primer langit, bumi dan seisinya adalah Allah, sedangkan manusia diberi amanah untuk mengelolanya.
2. *Freedom to act* (Kebebasan Bertindak/Berusaha)  
Ketika menjelaskan nilai nubuwwah, kita sudah sampai pada kesimpulan bahwa penerapan nilai ini akan melahirkan pribadi-pribadi yang professional dan prestatif dalam segala bidang, termasuk bidang ekonomi dan bisnis. Pelaku-pelaku ekonomi dan bisnis menjadikan nabi sebagai teladan dan model dalam melakukan

---

<sup>36</sup> Adiwarmman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami.*, h. 4

<sup>37</sup> *Ibid.*, h. 5

aktivitasnya. Sifat-sifat nabi yang dijadikan model tersebut terangkum ke dalam empat sifat utama yakni siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh.

3. *Social Justice* (Keadilan Sosial).

Semua system ekonomi mempunyai tujuan yang sama yaitu menciptakan system perekonomian yang adil. Namun tidak semuanya system tersebut mampu dan secara konsisten menciptakan system yang adil. System yang baik adalah system yang dengan tegas dan secara konsisten menjalankan prinsip-prinsip keadilan.<sup>38</sup>

Berdasarkan uraian di atas mengandung arti bahwa ketiga prinsip ekonomi Islam tersebut yakni kepemilikan multijenis, kebebasan bertindak/berusaha, serta keadilan sosial merupakan ciri-ciri sistem ekonomi Islami yang harus dijalankan dan dilaksanakan oleh pelaku bisnis khususnya bagi pelaku bisnis Islam.

Jika dikaitkan dengan hukum ekonomi syari'ah, terdapat prinsip-prinsip utama yang perlu diaplikasikan oleh sang pelaku bisnis, di antaranya:

- a. Memuliakan pelanggan atau mitra bisnis sebagai saudara
- b. Menawarkan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat
- c. Menawarkan barang atau jasa yang mendorong produktivitas.
- d. Menawarkan cara bersaing sehat dengan pelaku bisnis lainnya.
- e. Menawarkan barang dan jasa yang halal.
- f. Menawarkan barang dan jasa yang berkualitas
- g. Menawarkan barang dan jasa yang tidak merusak lingkungan.
- h. Menawarkan barang dan jasa yang bermanfaat sosial, bukan hanya menguntungkan secara pribadi.

---

<sup>38</sup> *Ibid.*, h. 42-43

- i. Menawarkan produk dan cara kerja yang menghemat sumber daya dan tidak menimbulkan maksiat.<sup>39</sup>

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa jika hal tersebut dilaksanakan dengan benar oleh pihak penjual dan pembeli, berarti proses jual beli yang mereka laksanakan sudah sesuai dengan hukum syari'ah. Begitu juga dengan transaksi jual beli *nickname game online*, apabila dalam transaksinya tidak berdasarkan prinsip-prinsip di atas, maka jual belinya menjadi tidak sah. Beberapa pendapat ulama dan penjelasan yang telah dipaparkan di atas cukup jelas bahwa transaksi perdagangan atau jual beli yang dilakukan via media elektronik hukumnya sah. Kecanggihan media elektronik dapat membuat suasana dalam dunia maya menjadi seolah nyata.

Hidayat menyatakan, seperti yang dikutip oleh Buchari Alma dan Donni Juni Priansa bahwa prinsip-prinsip yang mendasari ekonomi syari'ah adalah:

1. Keadilan  
Kegiatan ekonomi yang dijalankan harus secara transparan dan jujur serta tidak ada eksploitasi terhadap lawan transaksi atas dasar kontrak yang adil.
2. Menghindari kegiatan yang merusak  
Larangan untuk melakukan transaksi atas barang-barang yang dapat merugikan dan membahayakan manusia dimana termasuk proses pembuatan produk tersebut.

---

<sup>39</sup> Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 72-

### 3. Kemaslahatan Umat

Berarti tidak diperkenankannya spekulasi dan adanya pemerataan dalam hal kepemilikan akses yang sebesar-besarnya bagi masyarakat untuk memperoleh sumberdaya.<sup>40</sup>

Buchari Alma dan Donni mengatakan bahwa prinsip-prinsip dasar ekonomi syari'ah ada lima yaitu:

#### 1. Kebebasan individu

Kebebasan manusia dalam syariah didasarkan atas nilai-nilai tauhid, yaitu suatu nilai yang membebaskan dari segala sesuatu, kecuali Allah.

#### 2. Hak terhadap harta

Syari'ah mengatur kepemilikan harta didasarkan atas kemaslahatan bersama, sehingga keberadaan harta akan menimbulkan sikap saling menghargai dan menghormatinya. Hal ini terjadi karena bagi seorang muslim harta hanya merupakan titipan Allah.

#### 3. Jaminan sosial

Pengaruh sosial dari zakat tampak dari dua segi, yaitu segi pengambilannya dari orang-orang kaya dan segi pemberiannya kepada orang-orang fakir (membutuhkan).

#### 4. Larangan menumpuk kekayaan dan pentingnya mendistribusikan kekayaan

Sistem ekonomi syariah membatasi, bahkan melarang setiap individu dengan alasan apapun menumpuk kekayaan dan tidak mendistribusikannya kepada orang lain. Sehingga seorang muslim sejati mempunyai keharusan untuk mencegah dirinya supaya tidak

---

<sup>40</sup> Buchari Alma & Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah, Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, (Bandung; Alfabeta, 2014), cet. 2, h. 84

berlebihan dalam segala hal atau melampaui batas, karena sifat menumpuk kekayaan merupakan sifat yang rakus dan merugikan orang lain.

5. Kesejahteraan individu dan masyarakat.  
Pengakuan akan hak individu dan masyarakat sangat diperhatikan dalam syariah. Masyarakat akan menjadi faktor yang dominan dalam pembentukan sikap individu sehingga karakter individu banyak dipengaruhi oleh karakter masyarakat. Demikian pula sebaliknya, masyarakat akan ada ketika individu-individu itu eksistensinya ada.<sup>41</sup>

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa apabila dalam melaksanakan jual beli berpatok pada prinsip-prinsip tersebut yakni kebebasan individu, hak terhadap harta, jaminan sosial, larangan menumpuk harta dan kesejahteraan masyarakat, maka sudah pasti pelaksanaan jual beli yang dilaksanakan sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

---

<sup>41</sup> *Ibid.*, h. 81-84

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti memilih jenis penelitian *field research* (penelitian lapangan) yaitu penelitian yang “memusatkan perhatian pada suatu kasus secara intensif dan terperinci mengenai latar belakang keadaan sekarang yang dipermasalahkan”.<sup>42</sup>

Penelitian lapangan atau penelitian kasus bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan sesuatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.<sup>43</sup> Adapun penelitian ini dilakukan terhadap Showroom Motor di Kota Metro.

##### **2. Sifat Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian”.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 9

<sup>43</sup> Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 46

<sup>44</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 3

Dengan demikian maka peneliti mendeskripsikan atau menguraikan data-data yang berkaitan dengan komplain, jual beli dengan cacat tersembunyi, serta penyelesaian komplain tersebut dilihat dari sudut pandang hukum ekonomi syari'ah, kemudian peneliti menganalisisnya guna untuk mendapatkan suatu pandangan atau kesimpulan berupa kata-kata yang relevan pada saat ini.

Berdasarkan pendapat di atas dapat dipahami bahwa penelitian berupa pengungkapan fakta yang ada yaitu suatu penelitian yang terfokus pada usaha yang mengungkap suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya dan dipelajari sebagai suatu yang utuh.

Penelitian deskriptif kualitatif ialah penelitian yang digunakan untuk mencari informasi atau mengetahui bagaimanakah situasi atau kondisi dan kejadian yang terjadi dalam rangka untuk mendapatkan data dan fakta dalam persoalan yang sebenarnya.

Penelitian yang akan peneliti laksanakan merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang mengungkapkan gejala-gejala yang tampak dan mencari fakta-fakta khususnya mengenai masalah yang akan peneliti teliti dalam penelitian ini yaitu mengenai Pemahaman Konsumen Terhadap Hak Khiyar (Studi Kasus pada Showroom Motor di Kota Metro).

## **B. Sumber Data**

Untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan penelitian ini, maka sumber datanya diperoleh dari dua sumber yaitu:

## 1. Sumber Data Primer

“Data primer ialah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti”.<sup>45</sup>

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>46</sup> Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari individu-individu yang diselidiki atau data tangan pertama.<sup>47</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi sumber primernya yaitu para konsumen (Maya Dewi, Roni Irawan dan Yeni Agustin) serta pemilik showroom motor di Kota Metro yaitu:

- a. Bapak Hindra Dabes Oktora pemilik showroom Mitra Link Motor Metro
- b. Ibu Vicilia T. pemilik showroom Anugrah Motor Metro
- c. Bapak Oon Setiawan pemilik showroom Graha Motor Metro

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah “data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, notulen rapat, SMS, dan lain-lain), foto-foto, film, rekaman video, benda-benda dan lain-lain yang dapat

---

<sup>45</sup> *Ibid.*, h. 22

<sup>46</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), cet. 12, h. 225

<sup>47</sup> S. Margono, *Metodologi Penelitian.*, h. 23

memperkaya data primer”.<sup>48</sup> Data sekunder merupakan data yang ada dalam pustaka-pustaka.<sup>49</sup>

“Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya, lewat orang lain atau lewat dokumen”.<sup>50</sup>

Berdasarkan pengertian di atas dapat dipahami bahwa yang dimaksud dengan sumber data sekunder adalah sumber data kedua yaitu sumber data yang diperoleh dari sumber lain yang tidak berkaitan secara langsung dengan peneliti ini, seperti data yang diperoleh dari perpustakaan antara lain buku-buku yang membahas tentang Pemahaman Konsumen Terhadap Hak Khiyar. Di antara buku-buku yang peneliti gunakan sebagai sumber sekunder adalah:

- a. Fiqih Muamalah karya Hendi Suhendi
- b. Pokok-pokok Hukum Perdata karya Subekti
- c. Undang-Undang Perlindungan Konsumen 1999 dan lain sebagainya.

