SANTRI : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam
Volume 4 Nomor 5 Oktober 2026
e-ISSN: 3025-7948; p-ISSN: 3025-5910, Hal. 46-65
DOI: https://doi.org/10.61132/santri.v4i5.2668
Tersedia: https://journal.areai.or.id/index.php/SANTRI

Transparansi Akad dan Hak Khiyar dalam Perspektif Maslahah Pelanggan: Studi Kasus Toko Mapan, Surabaya

Ahmad Farid Firdaus Nurrahman Mawardi[1*], Taufiq Kurniawan[2]
[1,2]Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
*Email: [1]ahmad.23176@mhs.unesa.ac.id, [2]taufiqkurniawan@unesa.ac.id
*Penulis Korespondensi : ahmad.23176@mhs.unesa.ac.id

Abstract. *Transparency in sales contracts and the right of khiyar are two muamalah instruments protecting customer welfare, yet prior research has focused mainly on online marketplaces and wholesale trade, leaving small grocery stores in traditional markets understudied. This study examines how contract transparency and khiyar are practiced at Toko Mapan, a household-staples store at Kedurus Market, Surabaya, and how both relate to customer maslahah. Ten purposively selected informants (the owner, eight customers in three groups, and a neighboring trader) were interviewed during 1–14 September 2026, with source-and-method triangulation. Prices were disclosed honestly, and defective goods could be exchanged immediately in-store or within 2×24 hours after purchase. The owner was directly observed handing damaged goods to a distributor; the distributor stated that replacement goods would be brought on the next visit without additional cost, but the subsequent replacement was not directly observed. In one observed exchange, an additional sachet was given to a customer. Assessed through four hifz al-mal indicators developed as an operational analytic tool for this study, the observed transactions generally supported customer maslahah within the store's exchange policy, although one customer whose request exceeded the 2×24-hour limit could not exchange the item. Findings are limited to one store and cannot be generalized to traditional markets.*

Keywords: *Customer maslahah; Khiyar; Muamalah jurisprudence; Traditional market; Transparency*

Abstrak. Transparansi akad jual beli dan hak khiyar merupakan dua perangkat hukum muamalah yang melindungi kemaslahatan pelanggan, tetapi penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada pasar daring dan perdagangan grosir sehingga toko sembako di pasar tradisional belum banyak dikaji. Penelitian ini menggambarkan bagaimana transparansi akad dipraktikkan dan hak khiyar diterapkan di Toko Mapan, sebuah toko sembako di Pasar Kedurus, Surabaya, serta bagaimana keduanya berkaitan dengan maslahah pelanggan. Desain yang digunakan adalah studi kasus kualitatif. Sepuluh informan dipilih secara purposif, terdiri atas pemilik, delapan pelanggan dalam tiga kelompok, dan seorang pedagang di sebelah toko. Pengumpulan data dilakukan pada 1–14 September 2026 melalui wawancara dan observasi dengan triangulasi sumber dan teknik. Harga disampaikan secara terbuka, sedangkan barang cacat dapat ditukar seketika ketika pelanggan masih berada di toko atau maksimal 2×24 jam setelah pembelian. Peneliti juga mengamati P1 menyerahkan barang rusak kepada distributor; distributor menyatakan bahwa barang pengganti akan dibawa pada kunjungan berikutnya sekitar tiga sampai empat hari kemudian tanpa biaya tambahan, tetapi tahap penggantian tersebut tidak diamati secara langsung. Pada satu kasus penukaran yang diamati, pelanggan juga menerima satu sachet tambahan. Dinilai melalui empat indikator hifz al-mal yang dikembangkan sebagai alat operasional analisis penelitian ini, temuan pada transaksi yang masih berada dalam ketentuan penukaran secara umum mendukung maslahah pelanggan. Namun, seorang pelanggan yang mengajukan penukaran setelah melewati batas 2×24 jam tidak dapat dilayani. Temuan terbatas pada satu toko sehingga tidak dapat digeneralisasi ke seluruh pasar tradisional.

Kata kunci: Fikih muamalah; Hak khiyar; Maslahah pelanggan; Pasar tradisional; Transparansi akad

1. LATAR BELAKANG

Jual beli menempati posisi sentral dalam muamalah, dan syariat mengatur transaksi ini secara ketat supaya pertukaran tetap berlangsung adil, jujur, dan atas dasar kerelaan (Nafsah & Arifin, 2023). Kehalalan jual beli ditegaskan dalam Al-Qur'an (QS. Al-Baqarah [2]: 275), dengan syarat dilandasi kerelaan kedua belah pihak (QS. An-Nisa' [4]: 29). Hadis yang

Naskah Masuk: 23 September 2026; Revisi: 07 Oktober 2026 ; Diterima: 18 Oktober; Terbit: 27 Oktober 2026

diriwayatkan Hakim bin Hizam menambahkan dua syarat agar jual beli mendapat keberkahan: kedua pihak masih memiliki kesempatan menentukan apakah akad akan diteruskan atau dibatalkan sebelum mereka meninggalkan tempat transaksi, dan masing-masing wajib berlaku jujur serta menjelaskan cacat barang (HR. al-Bukhari dan Muslim). Keterbukaan mengenai kondisi barang (Kholik, 2024; Syahputri & Suryaningsih, 2022) di satu sisi, dan hak khiyar, yaitu pilihan untuk melanjutkan atau membatalkan akad (Ridawati, 2023), di sisi lain, pada akhirnya saling melengkapi dalam melindungi kepentingan pelanggan, mengingat pelanggan umumnya berada pada posisi yang paling rentan dirugikan.

Persoalannya, perhatian terhadap perlindungan konsumen selama ini lebih banyak tertuju pada sektor digital dan transaksi bernilai besar. Sepanjang 2017 hingga Juli 2026, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) mencatat 12.051 pengaduan, dan 64 persennya terkonsentrasi pada tiga sektor saja, yakni jasa keuangan, perumahan, dan perdagangan elektronik (ANTARA, 2026). Pola serupa tampak pada kajian hukum syariah tentang khiyar dan keterbukaan informasi, yang sebagian besar masih mengambil latar jual beli daring (Lorien dkk., 2022; Hafid dkk., 2024; Farizi dkk., 2025; Firmansyah dkk., 2025; Ghafur dkk., 2026; Sihite & Putri, 2025; A. Wijaya dkk., 2023). Sementara itu, perdagangan tatap muka di pasar tradisional berlangsung secara informal dan jarang terdokumentasi dengan baik. Data pengaduan tersebut memang tidak membuktikan secara langsung, tetapi setidaknya mengisyaratkan bahwa sengketa ritel sehari-hari kerap luput dari pencatatan, dan studi-studi pasar yang sudah ada pun memberi gambaran yang tidak seragam. Sebagian menemukan aturan pengembalian barang yang tidak jelas sehingga memunculkan ketidakpastian (gharar) dan potensi kerugian (ḍarar) (Syahdilla dkk., 2026); sebagian lain mencatat bahwa hanya segelintir penjual yang bersedia memberi khiyar karena khawatir menanggung biaya barang yang dikembalikan (Azma dkk., 2023); sementara di Pasar Haurgeulis, banyak pedagang sebenarnya mempraktikkan khiyar tanpa benar-benar memahami konsepnya, dan munculnya tulisan penolakan retur mengindikasikan hak tersebut perlahan mulai terkikis (Madaniyyah dkk., 2023).

Toko Mapan, sebuah toko kelontong sembako di Pasar Kedurus, Surabaya, menjadi tempat yang tepat untuk mengamati bagaimana kedua prinsip tersebut berjalan dalam praktik jual beli sehari-hari. Sebagai toko sembako, Toko Mapan menjual kebutuhan pokok rumah tangga sehari-hari antara lain beras, minyak goreng, gula, kecap, sabun, sampo dan masih banyak yang lainnya yang secara alami rawan mengalami cacat kemasan seperti bocor atau rusak, sehingga kebijakan khiyar menjadi hal yang relevan dan cukup sering dipraktikkan di toko jenis ini. Studi-studi pasar sebelumnya memang sudah menelaah pedagang pakaian (Sari

dkk., 2022; Syahdilla dkk., 2026), penjual sembako di Pasar Kedurus (Syahputri & Suryaningsih, 2022), Pasar Raya Meulaboh (Febriani dkk., 2024), maupun praktik pasar secara lebih umum (Azma dkk., 2023; Madaniyyah dkk., 2023), tetapi sebagian besar masih menempatkan khiyar terutama sebagai mekanisme transaksi, sementara keterkaitannya dengan kesejahteraan pelanggan belum selalu dirumuskan secara operasional. Bertolak dari celah tersebut, penelitian ini berfokus pada tiga pertanyaan: bagaimana transparansi dipraktikkan di Toko Mapan, bagaimana hak khiyar diterapkan, dan bagaimana keduanya berkaitan dengan maslahah pelanggan yang diukur melalui empat indikator hifz al-mal. Tujuannya adalah menghadirkan gambaran praktik muamalah di toko sembako tradisional berskala kecil secara triangulatif, sekaligus menawarkan saran praktis bagi pedagang yang ingin melayani pelanggannya sesuai prinsip syariah.

2. KAJIAN TEORITIS

Bagian ini membahas tiga hal: pertama, teori transparansi dan khiyar dalam fikih muamalah; kedua, maslahah dan hifz al-mal sebagai kerangka analisis; dan ketiga, penelitian terdahulu beserta celah yang masih tersisa untuk diisi. Sebagai penelitian kualitatif deskriptif, kajian ini berfokus pada penggambaran praktik dan pengalaman informan, bukan pada pengujian hipotesis secara statistik. Transparansi dan khiyar diperlakukan sebagai praktik pedagang yang dinilai berdasarkan fikih muamalah, sementara maslahah pelanggan dinilai melalui indikator-indikator yang diuraikan berikut ini.

Transparansi dan Khiyar dalam Fikih Muamalah

Dalam fikih muamalah, keterbukaan yang jujur tentang kondisi barang menjadi salah satu unsur penting dalam jual beli yang diberkahi (Kholik, 2024). Dalam penelitian ini, istilah transparansi akad dibatasi pada keterbukaan mengenai harga, kondisi barang, dan ketentuan penukaran yang disampaikan kepada pelanggan sebelum atau pada saat transaksi. Hadis Hakim bin Hizam mengaitkan keberkahan transaksi dengan kejujuran dan kejelasan mengenai cacat barang, sekaligus menegaskan bahwa keberkahan itu akan hilang bila cacat tersebut disembunyikan (HR. al-Bukhari dan Muslim). Bila dibaca dari sudut pandang perlindungan konsumen, ketentuan ini pada dasarnya melarang penjual menawarkan barang cacat tanpa penjelasan, dan sekaligus memberi pembeli hak atas informasi yang akurat (Syahputri & Suryaningsih, 2022; Wibowo & Disantara, 2024). Syahputri dan Suryaningsih (2022) menunjukkan bahwa praktik kejujuran dan khiyar pada transaksi sembako menjadi bagian penting dari perlindungan kepentingan pembeli; karena itu, penerimaan atas kondisi barang tetap bergantung pada keterbukaan informasi dan kerelaan para pihak.

Selain keterbukaan, khiyar juga memberi para pihak ruang untuk menentukan sikap setelah akad terjadi. Bentuknya yang klasik ada tiga: khiyar majlis merujuk pada hak para pihak untuk menentukan kelanjutan akad selama mereka masih berada dalam tempat transaksi yang sama, yang bersumber dari hadis yang sama dan telah dikaji kaitannya dengan transaksi masa kini (Lorien dkk., 2022); khiyar syarat merupakan pilihan yang batas dan keberlakuannya telah ditentukan berdasarkan kesepakatan para pihak sejak akad dibuat; serta khiyar 'aib, yaitu hak mengembalikan barang yang belakangan diketahui cacat (Ridawati, 2023; Pratiwi & Zuhri, 2024). Khiyar 'aib berlaku sejak cacat itu diketahui, dan menurut mazhab Hanafi dan Hanbali, yang disebut cacat adalah segala sesuatu yang merusak barang dan menurunkan nilainya menurut kelaziman di kalangan pedagang (Ridawati, 2023). Ridawati (2023) turut membandingkan khiyar 'aib dengan garansi, karena keduanya sama-sama berfungsi memberi ganti rugi atas cacat barang. Perbandingan antara mazhab Syafi'i dan hukum perdata pun menunjukkan bahwa keduanya sama-sama mengakui khiyar 'aib dan menetapkan batas waktu penggunaannya, meski berbeda pendapat soal kapan tepatnya batas itu berakhir (Ridawati, 2023; Wahyudi dkk., 2026). Kedudukan khiyar dalam perdagangan modern juga masih menjadi bahan perdebatan: pada jual beli daring, khiyar dipandang bersifat relatif, bukan otomatis berlaku (Lorien dkk., 2022), sementara pada transaksi kontemporer khiyar juga dipandang sebagai instrumen perlindungan konsumen (Hafid dkk., 2024). Dari sisi kebijakan publik, Wahyudi dkk. (2026) berpendapat bahwa klausul yang menolak seluruh bentuk pengembalian barang di ritel Indonesia bermasalah secara normatif apabila sampai menghilangkan hak pemulihan atas cacat, sekalipun pembatasan yang terstruktur tetap dapat diterima. Kebiasaan dagang di tingkat lokal pun mengarah pada semangat yang sama: Rahmaniah (2025) membaca ungkapan praktik ‘jual seadanya’ dalam masyarakat Banjar sebagai bentuk kehati-hatian dalam transaksi. Praktik tersebut dapat dibandingkan dengan pergeseran tanggung jawab dari pola yang lebih banyak membebankan risiko kepada pembeli menuju pola yang juga menempatkan tanggung jawab pada penjual. Dalam konteks penelitian ini, pergeseran tersebut digunakan sebagai konsep pembanding untuk membaca meningkatnya tanggung jawab penjual dalam memberikan informasi dan menangani barang cacat.