### **3. Sumber Data Tersier**

“Merupakan data penjang selai sumber primer dan skunder. Data tersier di ambil dari berbagai buku, artikel, internet dan lain sebagainya. Data tersier berupa tinjauan pustaka mengenai definisi-definisi dan pendapat para ahli.”<sup>51</sup>

---

<sup>48</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian.*, h. 22

<sup>49</sup> S. Margono, *Metodologi Penelitian.*, h. 23

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian.*, h. 225

<sup>51</sup> Mukhamad Fathoni, *Jurnal Ilmiah*, Cofyright:[http:// mufaesa.blogspot.com](http://mufaesa.blogspot.com), dikutip tanggal 26 Januari 2013, pukul 09:25 WIB.

Sebagai bahan data tersier yang peneliti gunakan di antaranya buku-buku kamus, buku-buku metode penelitian, artikel serta buku-buku penunjang lainnya.

### C. Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Wawancara

Wawancara atau interview adalah “sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara”.<sup>52</sup> Selanjutnya, Margono berpendapat sebagai berikut:

“Interview adalah alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula. Ciri utama interview adalah kontak langsung dengan tatap muka antara mencari informasi (*interviewer*) dan sumber informasi (*interviewee*)”.<sup>53</sup>

Dengan demikian penelitian ini menggunakan wawancara campuran yaitu wawancara yang dilakukan oleh pewawancara dengan membawa sederetan pertanyaan lengkap dan terperinci. Adapun pihak-pihak yang diwawancarai adalah pembeli (Maya Dewi, Roni Irawan dan Yeni Agustin) dan para pemilik showroom motor di Kota Metro di antaranya:

- a. Bapak Antoni Hendrawan pemilik showroom Mitra Link Motor Metro
- b. Bapak Agus Darmadi pemilik showroom Anugrah Motor Metro

---

<sup>52</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian.*, h. 198

<sup>53</sup> S. Margono, *Metodologi Penelitian.*, h. 165

c. Bapak Donni Prasetyo pemilik showroom Graha Motor Metro

## 2. Dokumentasi

Menurut Suharsimi Arikunto “Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya.”<sup>54</sup>

Dokumentasi adalah “pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang”.<sup>55</sup>

Teknik dokumenter merupakan cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori, dalil atau hukum-hukum, dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.<sup>56</sup>

Metode dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data sejarah jual beli online, sistem pemasaran dan lain sebagainya yang berkenaan dengan Pemahaman Konsumen Terhadap Hak Khiyar. Selain itu, peneliti mengumpulkan data-data dalam buku-buku yang membahas tentang Pemahaman Konsumen Terhadap Hak Khiyar.

## D. Teknik Analisis Data

Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif. merupakan bagian dari proses penelitian yang sangat penting, karena dengan

---

<sup>54</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian.*, h. 201

<sup>55</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian.*, h. 240

<sup>56</sup> S. Margono, *Metodologi Penelitian.*, h. 181

analisis inilah data yang akan nampak manfaatnya terutama dalam memecahkan masalah penelitian dan mencapai tujuan akhir penelitian.

Metode yang digunakan dalam menganalisa data ini yaitu metode deduktif dan metode induktif:

1. Metode Berfikir Deduktif

Metode *deduktif*, yaitu: “Suatu penelitian di mana orang berangkat dari pengetahuan yang sifatnya umum, dan bertitik tolak dari pengetahuan yang umum itu kita hendak menilai suatu kejadian yang khusus”.<sup>57</sup>

Kaitan dengan skripsi ini, adalah metode *deduktif* ini digunakan pada saat peneliti mengumpulkan data-data perpustakaan secara umum, dari berbagai buku-buku fiqih, hadist dan sebagainya, tentang suatu konsep, teori ataupun pendapat tentang Pemahaman Konsumen Terhadap Hak Khiyar kemudian diambil kesimpulan secara khusus sampai pada suatu titik temu kebenaran atau kepastian.

Peneliti dalam menganalisis data menggunakan Metode Deduktif yaitu: berangkat dari pengetahuan umum dan bertitik tolak pada pengetahuan umum itu, kita hendak menilai suatu kejadian yang khusus.

2. Metode Berfikir Induktif

Berfikir *induktif*, yaitu: “Suatu penelitian di mana orang berangkat dari fakta-fakta khusus, peristiwa-peristiwa yang konkrit, kemudian dari

---

<sup>57</sup> Sutrisno Hadi, *Metologi Research*, (Yogyakarta: Andi, 2004), h. 41

fakta-fakta atau dari peristiwa-peristiwa yang khusus dan konkrit itu ditarik suatu kesimpulan yang bersifat umum.<sup>58</sup>

Berkaitan dengan skripsi ini, metode *induktif* digunakan untuk menganalisa atau menggali data-data yang berupa teori ataupun pendapat dan sebagainya yang bersifat khusus, yang berkaitan dengan Pemahaman Konsumen Terhadap Hak Khiyar, seperti dengan menganalisa hasil data yang telah didapat kemudian ditarik suatu kesimpulan.

Setelah penulis memperoleh data yang diperlukan, maka data tersebut diolah dan dianalisa dengan menggunakan analisis kualitatif yaitu proses mencari dan menyusun secara berurutan berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami menjadi sebuah penjelasan mengenai Pemahaman Konsumen Terhadap Hak Khiyar. Selanjutnya data tersebut dianalisa menggunakan berfikir induktif yaitu cara berfikir dengan cara berangkat dari pengetahuan yang sifatnya bertitik tolak dari khusus. Setelah semua data yang diperlukan didapat, kemudian dianalisis dan diambil kesimpulan bahwa metode analisis yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode yang cenderung menggunakan analisis untuk mengemukakan teori dan fakta-fakta nyata dari data yang ada untuk menggali pengetahuan tentang Pemahaman Konsumen Terhadap Hak Khiyar.

---

<sup>58</sup> *Ibid.*, h. 47

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **E. Profil Showroom Motor Metro**

##### **1. Showroom Mitra Link Motor Metro**

Showroom Motor Mitra Link Metro merupakan salah satu showroom motor yang ada di Kota Metro dengan pemilik usahanya adalah Bapak Hindra Dabes Oktora. Menurut beliau, showroom Mitra Link Metro berdiri pada tahun 2014. Inisiatif mendirikan showroom tersebut adalah ide Bapak Hindra sendiri. Saat mendirikan showroom Mitra Link Metro, modal yang dimiliki Bapak Hindra tidak banyak, hanya Rp. 50 juta, yang kemudian dari modal Rp. 50 juta tersebut beliau kembangkan hingga sekarang omset yang beliau dapatkan dari showroom tersebut sudah mencapai ratusan juta rupiah.<sup>59</sup>

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan Bapak Hindra mengenai perolehan perbulan, menurut Bapak Hindra dalam sebulan, Mitra Link Metro mampu mengeluarkan 5 sampai 10 unit motor. Pembelinya tidak hanya warga Kota Metro saja melainkan juga dari luar Kota Metro, seperti Pekalongan, Purbolinggo, Trimurjo, Batanghari dan lain sebagainya. Untuk keuntungan dari penjualan tersebut mencapai Rp.