Maslahah dan Hifz al-Mal sebagai Lensa Analisis

Maslahah merupakan salah satu prinsip inti ekonomi Islam, yang menopang keadilan, kesejahteraan, dan keberlanjutan dalam produksi, distribusi, maupun konsumsi, sekaligus terkait erat dengan tujuan-tujuan syariah (maqasid al-shariah) (Ibrahim & Mawardi, 2025; Zulmairoh et al., 2024). Salah satu tujuan tersebut, yakni perlindungan harta (hifz al-mal), telah banyak dikaitkan dengan hak-hak konsumen. Ramadhan dan Adrebi (2025), misalnya, dalam

kajiannya tentang e-commerce menunjukkan bahwa ketentuan mengenai hak dan kewajiban konsumen dalam Pasal 4 dan 5 UU Perlindungan Konsumen (Republik Indonesia, 1999) pada dasarnya sejalan dengan semangat hifz al-mal. Sejalan dengan itu, H. R. Wijaya dkk. (2024) menemukan adanya pengaruh signifikan religiusitas dan literasi keuangan syariah terhadap kesejahteraan finansial atau financial well-being Muslim Indonesia. Temuan tersebut memberikan konteks bahwa nilai keislaman berkaitan dengan cara kesejahteraan konsumen Muslim. Khiyar sendiri juga sudah banyak dianalisis sebagai jalan menuju keadilan dalam pertukaran menurut kerangka maqasid al-shariah (Rahmaniah, 2025; A. Wijaya dkk., 2023).

Bertolak dari kerangka tersebut, penelitian ini mengukur maslahah pelanggan lewat empat indikator operasional hifz al-mal untuk kepentingan analisis, dengan indikator yang dirumuskan untuk kebutuhan analisis penelitian ini dengan mengadaptasi hak-hak konsumen dan fokus temuan lapangan, yaitu: (a) kesesuaian antara harga dan kualitas yang dijanjikan dengan yang benar-benar diterima; (b) ada atau tidaknya kerugian materiil akibat informasi yang kurang jelas; (c) tersedianya kompensasi, penukaran, atau pengembalian barang; serta (d) apakah pelanggan merasa cukup percaya pada toko sehingga terus kembali berbelanja. Indikator (a) dan (c) diadaptasi dari hak-hak yang diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yakni hak menerima barang sesuai kondisi yang dijanjikan disertai informasi yang jujur, dan hak atas ganti rugi bila barang tidak sesuai perjanjian (Republik Indonesia, 1999). Adapun indikator (b) merupakan tambahan penulis untuk menangkap jenis kerugian yang sebetulnya hendak dicegah oleh transparansi dan khiyar, sedangkan indikator (d) diadaptasi dari riset ritel yang memandang kepercayaan sebagai penghubung antara kebijakan pengembalian barang dan keputusan membeli pengamatan terhadap pengalaman pelanggan dalam penelitian ini, khususnya mengenai rasa percaya dan keberlanjutan transaksi. Perlu ditegaskan bahwa keempat indikator ini bersifat sebagai alat kerja operasional untuk kebutuhan penelitian ini, bukan ukuran baku yang berlaku umum.

Penelitian Terdahulu dan Celah Penelitian

Riset-riset terdahulu seputar khiyar dan keterbukaan informasi mencakup latar daring maupun luring (Tabel 1). Untuk studi berlatar daring, Rahayu dan Fikriyah (2022) menunjukkan keterkaitan pengetahuan konsumen Muslim tentang maslahah dan khiyar dengan keputusan pembelian, sementara Lorien dkk. (2022) menelaah penerapan khiyar dalam transaksi kontemporer, sedangkan Ghafur dkk. (2026), melalui kajian pustaka, menyimpulkan bahwa jual beli daring tetap halal selama akadnya terbebas dari ketidakpastian (gharar), riba, dan penipuan; Farizi dkk. (2025) dan Firmansyah dkk. (2025) memperkuat pola ini dengan

mengulas etika khiyar dan transparansi pada layanan digital terkini. Studi-studi berlatar luring jauh lebih beragam, dan diringkas pada Tabel 1.

Tabel 1. Sejumlah Penelitian Terdahulu tentang Khiyar dan Transparansi

Penelitian	Lokasi dan Desain	Fokus	Kaitan dengan Penelitian Ini
Rahayu & Fikriyah (2022)	Marketplace Bukalapak; studi kasus, enam informan	Hubungan antara akad jual beli, bentuk khiyar, dan pertimbangan maslahah	Latar daring; tidak mencakup toko fisik
Ghafur dkk. (2026)	Jual beli daring; kajian pustaka	Kebolehan jual beli daring menurut fikih muamalah	Konseptual; tanpa data lapangan
Sihite & Putri (2025); Farizi dkk. (2025)	Transaksi jual beli modern/digital; kajian pustaka	Implementasi dan etika khiyar pada transaksi kontemporer	Menegaskan dominasi latar digital dalam literatur terkini
Syahputri & Suryaningsih (2022)	Penjualan sembako di Pasar Wage, Nganjuk; kualitatif	Bentuk dan proses khiyar	Barang sejenis kelontong, tetapi fokus utamanya khiyar
Febriani dkk. (2024)	Pasar Raya Meulaboh pada masa Covid-19; kualitatif (pustaka dan lapangan)	Syarat, batas waktu, dan pembatalan khiyar 'aib	Latar sejenis pasar swalayan; tidak dikaitkan dengan indikator maslahah pelanggan
Sari dkk. (2022)	Pasar Komplek WTC Jambi; kualitatif lapangan	Penerapan khiyar pada retur jual beli pakaian grosir	Latar luring dan grosir; retur sebagai fokus utama, bukan transparansi
Syahdilla dkk. (2026)	Pedagang pakaian, Pasar Roworejo; kualitatif deskriptif	Kompensasi barang cacat; kebijakan retur tidak jelas disertai gharar dan ḍarar	Wawancara dari sisi pedagang; pakaian
Madaniyyah dkk. (2023)	Pasar Haurgeulis, Indramayu; kualitatif (observasi, wawancara, dokumentasi; 27 informan)	Penerapan dan kesesuaian khiyar (majlis, 'aib, syarat) dengan ketentuan Islam	Praktik pasar secara umum; tidak dikaitkan dengan indikator maslahah pelanggan
Azma dkk. (2023)	Pasar tradisional dan jual beli daring; wawancara	Khiyar; penjual jarang menerapkannya karena takut rugi	Praktik pasar umum; tidak khusus toko kelontong

Penelitian	Lokasi dan Desain	Fokus	Kaitan dengan Penelitian Ini
Nasution (2019)	Penjualan buku bersegel di toko buku, Lubuk Pakam; penelitian lapangan	Khiyar dan perlindungan konsumen menurut mazhab Syafi'i dan hukum positif	Ritel khusus; perbandingan normatif

Sumber: Kompilasi penulis dari penelitian yang dirujuk.