---

<sup>59</sup> Hindra Dabes Oktora, Pemilik Showroom Mitra Link Metro, Wawancara pada Tanggal 14 Oktober 2017

10 juta sampai Rp. 30 juta perbulan. Hal ini membuktikan bahwa showroom Mitra Link Metro sudah dikenal oleh masyarakat luas.<sup>60</sup>

Selanjutnya, ketika peneliti mewawancarai Bapak Hindra mengenai sistem pemasarannya, beliau menjawab bahwa dalam pemasarannya, Mitra Link Metro tidak memakai strategi apapun, hanya mengandalkan pesan berantai yaitu dari mulut ke mulut. Menurutnya, bagi yang berminat membeli sepeda motor tinggal mendatangi langsung kantor Mitra Link Metro dan memilih motor yang diinginkan. Untuk merek motor, Mitra Link menyediakan berbagai macam merek di antaranya Yamaha, Kawasaki, Honda dan Suzuki.<sup>61</sup>

Setiap motor second yang ditawarkan oleh Mitra Link Metro, tidak semua motor tersebut dalam keadaan mulus, namun kondisinya masih bagus. Dari semua sepeda motor yang dijual belikan pasti ada motor yang terdapat masalah pada motor tersebut, entah itu mesin atau onderdil lainnya yang semua itu tidak menutup kemungkinan akan terjadi komplain dari pihak pembeli. Oleh karena itu, bagi pihak Mitra Link Metro, sebaiknya memberikan jaminan atas kerusakan motor yang dijualnya apabila terdapat komplain.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan Bapak Hindra selaku pemilik Mitra Link Metro mengenai *khiyar*, menurut pemahaman beliau *khiyar* merupakan suatu hak bagi penjual dan pembeli untuk memilih

---

<sup>60</sup> Hindra Dabes Oktora, Pemilik Showroom Mitra Link Metro, Wawancara pada Tanggal 14 Oktober 2017

<sup>61</sup> Hindra Dabes Oktora, Pemilik Showroom Mitra Link Metro, Wawancara pada Tanggal 14 Oktober 2017

meneruskan atau membatalkan transaksi jual beli dengan catatan masih dalam satu tempat transaksi. Kemudian, mengenai jaminan barang dan sistem *khiyar* yang dipakai, pihak Mitra Link Metro memberikan jaminan bagi pembeli berupa service gratis selama satu bulan apabila motor yang dibeli terdapat masalah. Selama satu bulan tersebut, pihak Mitra Link Metro akan memberikan pelayanan service terhadap motor yang sudah dibeli. Selanjutnya, mengenai sistem *khiyar*, menurut Bapak Hindra, selama transaksi di kantor Mitra Link Metro masih berjalan antara pihak pembeli dan pihak showroom, kedua belah pihak bisa menggunakan hak *khiyar* tersebut. Akan tetapi apabila motor telah dibeli dan uang telah diterima oleh pihak Mitra Link Metro serta motor telah dibawa pulang oleh pembeli, maka pihak pembeli tidak bisa lagi mengembalikan motor yang telah dibeli.<sup>62</sup>

## **2. Showroom Graha Motor Metro**

Showroom Graha Motor Metro adalah showroom motor yang terletak di Jalan Yos Sudarso 15 Polos Kota Metro. Showroom motor ini sudah lama berdiri di Kota Metro. Hingga tahun 2017, Graha Motor Metro sudah mencapai usia 18 tahun. Melihat kebutuhan warga dan meningkatnya populasi yang ada di Kota Metro, Bapak Oon Setiawan beserta rekannya ingin memanfaatkan peluang tersebut. Setelah bermusyawarah dan berdiskusi dengan rekannya tersebut, akhirnya

---

<sup>62</sup> Hindra Dabes Oktora, Pemilik Showroom Mitra Link Metro, Wawancara pada Tanggal 14 Oktober 2017

terkumpul dana sebesar Rp. 300 juta rupiah. Dengan modal tersebut maka pada tahun 1999 Bapak Oon Setiawan dan rekannya membuka usaha showroom motor dengan nama Graha Motor Metro. Hingga bulan September 2017 kemaren omset yang beliau dapatkan dari hasil bisnis showroom motor tersebut sudah mencapai ratusan juta rupiah.<sup>63</sup>

Menurut Bapak Oon Setiawan, dalam sebulannya Graha Motor Metro mampu mengeluarkan 10 sampai 15 unit sepeda motor. Mayoritas pembelinya adalah masyarakat Kota Metro. Namun ada juga pembeli yang berasal dari luar Kota Metro, seperti Punggur, Pekalongan, Gotongroyong, Trimurjo, Wates dan lain sebagainya. Keuntungan yang diperoleh dari penjualan tersebut mencapai Rp. 35 juta sampai Rp. 50 juta perbulan. Pencapaian gemilang tersebut tidak lepas dari kinerja karyawan yang profesional dan mempunyai integritas yang tinggi.<sup>64</sup>

Mengenai sistem pemasarannya, menurut Bapak Oon Setiawan, Graha Motor Metro tidak menggunakan brosur, pamflet, media sosial dan sejenisnya. Menurutnya, Graha Motor Metro hanya memakai sistem Buka Tutup showroom saja. Bagi yang berminat membeli sepeda motor bisa langsung mendatangi showroom dan memilih motor yang diinginkan. Untuk merek motor, Graha Motor Metro juga menyediakan berbagai macam merek di antaranya Honda, Yamaha, Kawasaki, dan Suzuki.<sup>65</sup>

---

<sup>63</sup> Oon Setiawan, Pemilik Showroom Graha Motor Metro, Wawancara pada Tanggal 15 Oktober 2017

<sup>64</sup> Oon Setiawan, Pemilik Showroom Graha Motor Metro, Wawancara pada Tanggal 15 Oktober 2017

<sup>65</sup> Oon Setiawan, Pemilik Showroom Graha Motor Metro, Wawancara pada Tanggal 15 Oktober 2017

Berbeda dari pebisnis-pebisnis lain yang menjalankan usaha motor dengan menerapkan sistem jaminan atau garansi. Graha Motor Metro tidak menerapkan sistem tersebut. Saat transaksi dengan calon pembeli berlangsung, pihak Graha Motor Metro mengatakan kepada konsumen bahwa apabila ingin membeli motor di showroom tersebut tidak ada jaminan atau garansi apapun. Namun Graha Motor Metro menjamin kondisi mesin dan onderdil lainnya masih bagus. Calon pembeli pun dipersilakan untuk mengecek motor yang akan dibeli, mulai dari fisik luar, spedo meter, hingga suara mesin. Pihak Graha Motor Metro juga meminta kepada pembeli untuk pikir-pikir dahulu sebelum proses pembelian dilaksanakan agar tidak kecewa nantinya. Apabila calon pembeli tersebut tidak jadi membeli motor pun pihak Graha Motor Metro tidak mempermasalahkannya.<sup>66</sup>

### **3. Showroom Anugrah Motor Metro**

Showroom Motor Anugrah Motor Metro merupakan salah satu dari sekian banyak showroom motor yang ada di Kota Metro. Pada tahun 2009, berdasarkan penduduk Kota Metro yang semakin padat, baik warga asli maupun pendatang, serta berdasarkan kebutuhan warga Kota Metro terhadap kendaraan khususnya kendaraan roda dua, maka Ibu Vicilia T. ingin mengembangkan uang yang beliau miliki melalui usaha yang

---

<sup>66</sup> Oon Setiawan, Pemilik Showroom Graha Motor Metro, Wawancara pada Tanggal 15 Oktober 2017

mampu memecahkan dan memenuhi kebutuhan warga Kota Metro tersebut.<sup>67</sup>

Menurut beliau, showroom Anugrah Motor Metro merupakan showroom yang selalu memenuhi kebutuhan masyarakat metro di bidang kendaraan roda dua. Inisiatif mendirikan showroom tersebut adalah ide Ibu Vicilia sendiri. Saat mendirikan showroom Anugrah Motor Metro, modal yang dimiliki beliau berkisar Rp. 150 juta rupiah, yang kemudian dari modal tersebut beliau kembangkan hingga mencapai prestasi sekarang ini.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan Vicilia mengenai perolehan perbulan, menurut beliau dalam sebulan, Anugrah Motor Metro mampu mengeluarkan 5 sampai 10 unit motor. Itu pun biasanya hanya warga kota Metro saja. Untuk keuntungan dari penjualan tersebut mencapai Rp. 15 juta sampai Rp. 20 juta rupiah perbulan.<sup>68</sup>

Selanjutnya, ketika peneliti menanyakan mengenai sistem pemasarannya, beliau menjawab bahwa dalam pemasarannya, Anugrah Motor Metro tidak memakai sistem pemasaran apapun. Ibu Vicilia percaya bahwa rejeki sudah ada yang mengatur, jadi Anugrah Motor Metro tidak mau repot-repot. Menurutnya, bagi masyarakat yang ingin membeli sepeda motor agar mendatangi langsung kantor Anugrah Motor Metro. Anugrah

---

<sup>67</sup> Vicilia T, Pemilik Showroom Anugrah Motor Metro, Wawancara pada Tanggal 16 Oktober 2017

<sup>68</sup> Vicilia T, Pemilik Showroom Anugrah Motor Metro, Wawancara pada Tanggal 16 Oktober 2017

Motor Metro menyediakan berbagai macam merek di antaranya Yamaha, Kawasaki, Honda dan Suzuki.<sup>69</sup>

Berdasarkan wawancara peneliti dengan Ibu Vicilia selaku pemilik Anugrah Motor Metro tentang jaminan motor yang dibeli, pihak Anugrah Motor Metro memberikan jaminan bagi pembeli berupa service gratis dan ganti oli sebanyak dua kali. Apabila motor yang dibeli terdapat kerusakan, pihak Anugrah Motor Metro siap memperbaikinya.