Dari deretan studi tersebut, setidaknya ada tiga pola yang menonjol. Pertama, kebanyakan penelitian termasuk yang paling mutakhir mengambil latar transaksi daring, perdagangan pakaian, atau ritel khusus, sementara toko kelontong berskala kecil relatif jarang disentuh. Kedua, khiyar lebih banyak dibahas sebagai sekadar prosedur, dan jarang dikaitkan secara eksplisit dengan indikator kesejahteraan pelanggan. Ketiga, studi luring yang ada umumnya hanya mengandalkan salah satu sisi transaksi: Syahdilla dkk. (2026) mewawancarai pedagang saja, sementara Sari dkk. (2022) berfokus pada mekanisme retur tanpa mengaitkannya dengan transparansi akad; penelitian ini, sebaliknya, membandingkan penuturan pemilik toko, pelanggan, dan pedagang di luar toko sekaligus. Kajian tentang etika bisnis Islam di pasar tradisional Surabaya, Yogyakarta, dan daerah lain (Azizaturrohmah & Mawardi, 2015; Wibowo & Disantara, 2024; Putri dkk., 2026; Septiani & Hadziq, 2023) memberi konteks yang lebih luas, dan Azarkoni (2025) mencatat bahwa pedagang yang terbuka dalam menyampaikan informasi produk bertindak selaras dengan prinsip keadilan, sekalipun dalam konteks perdagangan digital. Penelitian ini berfokus pada praktik khiyar dan maslahah pelanggan di satu toko kelontong. Berdasarkan penelusuran literatur yang digunakan dalam penelitian ini, kajian yang secara bersamaan menghubungkan transparansi akad, khiyar, dan indikator operasional maslahah pelanggan dalam konteks toko kelontong masih relatif terbatas.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi kasus pada satu lokasi penelitian, yaitu Toko Mapan di Pasar Kedurus, Surabaya. Desain ini dipilih untuk menggambarkan praktik transaksi secara mendalam dalam konteks alaminya. Data dikumpulkan selama dua pekan, yaitu pada 1–14 September 2026, melalui wawancara dan observasi lapangan pada beberapa kesempatan kunjungan. Observasi diarahkan pada proses penjualan, penyampaian informasi harga dan kondisi barang, penjelasan ketentuan penukaran, serta praktik penukaran atau pengembalian barang yang dapat diamati selama periode penelitian.

Total ada sepuluh informan yang terlibat dalam penelitian ini (Tabel 2). Pemilik toko (P1) dilibatkan karena posisinya sebagai penentu kebijakan harga dan penukaran. Delapan pelanggan dikelompokkan berdasarkan pengalaman mereka: empat orang pernah menukar barang cacat (C1–C4), satu orang permintaan penukarannya ditolak karena telah melewati batas waktu (C5), dan tiga orang lainnya merupakan pelanggan reguler yang belum pernah menggunakan hak khiyar (R1–R3). Seorang penjual jajan pasar di lapak sebelah Toko Mapan (T1) dilibatkan sebagai sumber eksternal untuk triangulasi. Semua informan dipilih secara purposif berdasarkan peran dan pengalaman masing-masing dan ditemui langsung di lokasi tanpa rujukan dari pemilik. Karena pelanggan ditemui ketika sedang berbelanja, sebagian besar informan pelanggan memang telah terbiasa bertransaksi di toko tersebut; keterbatasan ini diperhitungkan dalam interpretasi hasil. Nama informan digantikan dengan kode untuk menjaga kerahasiaan.

Sepuluh informan dari satu toko merupakan jumlah yang terbatas. Kecukupannya dipertimbangkan melalui konsep kekuatan informasi (information power) (Malterud dkk., 2016), karena tujuan penelitian terfokus pada praktik transparansi, khiyar, dan maslahah dalam satu lokasi, informan dipilih berdasarkan relevansi pengalaman, dan analisis menggunakan kerangka fikih muamalah serta maqasid yang telah mapan. Durasi wawancara tidak ditetapkan sebagai ukuran kecukupan data; kedalaman informasi dipertimbangkan dari relevansi jawaban, klarifikasi selama wawancara, observasi lapangan, dan perbandingan antarkelompok informan.

Data diperoleh melalui wawancara terstruktur serta observasi langsung. Para pelanggan diajukan pertanyaan yang mewakili empat indikator operasional maslahah: kewajaran dan keterbukaan harga, pengalaman terkait potensi kerugian akibat informasi yang kurang jelas, kemungkinan pengembalian atau penggantian barang rusak, serta pengalaman mengenai kenyamanan dan kepercayaan dalam berbelanja. Pemilik toko dan pedagang di sebelah diberi pertanyaan yang disesuaikan dengan peran masing-masing, terutama mengenai kebijakan harga, kondisi barang, ketentuan penukaran, dan pandangan terhadap praktik toko. Seluruh wawancara dilakukan dalam bahasa Indonesia. Dengan izin informan, jawaban dicatat secara tertulis dalam catatan lapangan dan diklarifikasi pada saat wawancara apabila terdapat informasi yang perlu diperjelas. Catatan wawancara kemudian dibandingkan dengan catatan observasi. Pengecekan tersebut merupakan klarifikasi pada saat pengumpulan data, bukan member checking formal setelah proses analisis. Observasi mencakup proses penjualan, penyampaian informasi harga dan kondisi barang, penjelasan ketentuan penukaran, kondisi barang yang dipajang, satu peristiwa penukaran pelanggan, serta satu peristiwa penyerahan barang rusak kepada distributor. Dokumentasi dan sumber pustaka mengenai fikih muamalah

digunakan sebagai data sekunder pendukung. Kutipan pada bagian temuan berasal dari catatan lapangan yang mendekati ucapan asli informan, bukan transkrip kata demi kata.

Setiap informan sudah diberi tahu tujuan penelitian ini dan bahwa keikutsertaannya bersifat sukarela; mereka pun menyatakan persetujuan secara lisan agar jawabannya boleh dicatat. Pemilik toko mengizinkan nama Toko Mapan, Pasar Kedurus, Surabaya, dicantumkan dalam artikel, sementara informan perorangan hanya muncul dalam bentuk kode. Penelitian ini dinilai berisiko minimal sehingga tidak diajukan kaji etik formal, dengan pertimbangan sebagai berikut: seluruh informan yang diwawancarai merupakan orang dewasa yang sedang menjalani aktivitas berdagang biasa di ruang publik; pertanyaan yang diajukan hanya seputar harga, kebijakan penukaran, dan pengalaman berbelanja, bukan hal pribadi yang sensitif; tidak ada intervensi apa pun dan tidak melibatkan kelompok rentan; serta partisipasi bersifat sukarela dan dilaporkan secara anonim.

Proses analisis data mengacu pada tahapan Miles dkk. (2014): data dipadatkan (condensation), disajikan, lalu kesimpulan ditarik dan diverifikasi secara berulang. Mengingat pertanyaan wawancara sudah dirancang mengikuti empat indikator, pengodean data pun sebagian besar bersifat deduktif: jawaban dipilah menurut indikator, dibandingkan antarkelompok informan, lalu dicocokkan dengan catatan hasil observasi. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber (pemilik toko, tiga kelompok pelanggan, dan pedagang di sebelah toko) serta triangulasi teknik (membandingkan hasil wawancara dengan observasi), mengikuti kriteria yang dibahas Nowell dkk. (2017). Verifikasi jawaban kepada informan dan pencocokan dengan observasi dilakukan di tempat, segera setelah data dikumpulkan, sehingga berfungsi sebagai bentuk validasi awal terhadap keakuratan data. Meski demikian, penelitian ini tidak melakukan pengecekan ulang pasca-analisis kepada informan (member checking dalam pengertian formal, yaitu mengembalikan hasil interpretasi akhir kepada informan untuk dikonfirmasi), dan hal ini diakui sebagai salah satu keterbatasannya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kesepuluh informan yang terlibat menempati posisi yang berbeda-beda dalam ekosistem transaksi di Toko Mapan (Tabel 2).

Tabel 2. Profil Informan

Kode	Peran	Dasar Pemilihan	Data yang Dikumpulkan
P1	Pemilik toko	Menetapkan dan menjalankan kebijakan harga dan penukaran toko	Wawancara; observasi transaksi dan penyerahan barang rusak kepada distributor
C1–C4	Pelanggan yang pernah menukar barang	Pernah menukar barang cacat di toko; C2–C4 memberi penuturan yang sejalan dengan C1	Wawancara; C1 juga diamati langsung saat melakukan penukaran
C5	Pelanggan yang penukarannya ditolak	Meminta penukaran barang bocor setelah melewati batas 2×24 jam	Wawancara; observasi bahwa C5 kembali berbelanja pada kunjungan saya berikutnya
R1–R3	Pelanggan reguler	Berbelanja rutin dan belum perlu menggunakan khiyar; R2 dan R3 memberi penuturan yang sejalan dengan R1	Wawancara
T1	Penjual jajan pasar di sebelah toko	Sumber eksternal untuk triangulasi	Wawancara

Sumber: Data lapangan penulis. Seluruh wawancara dilakukan pada 1–14 September 2026 dan dicatat dalam catatan lapangan.

Transparansi Akad

Menurut P1, harga disampaikan secara terbuka sehingga pelanggan mengetahui harga yang harus dibayar. Pernyataan ini sejalan dengan penuturan para pelanggan. C1, misalnya, menyatakan bahwa harga yang disampaikan sesuai dengan harga barang dan terkadang lebih murah dibandingkan toko lain untuk kualitas yang menurutnya sama (C1, catatan lapangan). C2 hingga C4 memberikan penuturan yang searah. R1–R3 juga menyatakan bahwa harga, kondisi barang, dan perlakuan toko disampaikan secara terbuka. Dari sudut pandang eksternal, T1 menilai Toko Mapan dikenal sebagai toko yang jujur dan transparan dalam menyampaikan

harga serta ramah kepada pembeli (T1, catatan lapangan). Pernyataan-pernyataan tersebut merupakan hasil wawancara; pengamatan langsung peneliti digunakan untuk memeriksa bagian-bagian yang dapat terlihat selama kunjungan, bukan untuk mengonfirmasi seluruh pengalaman pelanggan.

Observasi langsung menunjukkan bahwa barang yang dipajang tampak bersih dan terawat serta tanggal kedaluwarsanya dapat dilihat. Peneliti juga mengamati penyampaian informasi mengenai harga dan kondisi barang dalam aktivitas transaksi. Dengan demikian, observasi mendukung sebagian penuturan informan mengenai keterbukaan informasi, tetapi tidak dimaksudkan sebagai verifikasi atas seluruh transaksi yang berlangsung selama periode penelitian. Secara normatif, praktik tersebut sejalan dengan prinsip kejujuran dalam jual beli dan hak pelanggan atas informasi yang akurat dan jelas (Kholik, 2024; Syahputri & Suryaningsih, 2022; Wibowo & Disantara, 2024; Republik Indonesia, 1999). Temuan ini juga searah dengan Azarkoni (2025), yang mengaitkan keterbukaan informasi produk dengan prinsip keadilan dalam perdagangan, meskipun konteks penelitiannya berada pada perdagangan digital.

Penerapan Hak Khiyar

Menurut P1, Toko Mapan memiliki dua tingkat ketentuan penukaran yang disampaikan secara lisan sebelum transaksi: apabila cacat diketahui ketika pelanggan masih berada di toko, barang dapat langsung ditukar; apabila cacat baru diketahui setelah pelanggan meninggalkan toko, penukaran dapat diajukan paling lama 2×24 jam sejak pembelian. Informasi mengenai ketentuan tersebut juga diketahui oleh para informan pelanggan yang diwawancarai. C1 menyampaikan pernah menukar barang cacat sebelum batas waktu dan barang tersebut diganti. C2–C4 menceritakan pengalaman penukaran yang sejalan, tetapi pengalaman mereka diperoleh melalui wawancara dan tidak seluruhnya diamati langsung oleh peneliti. R1–R3 mengetahui ketentuan penukaran, tetapi belum pernah menggunakannya karena barang yang mereka terima tidak mengalami kerusakan. Dengan demikian, hasil wawancara menunjukkan adanya pemahaman pelanggan terhadap ketentuan toko, sedangkan observasi langsung terutama mengonfirmasi satu kasus penukaran.

P1 menjelaskan bahwa barang cacat yang diterima dari pelanggan dapat dikembalikan kepada sales atau distributor. Pernyataan mengenai mekanisme tersebut sebagian dapat diverifikasi melalui observasi. Peneliti menyaksikan P1 menyerahkan barang rusak kepada sales distributor yang datang ke toko. Sales tersebut menerima barang dan menyampaikan bahwa barang pengganti akan dibawa pada kunjungan berikutnya sekitar tiga sampai empat

hari kemudian tanpa biaya tambahan. Sales juga menyampaikan bahwa pada kunjungan berikutnya P1 dapat sekaligus melakukan pemesanan ulang atau memesan barang lain yang telah habis. Peneliti tidak mengamati secara langsung tahap penggantian pada kunjungan berikutnya karena pengumpulan data di lokasi telah berakhir. Oleh karena itu, temuan ini mendukung adanya mekanisme pengembalian barang rusak kepada pemasok, tetapi tidak digunakan untuk menyatakan bahwa penggantian berikutnya telah diverifikasi secara langsung. Pada kasus C1 yang diamati, P1 mengganti barang yang rusak dengan barang baru dan memberikan tambahan satu sachet. Pemberian tambahan tersebut diperlakukan sebagai temuan pada kasus C1 dan tidak digeneralisasikan sebagai kebijakan yang berlaku bagi seluruh pelanggan.