Selanjutnya, mengenai pemahaman beliau tentang *khiyar*, menurut Ibu Vicilia, *khiyar* yang diterapkan oleh Anugrah Motor Metro yaitu selama transaksi berlangsung antara pihak pembeli dan pihak showroom, keduanya bisa menggunakan hak meneruskan atau membatalkan transaksi jual beli. Akan tetapi apabila motor telah dibeli, maka pihak pembeli tidak bisa lagi mengembalikan motor yang telah dibeli.<sup>70</sup>

#### **F. Pemahaman Konsumen tentang Hak Khiyar**

Berdasarkan hasil wawancara dengan saudara Maya Dewi yang melakukan pembelian Motor di Mitra Link Motor, menurutnya ia telah membeli sepeda motor di Mitra Link Motor Metro. Sepeda motor yang ia beli adalah merek Honda Beat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan saudara Maya Dewi, diperoleh hasil sebagai berikut:

---

<sup>69</sup> Vicilia T, Pemilik Showroom Anugrah Motor Metro, Wawancara pada Tanggal 16 Oktober 2017

<sup>70</sup> Vicilia T, Pemilik Showroom Anugrah Motor Metro, Wawancara pada Tanggal 16 Oktober 2017

Sewaktu membeli motor di Mitra Link Motor Metro, akad yang digunakan adalah seperti akad jual beli biasa. Untuk harganya menurut saya sama dengan harga pasaran, bahkan saya mendapatkan bonus helm.<sup>71</sup>

Berdasarkan wawancara dengan saudari Maya Dewi mengenai akad *khiyar* dan jaminan yang diberikan oleh Mitra Link Motor Metro, menurutnya bahwa sejauhny ia sendiri tidak tahu apa itu akad *khiyar*. Namun yang jelas, ketika ia membeli motor di Mitra Link Motor Metro, pihak showroom tersebut pertama-tama menyuruhnya untuk melihat-lihat terlebih dahulu kondisi motor yang akan dibelinya untuk memastikan bahwa motor tersebut masih bagus atau tidak. Sewaktu mengecek kondisi motor, pegawai yang mendampingi seraya menjelaskan perihal kondisi motor dan juga jaminan yang diberikan apabila ia jadi membeli. Setelah saudari Maya Dewi mengecek kondisi motor secara keseluruhan, pihak Mitra Link Motor Metro kemudian bertanya kepadanya apakah jadi beli atau tidak. Hal itu dimaksudkan agar nantinya tidak terjadi kekecewaan setelah membeli motor di Mitra Link Motor Metro. Karena apabila motor telah dibawa pulang dan telah dibayar, maka motor tidak bisa lagi dikembalikan.<sup>72</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan saudari Maya Dewi tersebut, dapat disimpulkan bahwa ia tidak paham sama sekali mengenai akad *khiyar* dalam transaksi jual beli. Namun, menurut peneliti transaksi yang dilakukan oleh pihak Mitra Link Motor Metro telah sesuai dengan ketentuan jual beli yang benar dengan diterapkannya sistem *khiyar*. Hal ini terbukti dalam

---

<sup>71</sup> Maya Dewi, Pembeli Motor di Showroom Mitra Link Metro, Wawancara pada Tanggal 17 Oktober 2017

<sup>72</sup> Maya Dewi, Pembeli Motor di Showroom Mitra Link Metro, Wawancara pada Tanggal 17 Oktober 2017

menawarkan sepeda motor kepada pembeli, pihak Mitra Link Motor Metro menyuruh calon pembelinya untuk berpikir terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli sepeda motor atau tidak. Di samping itu juga, pihak Mitra Link Motor Metro menawarkan jaminan apabila saudara Maya Dewi jadi membeli berupa service gratis selama satu bulan.<sup>73</sup>

Setelah melakukan wawancara dengan saudara Maya Dewi selaku pembeli sepeda motor Honda Beat, peneliti melakukan wawancara dengan saudara Roni Irawan selaku pembeli sepeda motor di Anugrah Motor Metro. Menurutnya akad yang digunakan oleh Anugrah Motor Metro tidak jauh beda dengan akad jual beli lainnya, yaitu ada uang ada barang selama pembeli cocok dengan harganya.

Ketika peneliti menanyakan mengenai akad *khiyar*, beliau sedikit pernah mendengar tentang akad *khiyar* tersebut. Sepengetahuan beliau, akad *khiyar* adalah hak pilih bagi penjual atau pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan. Menurutnya, Anugrah Motor Metro sedikit banyaknya telah menerapkan akad *khiyar* tersebut. Akan tetapi, saudara Roni tidak tahu *khiyar* jenis apa yang digunakan oleh Anugrah Motor Metro. Karena beliau tidak tahu bahwa ternyata akad *khiyar* banyak jenisnya.<sup>74</sup>

Menurutnya, ketika transaksi pembelian sepeda motor, Anugrah Motor Metro memberikan jaminan bagi pembeli berupa service gratis dan ganti oli sebanyak dua kali. Apabila motor yang dibeli terdapat kerusakan, pihak

---

<sup>73</sup> Maya Dewi, Pembeli Motor di Showroom Mitra Link Metro, Wawancara pada Tanggal 17 Oktober 2017

<sup>74</sup> Roni Irawan, Pembeli Motor di Showroom Anugrah Motor Metro, Wawancara pada Tanggal 18 Oktober 2017

Anugrah Motor Metro siap memperbaikinya. Mengenai *khiyar* yang diterapkan di Anugrah Motor Metro terjadi yaitu selama transaksi berlangsung antara pihak pembeli dan pihak showroom. Saat transaksi tersebut berlangsung keduanya bisa menggunakan hak *khiyar* tersebut. Karena apabila motor telah dibeli, motor tersebut tidak bisa dikembalikan ke Anugrah Motor Metro lagi.<sup>75</sup>

Setelah melakukan wawancara dengan saudara Roni Irawan yang membeli sepeda motor di Anugrah Motor Metro, peneliti melakukan wawancara dengan saudari Yeni Agustin yang membeli sepeda motor di Graha Motor Metro berupa Honda Beat.

Ketika peneliti menanyakan mengenai akad *khiyar*, ia mengaku tidak pernah mendengar tentang akad *khiyar* tersebut. Ia juga tidak tahu apakah pihak Anugrah Motor Metro menggunakan akad *khiyar* tersebut atau tidak karena dia sendiri juga tidak mengerti tentang akad *khiyar*. Tapi yang jelas, ketika transaksi dengan calon pembeli berlangsung, pihak Graha Motor Metro mengatakan kepada konsumen bahwa apabila ingin membeli motor di showroom tersebut tidak ada jaminan atau garansi apapun. Graha Motor Metro menjamin kondisi mesin dan onderdil lainnya masih bagus. Calon pembeli pun dipersilakan untuk mengecek motor yang akan dibeli secara keseluruhan. Pihak Graha Motor Metro juga meminta kepada pembeli untuk berpikir dahulu sebelum proses pembelian dilaksanakan agar tidak kecewa

---

<sup>75</sup> Roni Irawan, Pembeli Motor di Showroom Anugrah Motor Metro, Wawancara pada Tanggal 18 Oktober 2017

nantinya. Apabila calon pembeli tersebut tidak jadi membeli motor pun pihak Graha Motor Metro tidak ada masalah.<sup>76</sup>

Berdasarkan wawancara dengan saudari Yeni Agustin tersebut diperoleh data bahwa dia tidak mengerti dan tidak paham tentang akad *khiyar*. Yang terpenting baginya yaitu sepeda motor yang dia inginkan ada, kondisi motor bagus, harga cocok, langsung kemudian ia bayar dengan uang yang sudah disiapkan.

## **G. Analisis terhadap Pemahaman Konsumen tentang Hak Khiyar**

### **1. Praktek *Khiyar* di Showroom Motor Metro**

Transaksi yang dilakukan antara pembeli dan pemilik showroom motor Kota Metro menurut peneliti sebenarnya sudah menerapkan sistem *khiyar*. Hanya saja, di antara pembeli dan para pemilik showroom ada yang tidak mengerti tentang arti sebenarnya dari *khiyar* tersebut.

Dalam melaksanakan praktek jual beli pun showroom-showroom motor Metro di atas tidak memaksa para pembelinya. Showroom motor Metro menganjurkan kepada para pembeli untuk berpikir dahulu setelah mengecek kondisi motor dan mendengarkan penjelasan dari pegawai sebelum memutuskan untuk membeli motor tersebut.

Jika melihat hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan pemilik showroom, sebenarnya mereka telah memberlakukan hak *khiyar* bagi pembeli dan pihak showroom itu sendiri. Seperti transaksi jual beli yang

---

<sup>76</sup> Yeni Agustin, Pembeli Motor di Showroom Graha Motor Metro, Wawancara pada Tanggal 18 Oktober 2017

dilaksanakan oleh Mitra Link Motor Metro. Dalam menawarkan sepeda motor kepada pembeli, pihak Mitra Link Motor Metro menyuruh calon pembelinya untuk berpikir terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli sepeda motor atau tidak. Di samping itu juga, pihak Mitra Link Motor Metro menawarkan jaminan apabila pembeli jadi membeli sepeda motor yaitu berupa service gratis selama satu bulan.

Hal tersebut membuktikan bahwa Mitra Link Motor Metro sudah menerapkan sistem *khiyar* dalam praktek jual belinya. Hanya saja pihak Mitra Link Motor Metro tidak tahu *khiyar* apa yang digunakannya. Jika melihat praktek yang diterapkan oleh Mitra Link Metro tersebut, *khiyar* yang digunakan merupakan jenis *khiyar majlis* yang mana akad *khiyar* tersebut masih berlaku selama penjual dan pembeli belum berpisah dari tempat transaksi.

Selanjutnya, jika melihat hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Bapak Oon Setiawan selaku pemilik showroom Graha Motor Metro, dalam melakukan transaksi jual beli motor, Graha Motor Metro tidak menerapkan sistem jaminan atau garansi. Bagi pembeli, apabila ingin membeli motor di showroom tersebut tidak ada jaminan atau garansi apapun. Namun Graha Motor Metro menjamin kondisi mesin dan onderdil lainnya masih bagus. Sebelumnya calon pembeli dipersilakan untuk mengecek motor yang akan dibelinya secara keseluruhan. Graha Motor Metro juga meminta kepada pembeli untuk pikir-pikir dahulu sebelum proses pembelian dilaksanakan agar tidak kecewa nantinya.

Hal tersebut jelas-jelas bahwa showroom Graha Motor Metro sudah menerapkan sistem *khiyar* dalam setiap transaksinya. Akan tetapi, showroom Graha Motor Metro tidak paham dengan akad *khiyar* dan tidak tahu kalau mereka telah menerapkan sistem *khiyar* dalam transaksi yang mereka laksanakan.

Selanjutnya, jika melihat transaksi yang dilaksanakan oleh showroom Anugrah Motor, bagi masyarakat yang ingin membeli sepeda motor agar mendatangi langsung kantor Anugrah Motor Metro. Anugrah Motor Metro memberikan jaminan bagi pembeli berupa service gratis dan ganti oli sebanyak dua kali. Mengenai sistem *khiyar*, selama transaksi berlangsung antara pihak pembeli dan pihak showroom, keduanya bisa menggunakan hak meneruskan atau membatalkan transaksi jual beli. Akan tetapi apabila motor telah dibeli, maka pihak pembeli tidak bisa lagi mengembalikan motor yang telah dibeli.

Hal tersebut menunjukkan pula bahwa pelaksanaan *khiyar* telah dipraktekkan oleh showroom Anugrah Motor Metro dalam transaksinya. Anugrah Motor Metro pun memberikan jaminan bagi pembeli sepeda motor berupa service gratis dan ganti oli sebanyak dua kali. Jaminan tersebut merupakan salah satu strategi yang dimiliki oleh Anugrah Motor Metro dan sebagai rasa terima kasih karena telah memberikan kepercayaannya kepada pihak Anugrah Motor Metro.

## 2. Pemahaman Konsumen tentang *Khiyar*

Berkenaan dengan pemahaman konsumen mengenai akad *khiyar*, jika melihat hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan saudari Maya Dewi diketahui bahwa ia tidak paham sama sekali mengenai akad *khiyar*. Hal inilah yang biasanya menimbulkan kasus pembeli yang tidak bisa menuntut haknya sebagai pembeli. Sebagai pembeli, hal yang pertama yang harus dilakukan adalah memahami hak apa saja yang dimiliki oleh pembeli dan hak yang dimiliki oleh showroom motor Metro selaku penjual. Jika tidak memahami hak-hak yang dimiliki oleh penjual, di kemudian hari apabila terjadi hal di luar keinginan yang mengakibatkan sesuatu yang fatal terhadap sepeda motor yang dibeli, maka pembeli tersebut tidak bisa menuntut haknya.<sup>77</sup>

Kemudian, bagi saudara Roni Irawan selaku pembeli sepeda motor di Anugrah Motor Metro ia pernah mendengar tentang akad *khiyar*. Menurutnya, akad *khiyar* merupakan hak pilih bagi penjual atau pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan. Akan tetapi, ia kurang begitu tahu tentang macam-macam *khiyar*.

Menurut peneliti, saudara Roni sebenarnya sudah tahu tentang *khiyar* dan bagaimana pengaplikasiannya dalam transaksi jual beli. Akan tetapi, pemahamannya tentang *khiyar* yang bisa dibilang masih dangkal tidak diperdalam lagi. Ia seolah-olah menganggap bahwa *khiyar*

---

<sup>77</sup> Maya Dewi, Pembeli Motor di Showroom Mitra Link Metro, Wawancara pada Tanggal 17 Oktober 2017

merupakan sesuatu yang jelas sudah ada dalam setiap transaksi jual beli. Ia menganggap bahwa bagi pembeli apabila ingin membeli tinggal membayarnya, dan apabila tidak ingin membeli itu memang sudah menjadi hak seorang pembeli.<sup>78</sup>

Selanjutnya, mengenai saudari Yeni Agustin selaku pembeli sepeda motor di Graha Motor Metro, menurut peneliti saudari Yeni memang tidak paham tentang akad *khiyar* tersebut. Ia juga tidak mau tahu dan tidak mau ambil pusing apakah pihak showroom Graha Motor Metro menggunakan akad *khiyar* atau tidak karena ia sendiri juga tidak paham tentang akad *khiyar*.

Jika kebiasaannya tersebut sering dilakukan, tidak menutup kemungkinan suatu hari ia akan dimanfaatkan oleh para penjual yang ingin berbuat curang. Saudari Yeni belum tahu begitu pentingnya bagi pembeli untuk memahami hak-hak yang dimiliki olehnya selaku pembeli.<sup>79</sup>

Mengenai ketentuan hak bagi konsumen telah diatur dalam Bab III Bagian Pertama pasal 4 dan pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam pasal 4 tersebut disebutkan mengenai hak konsumen adalah sebagai berikut:

- j. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;

---

<sup>78</sup> Roni Irawan, Pembeli Motor di Showroom Anugrah Motor Metro, Wawancara pada Tanggal 18 Oktober 2017

<sup>79</sup> Yeni Agustin, Pembeli Motor di Showroom Graha Motor Metro, Wawancara pada Tanggal 18 Oktober 2017

- k. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- l. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- m. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- n. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- o. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- p. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- q. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- r. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.<sup>80</sup>

Hak-hak konsumen di atas, menurut Yusuf Sofraie, sebagaimana dikutip oleh Zaeni Asyhadie secara hipotetis sudah tersirat dalam Undang-Undang Hak Asasi Manusia, yaitu:

- e. hak untuk hidup (Pasal 9 Undang-Undang Hak Asasi Manusia), dalam hal ini hak untuk hidup bahagia sejahtera lahir batin, hak untuk

---

<sup>80</sup> *Ibid.*, h. 5

meningkatkan taraf hidup, dan hak atas lingkungan hidup yang baik dan sehat.

- f. Hak mengembangkan diri (Pasal 11 sampai dengan Pasal 16 Undang-Undang Hak Asasi Manusia), yang menyangkut hak atas pemenuhan kebutuhan dasar, hak untuk meningkatkan kualitas hidup, hak untuk memperoleh informasi.
- g. Hak untuk memperoleh keadilan (Pasal 17 sampai dengan Pasal 19 Undang-Undang Hak Asasi Manusia), dalam hal ini menyangkut hak untuk mengajukan permohonan, pengaduan, dan gugatan dalam perkara pidana, perdata dan administrasi.
- h. Hak untuk kesejahteraan (Pasal 36 sampai dengan Pasal 42 Undang-Undang Hak Asasi Manusia), yang menyangkut hak untuk mempunyai hak milik atas suatu benda yang tidak boleh dirampas sewenang-wenang dan melanggar hukum, hak untuk berkehidupan yang layak.<sup>81</sup>

Ada beberapa alasan yang dapat mengakibatkan perdagangan itu menjadi sesuatu yang terlarang, jika seandainya hal tersebut hanya akan menyebabkan dampak yang tidak baik kepada manusia. Kesepakatan dan kerelaan (adanya unsur suka sama suka) sangat ditekankan dalam setiap bentuk perdagangan. Namun hanya dengan kesepakatan dan kerelaan yang bermula dari suka sama suka tersebut, tidak menjamin transaksi tersebut dapat dinyatakan sah dalam Islam yang mengatur adanya transaksi yang dibolehkan dan tidak dibolehkan.

---

<sup>81</sup> Zaeni Asyhadi, *Hukum Bisnis.*, h. 195

Dalam membeli suatu barang tentu konsumen memiliki hak. Dalam prakteknya, secara khusus hak tersebut dapat diklasifikasikan dalam dua situasi, yaitu hak saat membeli dan hak setelah membeli. Hak saat membeli misalnya dalam hal pelayanan (*service*) yang baik, pembeli harus dilayani dengan baik oleh si penjual saat hendak membeli suatu produk. Sedangkan Hak sesudah membeli selain memperoleh barang adalah misalnya mendapatkan suatu garansi, hak setelah proses jual beli terjadi ini disebut hak layanan purna jual.

Selanjutnya, dalam mengantisipasi terjadinya perselisihan pembeli dengan penjual serta agar unsur keadilan dan kerelaan antara penjual dan pembeli dapat diciptakan dalam berjual beli, maka syariat Islam memberikan hak *khiyar*, yaitu hak kebebasan memilih untuk melangsungkan atau tidak melangsungkan jual beli tersebut karena suatu hal, bagi kedua belah pihak.