Namun, ketentuan tersebut memiliki batas. C5 menyampaikan dalam wawancara bahwa ia pernah membeli kecap yang kemudian diketahui bocor setelah beberapa hari, tetapi ketika meminta penukaran, batas 2×24 jam telah terlampaui. P1 menjelaskan bahwa barang tersebut tidak dapat ditukar karena melewati batas waktu dan menyampaikannya secara sopan. Pada kunjungan peneliti berikutnya, C5 terlihat kembali berbelanja di Toko Mapan. Temuan ini menunjukkan bahwa satu penolakan penukaran tidak serta-merta diikuti berhentinya transaksi oleh C5, tetapi penelitian ini tidak memiliki data longitudinal untuk menyimpulkan keberlanjutan kepercayaan atau loyalitas pelanggan. Kasus C5 terutama menunjukkan bahwa batas 2×24 jam benar-benar menjadi batas operasional yang diterapkan toko.

Dalam observasi langsung, peneliti juga menyaksikan satu kasus pelanggan yang membawa barang bocor untuk ditukar. P1 mengganti barang tersebut, dan pada kasus yang sama pelanggan menerima satu sachet tambahan. Peristiwa ini mendukung penuturan mengenai adanya penukaran barang cacat dan menunjukkan bahwa bentuk kompensasi tambahan dapat terjadi pada kasus tertentu. Namun, karena hanya satu kasus yang diamati secara langsung, temuan tersebut tidak dapat diperlakukan sebagai pola yang berlaku untuk seluruh pelanggan.

Maslahah Pelanggan

Tabel 3 di bawah ini merangkum bukti untuk masing-masing indikator hifz al-mal dengan membedakan sumber wawancara dari temuan yang diperoleh melalui observasi langsung.

Tabel 3. Bukti untuk Indikator Maslahah Pelanggan

Indikator	Bukti	Sumber	Penilaian
(a) Kesesuaian harga dan kualitas	Harga dinyatakan terbuka; kondisi dan tanggal kedaluwarsa barang dapat dilihat; C1–C4 dan R1–R3 memberi penuturan yang sejalan	P1, C1–C4, R1–R3, T1 (wawancara); observasi harga/kondisi barang yang dapat diamati	Mendukung indikator dalam konteks penelitian
(b) Ketiadaan kerugian materiil	C1–C4 melaporkan penukaran dalam batas waktu; satu kasus C1 diamati langsung; distributor menerima barang rusak dan menyatakan penggantian berikutnya tanpa biaya, tetapi tahap penggantian tidak diamati; C5 melewati batas waktu	P1, C1–C5 (wawancara); observasi C1 dan distributor	Didukung untuk transaksi dalam batas penukaran; terdapat pengecualian C5
(c) Ketersediaan kompensasi	Penukaran tersedia dalam ketentuan toko; satu sachet tambahan teramati pada kasus C1; tidak tersedia setelah 2×24 jam pada kasus C5	P1, C1–C5 (wawancara); observasi C1	Tersedia dalam batas kebijakan; tidak tersedia setelah tenggat
(d) Kepercayaan dan transaksi berulang	Pelanggan melaporkan pengalaman nyaman/percaya; C5 terlihat kembali berbelanja pada kunjungan berikutnya; T1 menilai pelanggan banyak yang kembali	C1–C5, R1–R3, T1 (wawancara); observasi C5	Menunjukkan pengalaman positif dan transaksi berulang, tetapi bukan bukti longitudinal loyalitas

Sumber: Data lapangan penulis.

Secara umum, hasil wawancara menunjukkan bahwa pelanggan menilai harga dan kualitas barang sesuai, dan sebagian menyebut harga lebih murah dibandingkan toko lain yang menurut mereka menawarkan kualitas sebanding. Untuk transaksi yang masih berada dalam batas penukaran, C1–C4 melaporkan bahwa barang cacat dapat diganti. Observasi langsung mendukung temuan tersebut melalui satu kasus penukaran. Pada sisi pemasok, peneliti mengamati penyerahan barang rusak kepada distributor dan mendengar pernyataan distributor bahwa barang pengganti akan dibawa pada kunjungan berikutnya tanpa biaya tambahan; tahap penggantian tersebut tidak diamati langsung. Kompensasi tambahan berupa satu sachet juga

teramati pada satu kasus C1. Adapun C5 menunjukkan batas kebijakan karena permintaan penukaran setelah 2×24 jam tidak dilayani. Mengenai kepercayaan dan transaksi berulang, data wawancara menunjukkan pengalaman positif dari beberapa pelanggan, sementara C5 terlihat kembali berbelanja pada kunjungan berikutnya. Temuan tersebut diperlakukan sebagai indikasi pengalaman transaksi dan perilaku kembali berbelanja, bukan sebagai bukti kausal mengenai loyalitas atau kepercayaan jangka panjang.

Pembahasan

Kebijakan 2×24 Jam dan Fikih. Praktik Toko Mapan memiliki substansi yang berkaitan dengan khiyar 'aib karena hak penukaran muncul ketika barang diketahui cacat. Literatur menunjukkan bahwa pembahasan khiyar 'aib mencakup persoalan kapan hak digunakan dan bagaimana cacat dinilai dalam praktik (Ridawati, 2023; Pratiwi & Zuhri, 2024). Dalam studi di Pasar Haurgeulis, Madaniyyah dkk. (2023) membahas perbedaan pandangan mengenai penggunaan khiyar 'aib, termasuk pandangan yang menekankan penggunaan segera setelah cacat diketahui. Temuan di Toko Mapan tidak dimaksudkan untuk menetapkan bahwa 2×24 jam merupakan ketentuan fikih yang universal. Angka tersebut merupakan kebijakan operasional toko yang disampaikan secara lisan sebelum transaksi. Karena penukaran dipicu oleh cacat barang, kebijakan tersebut secara substantif berkaitan dengan khiyar 'aib, sedangkan batas 2×24 jam merupakan ketentuan toko untuk memberikan kepastian waktu pengajuan penukaran. Kasus C5 memperlihatkan konsekuensi dari batas tersebut: ketika permintaan diajukan setelah tenggat, penukaran tidak diberikan. Penolakan disampaikan secara sopan, tetapi penelitian ini tidak menilai dampaknya terhadap loyalitas atau kepercayaan dalam jangka panjang. Khiyar majlis dan khiyar syarat tidak menjadi fokus wawancara maupun observasi, sehingga pembahasan penelitian dibatasi pada praktik penukaran barang cacat yang ditemukan di lapangan.

Perbandingan dengan Pasar Lain.