*Khiyar* adalah “hak memilih, yakni boleh memilih antara dua hal, yakni apakah hendak tetap meneruskan akad jual beli atau membatalkan atau mengurungkan jual beli”.<sup>82</sup>

Seperti yang telah peneliti sebutkan pada bab sebelumnya bahwa dalam literatur-literatur fiqh klasik diterangkan ada beberapa bentuk dan jenis *khiyar* dalam melakukan transaksi jual beli. Hak *khiyar* ini bisa berbentuk *khiyar* syarat, *khiyar* majelis, *khiyar* aib, *khiyar* ru’yah dan lainnya.

Rachmat Syafe’i menjelaskan mengenai pendapat ulama fiqh tentang *khiyar* sebagai berikut:

---

<sup>82</sup> Gamal Komandoko, *Ensiklopedia Istilah Islam*, (Yogyakarta: Cakrawala, 2009), h. 217

أَنْ يَكُونَ لِلْمُتَعَاقِدِ الْحَقُّ فِي إِمضَاءِ الْعَقْدِ أَوْ فسخِهِ إِنْ كَانَ الْخِيَارُ  
خِيَارُ شَرْطٍ أَوْ رُؤْسَةٍ أَوْ عَيْبٍ أَوْ أَنْ يَخْتَارَ أَحَدُ الْبَيْعَيْنِ إِنْ كَانَ  
الْخِيَارُ خِيَارُ تَعْيِينٍ.

Artinya: “Suatu keadaan yang menyebabkan aqid memiliki hak untuk memutuskan akadnya, yakni menjadikan atau membatalkannya jika khiyar tersebut berupa khiyar syarat, ‘aib atau ru’yah, atau hendaklah memilih di antara dua barang jika khiyar ta’yin”.<sup>83</sup>

Hak *khiyar* dimaksudkan guna menjamin agar transaksi yang dilaksanakan benar-benar terjadi atas kerelaan penuh pihak-pihak yang bersangkutan karena kerelaan merupakan asas bagi sahnya suatu transaksi. Selain itu juga, hak *khiyar* dimaksudkan untuk kebaikan bagi pihak-pihak yang mengadakan transaksi itu sendiri, memelihara kerukunan, hubungan baik serta menjalin rasa saling mengasihi di antara sesama manusia. Adakalanya seseorang terlanjur membeli barang yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang diharapkan, sekiranya tidak ada hak *khiyar* akan menimbulkan penyesalan salah satu pihak dan dapat menjurus menjadi kemarahan, kedengkian, dendam, pertentangan dan berbagai hal buruk lainnya yang diperingatkan oleh agama untuk dihindari. Oleh karena syariat bertujuan melindungi manusia dari keburukan-keburukan, maka ditetapkan adanya hak *khiyar* untuk menjaga kemashlahatan dan keharmonisan dalam hubungan antar manusia.

Melihat praktik yang dilaksanakan oleh showroom-showroom motor Kota Metro di atas, sebenarnya dalam pelaksanaan transaksinya sudah

---

<sup>83</sup> Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 103

menerapkan tentang akad *khiyar*. *Khiyar* yang diterapkan oleh showroom-showroom motor di atas jika dilihat praktiknya dalam bertransaksi merupakan jenis *khiyar majlis*. Hal ini terlihat ketika jual beli terjadi, akad dilakukan melalui tulisan yakni surat perjanjian jual beli. Hal ini seperti yang telah disebutkan oleh An-Nawawi mengutip perkataan al-Gazali berpendapat bahwa transaksi jual beli dengan tulisan adalah sah dan berhak akan *khiyar* majelis selama masih berada di majelis terjadinya *qabul*.<sup>84</sup>

Hak *khiyar* bagi pembeli merupakan hak yang sangat penting karena pembeli sebagai konsumen perlu memilih, memeriksa dan memastikan apakah barang yang akan dibeli sesuai dengan yang ia butuhkan. Oleh karena itu, pembeli mempunyai hak untuk menentukan pilihannya terhadap barang yang akan ia beli. Mengenai hal ini, dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Bab X tentang *Khiyar* pasal 276 disebutkan sebagai berikut:

- a. Pembeli berhak memeriksa contoh benda yang akan dibelinya.
- b. Pembeli berhak untuk meneruskan atau membatalkan akad jual beli benda yang telah diperiksanya.
- c. Pembeli berhak untuk meneruskan atau membatalkan akad jual beli apabila benda yang dibelinya tidak sesuai dengan contoh.
- d. Hak untuk memeriksa benda yang akan dibeli, dapat diwakilkan kepada pihak lain.<sup>85</sup>

---

<sup>84</sup> Ahmad Azhar Basyir, *Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), h. 68

<sup>85</sup> Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani (PPHIMM), *Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah*, h. 81-82

Berdasarkan pembahasan yang peneliti paparkan di atas, diketahui bahwa transaksi jual beli sepeda motor yang dilakukan oleh pihak showroom Metro telah sesuai dengan ketentuan yang ada dalam Hukum Ekonomi Syari'ah. Karena jika melihat praktiknya, pihak showroom Metro dalam menjalankan bisnisnya telah mengandung empat karakteristik pemasaran syari'ah yaitu *teistis (rabbaniyah)*, *etis (Akhlaqiyah)*, *realistis (Al-Waqi'iyah)*, serta *humanistis (insaniyah)*.

1. *Teistis (Rabbaniyah)* yaitu bersifat ketuhanan ini adalah hukum yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnakan kebatilan, dan menyebarkan kemaslahatan.
2. *Etis (Akhlaqiyah)* yaitu sangat mengedepankan masalah akhlak moral dan etika dalam seluruh aspek kegiatan.
3. *Realistis (Al-Waqi'iyah)* yaitu pemasaran syariah bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti-modernitas, dan kaku. Akan tetapi merupakan konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasaan dan keluwesan Syariah Islamiyah yang melandasinya.
4. *Humanistis (Insaniyah)* yaitu bersifat humanistis universal artinya syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewanannya dapat terkekang dengan panduan Syariah. Ini akan menjadikan manusia yang terkontrol,

dan seimbang (*tawazun*) bukan manusia yang serakah, menghalalkan segala cara untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya.<sup>86</sup>

Selain itu juga, menurut peneliti, tanpa disadari showroom-showroom Metro telah melaksanakan bisnisnya sesuai dengan prinsip dasar etika bisnis Islam seperti: 1) *unity* (persatuan), 2) *equilibrium* (keseimbangan), 3) *free will* (kehendak bebas), 4) *responsibility* (tanggung jawab), serta 5) *benevolence* (ihsan).<sup>87</sup>

Selanjutnya, jika melihat praktik *khiyar* yang dilaksanakan oleh showroom-showroom motor Metro tersebut di atas, telah sesuai dengan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah yang menyebutkan bahwa:

- (1) Penjual dan/atau pembeli dapat bersepakat untuk mempertimbangkan secara matang dalam rangka melanjutkan atau membatalkan akad jual beli yang dilakukannya.
- (2) Waktu yang diperlukan dalam ayat (1) adalah tiga hari, kecuali disepakati lain dalam akad.<sup>88</sup>

Menurut Wahbah Az-Zuhaili, sebagaimana dikutip oleh Fathurrahman bahwa *khiyar* adalah “suatu keadaan yang menyebabkan orang yang berakad (*aqid*) memiliki hak untuk memutuskan akadnya, yakni melanjutkan atau membatalkannya jika *khiyar* tersebut berupa *khiyar syarat*, ‘*aib* atau *ru’yah*, atau memilih di antara dua barang jika berupa *khiyar ta’yin*”.<sup>89</sup>

---

<sup>86</sup> Arie Rachmat Sunjoto, *Strategi Pemasaran Swalayan Pamella dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Volume 1, No. 2, 2011), hal. 52-53

<sup>87</sup> Mabarroh Azizah, *Etika Perilaku Periklanan dalam Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Volume III, No. 1, 2013), hal. 45-46

<sup>88</sup> Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, Pasal. 271

<sup>89</sup> Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian.*, h. 48

Transaksi yang menggunakan akad *khiyar* memiliki prinsip-prinsip yang harus diperhatikan, di antaranya:

- a. Berlaku adil pada semua konsumen yang dihadapinya, dalam Islam dilarang membedakan konsumen karena jabatan, status sosial dan lain-lain.
- b. Tanggap terhadap perubahan, perubahan akan selalu berubah baik dari lingkungan internal maupun eksternal, salah satu perubahan yang harus diperhatikan adalah arus globalisasi dan teknologi yang akan membuat pelanggan semakin pintar dan selektif, sehingga penjual yang tidak sensitif terhadap perubahan maka akan kehilangan pelanggan.
- c. Berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga, dalam konsep pemasaran islami, tidak diperbolehkan menjual barang jelek dengan harga yang tinggi, hal ini dikarenakan pemasaran islami adalah pemasaran yang fair dimana harga sesuai dengan barang/produk.
- d. Relas sama rela dan adanya hak *khiyar* pada pembeli (hak pembatalan terhadap transaksi), pada prinsip ini, marketer/ pemasar yang mendapatkan pelanggan/ konsumen harus mampu memberikan rasa senang dan puas serta menciptakan hubungan yang baik. Dan dipastikan pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga pelanggan menjadi lebih loyal pada penjual, dengan arti lain *keep the customer*, namun *keep the customer* saja tidaklah cukup, perlu pula *grow the customer*, yaitu *value* yang diberikan pada pelanggan perlu ditingkatkan sehingga dengan bertambahnya pelayanan, dihapuskan bertambah pula kepercayaannya.
- e. Tidak curang, dalam marketing Islami, *tadlis* sangat dilarang, seperti penipuan terhadap kuantitas, kualitas, dan aktu penyerahan barang dan harga.
- f. Berorientasi pada kualitas, tugas seorang marketer adalah selalu meningkatkan QCD agar tidak kehilangan pelanggan. QCD yang dimaksud adalah *quality, cost, dan delivery*.<sup>90</sup>

Namun demikian, tingkat pemahaman tentang *khiyar* yang dimiliki oleh pihak showroom dan para pembeli masih sangat kurang. Penyebab kurangnya pemahaman mereka tentang *khiyar* dikarenakan faktor pendidikan. Selain itu juga, tidak adanya penyuluhan dari pemerintah setempat mengenai hak-hak dan kewajiban yang harus dimiliki oleh penjual dan pembeli.