Temuan Toko Mapan dapat dibaca bersama penelitian terdahulu, tetapi perbandingan tidak dimaksudkan untuk menyatakan bahwa Toko Mapan lebih baik atau lebih terstruktur daripada pasar lain karena penelitian ini hanya mengamati satu toko dan tidak melakukan observasi langsung pada lokasi pembanding. Syahdilla dkk. (2026) membahas kompensasi barang cacat pada pedagang pakaian di Pasar Roworejo; Sari dkk. (2022) menelaah mekanisme pengembalian barang pada perdagangan pakaian grosir di Pasar Komplek WTC Jambi; dan Madaniyyah dkk. (2023) membahas penerapan khiyar pada pasar tradisional Haurgeulis.

Dibandingkan dengan fokus studi-studi tersebut, penelitian ini menambahkan konteks toko sembako skala kecil serta membedakan penuturan pemilik dan pelanggan dari observasi langsung. Pada Toko Mapan, peneliti juga mengamati penyerahan barang rusak kepada distributor. Akan tetapi, karena penggantian pada kunjungan berikutnya tidak diamati langsung, temuan tersebut hanya digunakan untuk menunjukkan adanya mekanisme pengembalian kepada pemasok, bukan untuk membuktikan pemulihan kerugian secara penuh di sepanjang rantai pasok. Temuan ini melengkapi, bukan meniadakan, keterbatasan penelitian terdahulu.

Maslahah dan Ihsan.

Berdasarkan empat indikator hifz al-mal yang dikembangkan sebagai alat operasional penelitian ini, temuan secara umum mendukung maslahah pelanggan pada transaksi yang masih berada dalam ketentuan penukaran toko. Indikator tersebut mencakup kesesuaian harga dan kualitas, perlindungan dari kerugian materiil, ketersediaan kompensasi, serta pengalaman kepercayaan pelanggan. Keempatnya bukan instrumen baku yang berlaku universal, melainkan digunakan untuk mengoperasionalkan kerangka hifz al-mal berdasarkan fokus penelitian, literatur perlindungan konsumen, dan temuan lapangan. Pemberian satu sachet tambahan pada kasus C1 dapat dibaca sebagai bentuk pelayanan yang melebihi penggantian minimum, tetapi temuan satu kasus tersebut tidak cukup untuk menyatakan bahwa praktik itu berlaku umum. Demikian pula, pengalaman pelanggan yang merasa nyaman dan kembali berbelanja dapat dibaca sebagai pengalaman positif, tetapi belum menjadi bukti hubungan kausal dengan loyalitas. Kasus C5 memperlihatkan batas perlindungan: ketika klaim melewati 2×24 jam, penukaran tidak tersedia. Dengan demikian, maslahah dalam penelitian ini dipahami secara kontekstual, yaitu terutama pada transaksi yang masih berada dalam ketentuan penukaran yang telah disampaikan toko.

Nuansa dan Keterbatasan.

Beberapa hal membatasi temuan penelitian ini. Pertama, observasi langsung terhadap praktik penukaran hanya mencakup kasus-kasus yang dapat dijumpai selama periode penelitian, termasuk satu penukaran pelanggan dan satu penyerahan barang rusak kepada distributor; sebagian besar pengalaman pelanggan tetap berasal dari wawancara. Kedua, proses penggantian barang oleh distributor pada kunjungan berikutnya tidak diamati langsung sehingga penelitian tidak dapat memastikan tahap akhir penggantian berdasarkan observasi peneliti. Ketiga, wawancara dicatat secara tertulis dan diklarifikasi saat pengumpulan data,

tetapi pengecekan ulang pasca-analisis dalam bentuk formal member checking tidak dilakukan. Keempat, karena pelanggan ditemui ketika sedang berbelanja di toko, sebagian besar informan pelanggan telah menjadi pelanggan yang terbiasa bertransaksi di sana; hanya C5 yang memberikan pengalaman penukaran yang ditolak. Kelima, keberlanjutan pengalaman C5 hanya diketahui sampai kunjungan berikutnya dan tidak dapat digunakan untuk menyimpulkan loyalitas jangka panjang. Terakhir, seluruh informan berasal dari satu toko, sehingga temuan bersifat kontekstual dan tidak dapat digeneralisasi sebagai gambaran pasar tradisional secara umum.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Secara keseluruhan, penelitian ini menemukan bahwa keterbukaan mengenai harga, kondisi barang, dan ketentuan penukaran merupakan praktik yang dilaporkan secara konsisten oleh informan di Toko Mapan dan sebagian didukung oleh observasi langsung. Khiyar 'aib dalam praktik toko tampak melalui ketentuan bahwa barang cacat dapat ditukar segera ketika pelanggan masih berada di toko atau maksimal 2×24 jam setelah pembelian apabila pelanggan telah meninggalkan toko. Batas 2×24 jam tersebut merupakan kebijakan operasional Toko Mapan, bukan batas waktu universal dalam fikih. Observasi juga menunjukkan adanya mekanisme pengembalian barang rusak kepada distributor: distributor menerima barang dan menyampaikan bahwa barang pengganti akan dibawa pada kunjungan berikutnya sekitar tiga sampai empat hari kemudian tanpa biaya tambahan, tetapi tahap penggantian tersebut tidak diamati langsung. Berdasarkan empat indikator hifz al-mal yang dikembangkan sebagai alat operasional penelitian ini, maslahah pelanggan secara kontekstual didukung pada transaksi yang masih berada dalam ketentuan penukaran. C5 menjadi pengecualian karena permintaan penukarannya diajukan setelah tenggat, meskipun penolakan disampaikan secara sopan dan pada kunjungan berikutnya ia terlihat kembali berbelanja. Temuan terakhir tersebut tidak digunakan untuk menyimpulkan loyalitas jangka panjang.

Karena temuan berasal dari satu toko dan sepuluh informan, hasil penelitian tidak dapat diperlakukan sebagai gambaran umum pasar tradisional. Dari sisi praktik, Toko Mapan dapat mempertahankan penyampaian harga, kondisi barang, dan ketentuan penukaran secara konsisten. Sebagai saran praktis, ketentuan penukaran yang selama ini disampaikan secara lisan dapat dipertimbangkan untuk dituangkan secara tertulis di lokasi yang mudah terlihat agar informasi lebih mudah diakses oleh pelanggan baru dan tetap konsisten. Pedagang juga perlu menjelaskan alasan keputusan ketika klaim diajukan setelah batas waktu. Penelitian berikutnya dapat melibatkan lebih banyak lokasi, pelanggan yang klaimnya ditolak, dan pihak distributor

secara formal, serta mengkaji khiyar majlis dan khiyar syarat untuk memperluas pemahaman mengenai praktik khiyar di pasar tradisional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Para penulis berterima kasih kepada pemilik dan karyawan Toko Mapan, Pasar Kedurus, Surabaya, serta seluruh informan atas kerja sama mereka selama pengumpulan data. Artikel ini merupakan bagian dari tugas akhir (skripsi) penulis pertama pada Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, di bawah bimbingan penulis kedua.