---

<sup>90</sup> Fahrurrozi, *Paradigma Ekonomi Islam Terhadap Konsep Marketing*, (Madura: Jurnal Ekonomi Syari'ah STIE Bakti Bangsa, Vol. 03, No. 01, 2016), h. 131

Jadi, *khiyar* diberlakukan untuk memberikan hak kepada para pihak agar tidak mengalami kerugian atau penyesalan di belakang hari oleh sebab-sebab tertentu yang timbul dari transaksi yang dilakukannya, baik mengenai harga, kualitas, atau kuantitas barang.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **H. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman pembeli motor tentang *khiyar* di showroom-showroom motor Metro masih kurang. Ada yang hanya sebatas mengetahui tentang *khiyar* namun tidak paham bagaimana penerapannya dalam transaksi jual beli. Para pembeli banyak yang tidak paham apa arti *khiyar* yang sebenarnya dan bagaimana penerapannya dalam transaksi jual beli. Bagi mereka, hal terpenting dalam transaksi jual beli tersebut adalah kebutuhan mereka akan kendaraan terpenuhi. Selain pembeli, para pemilik showroom-showroom motor Metro pun kurang memahami tentang akad *khiyar* tersebut, yang sebenarnya mereka telah menerapkan akad *khiyar* dalam praktek jual beli yang mereka laksanakan. Hal ini terbukti, sebelum terjadi proses jual beli, calon pembeli disuruh untuk berpikir dahulu. Apabila pembeli merasa cocok dengan motor tersebut setelah mengecek dan mengujinya, maka transaksi jual beli baru dilaksanakan dan apabila tidak cocok pembeli diperbolehkan membatalkan transaksi jual beli tersebut.

#### **I. Saran-saran**

Berdasarkan beberapa kesimpulan di atas, hukum Islam dapat menyatakan bahwa praktek transaksi jual beli boleh ketika unsur-unsur yang merugikan dapat dihilangkan dengan cara:

1. Bagi pihak showroom motor Metro agar berlaku jujur kepada para pembeli, dan agar kiranya sedikit mengenai *khiyar* agar kiranya nanti bisa memberi pengertian kepada para calon pembelinya.
2. Agar para pembeli sepeda motor di showroom-showroom motor Metro memahami terlebih dahulu akad-akad yang digunakan dalam setiap transaksi jual beli khususnya akad *khiyar* yang mana akad *khiyar* ini merupakan akad yang di dalamnya mengandung hak bagi pembeli dan penjual dalam bertransaksi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A. Karim, *Bank Islam, Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013
- Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, Jakarta; Rajawali Pers, 2014
- Buchari Alma & Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah, Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung; Alfabeta, 2014
- Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta; Bumi Aksara, 2013
- Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2012
- Gamal Komandoko, *Ensiklopedia Istilah Islam*, Yogyakarta: Cakrawala, 2009
- Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Bandung: Alfabeta, 2011
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010
- Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah*, Jakarta: Kencana, 2009
- Marwadi, *Konsep Khiyar Ghabn dalam Perspektif Mazhab Hanafi dan Hanbali serta Relevansinya dengan Transaksi Bisnis Modern*, Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2016
- Muhammad Arifin bin Badri, *Panduan Praktis Fikih Perniagaan Islam*, Jakarta: Darul Haq, 2015
- Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2013
- R. Jauhar Arifin, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli HP Second di Desa Segoroyoso Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul*, Yogyakarta: Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kali Jaga Yogyakarta, 2008
- Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2001
- S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2011
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010
- Teungku Muhammad Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Ilmu Fiqih*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 1997
- Undang-Undang Perlindungan Konsumen 1999, Jakarta: Sinar Grafika, 2016
- Yuli Haryati, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli HP Bekas Studi di Pertokoan Komplek Stasiun Purwokerto Timur*), Purwokerto: Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam STAIN Purwokerto, 2015
- Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis, Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014

## ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

### PEMAHAMAN KONSUMEN TERHADAP HAK KHIYAR (Studi Kasus Pada Showroom Motor di Kota Metro)

---

---

#### Wawancara dengan Showroom Motor

1. Akad seperti apa yang saudara gunakan dalam transaksi dengan pembeli?
2. Adakah jaminan dari barang yang anda jual? Jelaskan!
3. Apakah anda menyebutkan apabila terdapat masalah pada motor yang anda tawarkan?
4. Apakah anda tahu tentang *khiyar*?
5. Ada berapa macamkah *khiyar* itu?
6. Apakah anda menerapkan sistem *khiyar* tersebut?
7. *Khiyar* seperti apa yang anda terapkan?
8. Jika terjadi *khiyar* pada saat transaksi, bagaimana proses serta syarat-syarat yang harus dilakukan oleh anda dan pembeli?
9. Bagaimana cara anda menerapkan sistem *khiyar* tersebut?

#### Wawancara dengan Pembeli

1. Akad seperti apa yang digunakan showroom tersebut?
2. Apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan harga pasaran?
3. Jika terdapat masalah pada motor yang anda beli, apakah pihak showroom bersedia mengganti atau memberikan service gratis?
4. Bagaimana pelayanan yang ada di showroom tersebut?
5. Apakah anda pernah mendengar tentang akad *khiyar*? Akad seperti apakah *khiyar* itu?
6. Menurut anda ada berapa macamkah *khiyar* itu?

7. Apakah ketika membeli motor tersebut, anda diberi pilihan oleh pihak showroom untuk meneruskan atau membatalkan pembelian apabila anda tidak tertarik?

**Dokumentasi tentang Showroom**

1. Daftar motor yang ditawarkan
2. Manajemen pemasaran showroom
3. Struktur organisasi showroom
4. Denah lokasi

## OUT LINE

### **PEMAHAMAN KONSUMEN TERHADAP HAK KHIYAR (Studi Kasus Pada Showroom Motor di Kota Metro)**

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

NOTA DINAS

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Konsumen
  - 1. Pengertian Konsumen
  - 2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen
  - 3. Hak dan Kewajiban Konsumen Perspektif Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

4. Hak dan Kewajiban Konsumen Perspektif Kompilasi Hukum  
Ekonomi Syari'ah

B. *Khiyar*

1. Pengertian *Khiyar*
2. Tujuan *Khiyar*
3. Macam-macam *Khiyar*

### BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Profil Showroom Motor Metro
  1. Showroom Mitra Link Motor Metro
  2. Showroom Anugrah Motor Metro
  3. Showroom Graha Motor Metro
- B. Pemahaman Konsumen tentang Hak *Khiyar*
- C. Analisis terhadap Pemahaman Konsumen tentang Hak *Khiyar*

### BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN-LAMPIRAN

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, Agustus 2017  
Peneliti

Misgiyanti

NPM. 13112499

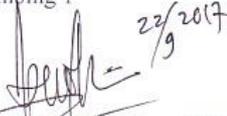
Pembimbing 2



Hermanita, S.E., MM

NIP.19730220 99903 2 001

Pembimbing 1



Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., MH

NIP.19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI**  
**(STAIN) JURAI SIWO METRO**  
**JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Kota Metro Telp. (0725) 41507

Nomor : St.06/J-SY/PP.00.9/1288/2016  
Lampiran : -  
Perihal : Pembimbing Skripsi

Metro, 17 Oktober 2016

Kepada Yth:  
1. Siti Zulaikha, S.Ag.,MH  
2. Hermanita, MM  
di -  
Metro

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Untuk membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II skripsi mahasiswa :

Nama : Misgiyanti  
NPM : 13112499  
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam  
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (HESy)  
Judul : Penyelesaian Komplain Jual Beli Dengan Cacat Tersembunyi Ditinjau Dari Hukum Ekonomi Syaria'Ah (Studi Kasus Di Pt. Surya Abadi Kota Metro)

Dengan ketentuan :

- 1 Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
  - a Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
  - b Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
- 2 Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
- 3 Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang dikeluarkan oleh STAIN Jurai Siwo Metro tahun 2013
- 4 Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a Pendahuluan ± 2/6 bagian.
  - b Isi ± 3/6 bagian.
  - c Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Ketua Jurusan  
  
Siti Zulaikha, S.Ag.,MH  
NIP.197206111998032001





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : 563/In.28/D.1/TL.00/10/2017  
Lampiran : -  
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,  
PEMILIK MITRA LINK MOTOR  
METRO SHOWROOM MOTOR  
KOTA METRO  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 564/In.28/D.1/TL.01/10/2017, tanggal 03 Oktober 2017 atas nama saudara:

Nama : MISGIYANTI  
NPM : 13112499  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di SHOWROOM MOTOR KOTA METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PEMAHAMAN KONSUMEN TERHADAP HAK KHIYAR (STUDI KASUS PADA SHOWROOM MOTOR DI KOTA METRO)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Metro, 03 Oktober 2017  
Dekan,

Husnul Fatarib Ph.D.  
NIP. 19740104 199903 1 004



**SURAT KETERANGAN MELAKSANAKAN PENELITIAN/RESEARCH**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Hindra Dabes Oktora**  
Jabatan : Pejabat Setempat  
Unit Kerja : Showroom Mitra Link Motor Kota Metro

Menerangkan:

Nama : **Misgiyanti**  
NPM : 13112499  
Jurusan : Syariah  
Fakultas : Hukum Ekonomi Syariah

Bahwa nama yang tersebut di atas melaksanakan penelitian/research di Showroom Mitra Link Motor Kota Metro pada tanggal 17 Oktober – 18 Oktober 2017.

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 23 Oktober 2017  
Pejabat Setempat,



**Hindra Dabes Oktora**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id, e-mail: syariah.ain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 564/In.28/D.1/TL.01/10/2017

Wakil Dekan I Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : MISGIYANTI  
NPM : 13112499  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di SHOWROOM MOTOR KOTA METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PEMAHAMAN KONSUMEN TERHADAP HAK KHIYAR (STUDI KASUS PADA SHOWROOM MOTOR DI KOTA METRO)".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 03 Oktober 2017

Mengetahui,  
Pejabat Setempat



MITRA LINK MOTOR  
MOTOR BEKAS BERKUALITAS

HUSNUL FATARIB  
DABES OKTOBER



Dekan

Husnul Fatarib Ph.D.  
NIP. 19740104 199903 1 004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : 563/In.28/D.1/TL.00/10/2017  
Lampiran : -  
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,  
PEMILIK MITRA LINK MOTOR  
METRO SHOWROOM MOTOR  
KOTA METRO  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 564/In.28/D.1/TL.01/10/2017, tanggal 03 Oktober 2017 atas nama saudara:

Nama : MISGIYANTI  
NPM : 13112499  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di SHOWROOM MOTOR KOTA METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PEMAHAMAN KONSUMEN TERHADAP HAK KHIYAR (STUDI KASUS PADA SHOWROOM MOTOR DI KOTA METRO)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Metro, 03 Oktober 2017  
Dekan,

Husnul Fatarib Ph.D  
NIP. 19740104 199903 1 004



**SURAT KETERANGAN MELAKSANAKAN PENELITIAN/RESEARCH**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Oon Setiawan**  
Jabatan : Pejabat Setempat  
Unit Kerja : Showroom Graha Motor Kota Metro

Menerangkan:

Nama : **Misgiyanti**  
NPM : 13112499  
Jurusan : Syariah  
Fakultas : Hukum Ekonomi Syariah

Bahwa nama yang tersebut di atas melaksanakan penelitian/research di Showroom Showroom Graha Motor Kota Metro pada tanggal 17 Oktober – 18 Oktober 2017.

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 23 Oktober 2017  
Pejabat Setempat,

**Oon Setiawan**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 564/In.28/D.1/TL.01/10/2017

Wakil Dekan I Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : MISGIYANTI  
NPM : 13112499  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di SHOWROOM MOTOR KOTA METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PEMAHAMAN KONSUMEN TERHADAP HAK KHIYAR (STUDI KASUS PADA SHOWROOM MOTOR DI KOTA METRO)".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 03 Oktober 2017

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

  
Dan Setiawan

Dekan

  
Husni Fatarib Ph.D  
NIP. 19740104 199903 1 004





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inngmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syarlah.metrouniv.ac.id; e-mail: syarah.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : 563/In.28/D.1/TL.00/10/2017  
Lampiran : -  
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,  
PEMILIK MITRA LINK MOTOR  
METRO SHOWROOM MOTOR  
KOTA METRO  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 564/In.28/D.1/TL.01/10/2017, tanggal 03 Oktober 2017 atas nama saudara:

Nama : MISGIYANTI  
NPM : 13112499  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di SHOWROOM MOTOR KOTA METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PEMAHAMAN KONSUMEN TERHADAP HAK KHIYAR (STUDI KASUS PADA SHOWROOM MOTOR DI KOTA METRO)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Metro, 03 Oktober 2017  
Dekan,

Husnul Fatarib Ph.D  
NIP.19740104 199903 1 004



**SURAT KETERANGAN MELAKSANAKAN PENELITIAN/RESEARCH**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Vicilia T**  
Jabatan : Pejabat Setempat  
Unit Kerja : Showroom Anugrah Motor 15 Polos Metro

Menerangkan:

Nama : **Misgiyanti**  
NPM : 13112499  
Jurusan : Syariah  
Fakultas : Hukum Ekonomi Syariah

Bahwa nama yang tersebut di atas melaksanakan penelitian/research di Showroom Anugrah Motor 15 Polos Metro pada tanggal 17 Oktober – 18 Oktober 2017.

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 23 Oktober 2017  
Pejabat Setempat,



**Vicilia T.**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 564/In.28/D.1/TL.01/10/2017

Wakil Dekan I Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : MISGIYANTI  
NPM : 13112499  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di SHOWROOM MOTOR KOTA METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PEMAHAMAN KONSUMEN TERHADAP HAK KHIYAR (STUDI KASUS PADA SHOWROOM MOTOR DI KOTA METRO)".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

Yicilia.T.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 03 Oktober 2017



Dekan

Husnul Fatarib Ph.D.  
NIP. 19740104 199903 1 004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 563/In.28/D.1/TL.00/10/2017  
Lampiran : -  
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,  
PEMILIK MITRA LINK MOTOR  
METRO SHOWROOM MOTOR  
KOTA METRO  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 564/In.28/D.1/TL.01/10/2017, tanggal 03 Oktober 2017 atas nama saudara:

Nama : MISGIYANTI  
NPM : 13112499  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di SHOWROOM MOTOR KOTA METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PEMAHAMAN KONSUMEN TERHADAP HAK KHIYAR (STUDI KASUS PADA SHOWROOM MOTOR DI KOTA METRO)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 03 Oktober 2017

Dekan:

Husnul Fatarib Ph.D

NIP. 19740104 199903 1 004





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Misgiyanti                      Fakultas/Jurusan : Syariah /HESy  
NPM : 13112499                                      Semester/TA : IX / 2016-2017

NO	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	6/2017 /12		kitab 'absor', surat pener dll 'libet' Cobatu -	
	13/2017 /12		blm ada data pustaka fatah pengantar di lengkap ucapan tulisit lept... Ace di mungonster	

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs.

Hi. Siti Zulaikha, S.Ag., MH  
NIP. 19720611 199803 2 001

Misgiyanti  
NPM: 13112499



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) METRO

Jln. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 website: [www.metroiain.ac.id](http://www.metroiain.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Misgiyanti Prodi : HESy  
NPM : 13112499 Semester/TA : IX

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		II		
1	Senin- 30/10/17	✓	ACC BAB <u>IV</u> & <u>V</u> Langganan ke pembimbing I.	

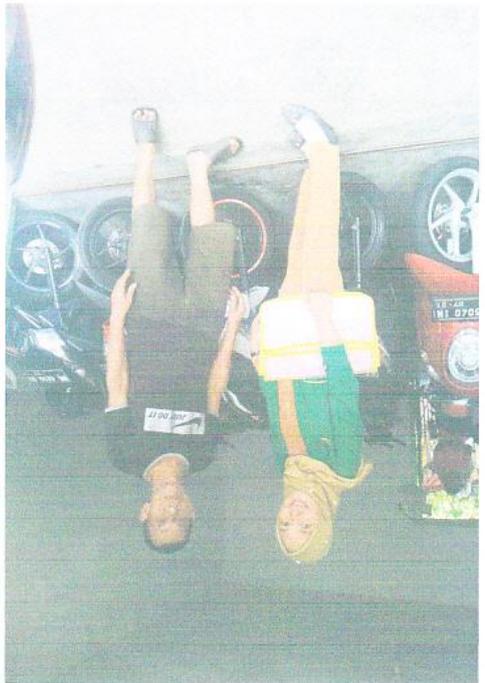
Mahasiswa Ybs

Dosen Pembimbing II

Misgiyanti  
13102424

Hermanita S.E., MM  
NIP.19730220 199903 11004







## RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Tulang Bawang pada tanggal 23 Maret 1995, putri dari perkawinan yang sah Bapak Sagi, dan Ibu Kuntini, anak ke-dua dari dua bersaudara.

endidikan Peneliti di antaranya:

ulung Bawang diselesaikan pada tahun 2007.

2. SMP Negeri 2 Bunga Mayang diselesaikan pada tahun 2010.
3. SMA Negeri 1 Simpang diselesaikan pada tahun 2013.
4. Tahun 2013 penulis tercatat sebagai mahasiswa pada program S1 Hukum Ekonomi Syari'ah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.