DAFTAR REFERENSI

ANTARA. (2026, July 16). BPKN catat tiga sektor utama yang dominasi aduan masyarakat. https://www.antaranews.com/berita/5652648/bpkn-catat-tiga-sektor-utama-yang-dominasi-aduan-masyarakat

Azarkoni, A. S. (2025). Implementasi prinsip keadilan dalam akad jual beli menurut hukum syariah: Analisis kasus pedagang Muslim di era digital. *OPINIA De Journal, 5*(1), 59–71. https://doi.org/10.35888/opiniadejournal.v5i1.114

Azizaturrohmah, S. N., & Mawardi, I. (2015). Pemahaman etika berdagang pada pedagang Muslim Pasar Wonokromo Surabaya (Studi kasus pedagang buah). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, 1*(4), 278–288.

Azma, N., Shu, S. R., & Juanes, B. (2023). Implementation of the application of khiyar in buying and selling transactions in traditional markets and buying and selling online. *Sharia Oikonomia Law Journal, 1*(1), 29–39. https://doi.org/10.55849/solj.v1i1.33

Farizi, F. A., Nafisah, D., & Purwanto, M. A. (2025). Etika jual beli dalam khiyar. *Jurnal Ilmu Hukum, 2*(2), 132–142. https://doi.org/10.62017/syariah.v2i2.3234

Febriani, A., Nurdin, M. R., & Yustinur, N. (2024). Views on khiyar 'aib practices during the Covid-19 pandemic: Case Pasar Raya Meulaboh. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman, 10*(1), 117–140. https://doi.org/10.24952/fitrah.v10i1.10915

Firmansyah, B., Syihabudin, & Fakhrudin, M. (2025). Tinjauan fiqih muamalah terhadap jual beli online dalam layanan ShopeeFood pada aplikasi Shopee. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 10*(3). https://doi.org/10.30651/jms.v10i3.26818

Ghafur, A., Wijaya, K., & Hidayati, L. (2026). Jual beli online dalam perspektif fikih muamalah. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah, 7*(2), 1106–1113. https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v7i2.63633

Hafid, A., Bahri, S., Marzuki, S. N., Muis, M., & Idayanti, R. (2024). The application of khiyar principles to e-commerce transaction: The Islamic economy perspective. *Samarah: Jurnal Hukum Keluarga dan Hukum Islam, 8*(1), 403–420. https://doi.org/10.22373/sjhk.v8i1.20890

Ibrahim, E. K., & Mawardi. (2025). Analisis konsep maslahah sebagai prinsip dan tujuan ekonomi Islam. *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan dan Manajemen Syariah, 7*(2), 1–19. https://doi.org/10.51311/istikhlaf.v7i2.871

Iswanto, J., Tohawi, A., Subekan, Hendratri, B. G., & Dianto, A. Y. (2023). Elaborasi khiyar: Dinamika transaksi jual beli pakaian di pasar tradisional Bagor Nganjuk. *Jurnal Kolaboratif Sains, 6*(11).

Kholik, J. A. (2024). Analysis of the hadith on the principle of transparency in buying and sale transactions and its application in syariah e-commerce. *Nabawi: Journal of Hadith Studies, 5*(2), 271–305. https://doi.org/10.55987/njhs.v5i2.196

Lorien, W., Hakim, R., & Hakim, A. L. (2022). The right to choose (khiyar) innovation for contemporary transaction in e-commerce marketplace. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics, 6*(2), 192–205. https://doi.org/10.26740/aluqud.v6n2.p192-205

Madaniyyah, K., Iswandi, I., & Fitri, A. A. (2023). Penerapan khiyar dalam transaksi jual beli perspektif hukum Islam (Studi kasus di Pasar Haurgeulis Kabupaten Indramayu). *Journal of Islamic Studies, 1*(2), 181–195. https://doi.org/10.61341/jis/v1i2.016

Malterud, K., Siersma, V. D., & Guassora, A. D. (2016). Sample size in qualitative interview studies: Guided by information power. *Qualitative Health Research, 26*(13), 1753–1760. https://doi.org/10.1177/1049732315617444

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.

Nafsah, Z., & Arifin, A. (2023). Jual beli dalam ekonomi Islam (aplikasi jual beli dalam fiqih dan perbankan syariah). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9*(2), 2071–2079. https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8680

Nasution, L. M. (2019). Hak khiyar dalam perlindungan konsumen menurut mazhab Syafi'i dan hukum positif (Studi kasus jual beli buku bersegel di Toko Buku Pustaka 2000 Kecamatan Lubuk Pakam). *Al-Fikru: Jurnal Ilmiah, 13*(1), 61–72. https://www.jurnal.staiserdanglubukpakam.ac.id/index.php/alfikru/article/view/28

Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. *International Journal of Qualitative Methods, 16*(1), 1–13. https://doi.org/10.1177/1609406917733847

Nurafida, N., Rudi, M. A., & Suarning. (2024). Analisis khiyar syarat dan khiyar aib dalam transaksi jual beli pakaian di pasar tradisional Bungi Kab. Pinrang. *Sighat: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 3*(1), 45–62. https://doi.org/10.35905/shighat_hes.v3i1.10413

Pratiwi, F., & Zuhri, A. (2024). Implementation of khiyar aib in the sale and purchase of wooden beam from the perspective of a compilation of sharia economic law (Case study in Southeast Padangsidimpuan District). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics, 8*(1), 888–905. https://doi.org/10.31538/iijse.v8i1.5988

Putri, A., Busni, D., Fauzi, M., & Wissalam, A. (2026). The application of sharia principles in buying and selling activities at the Semurup traditional market. *Jurnal Iqtisaduna, 12*(2), 317–331. https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v12i2.63445

Rahardi, M. T., Saragi, S. S. A. B., & Ilham, M. (2025). Consumer protection in Shopee Coin conversion services on Application X: An analysis based on maqasid al-Shariah. *Akademika: Jurnal Keagamaan dan Pendidikan, 21*(2). https://doi.org/10.56633/jkp.v21i2.1407

Rahayu, J. P., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh pengetahuan konsumen Muslim tentang maslahah dan khiyar terhadap keputusan pembelian dalam Islam. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, 4*(3), 134–146. https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n3.p134-146

Rahmaniah, A. (2025). The practice of jual seadanya in the Banjar community: Between Islamic legal culture and consumer protection in modern transactions. *Jurisdictie: Jurnal Hukum dan Syariah, 16*(2), 542–572. https://doi.org/10.18860/j.v16i2.35665

Ramadhan, A. B., & Adrebi, F. S. (2025). Relevansi undang-undang perlindungan konsumen dalam e-commerce dengan prinsip hifz al-mal di Indonesia. *LoroNG: Media Pengkajian Sosial Budaya, 14*(1), 32–44. https://doi.org/10.18860/lorong.v14i1.15625

Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.*

Ridawati, M. (2023). Konsep khiyar 'aib dan relevansinya dengan garansi. *Maqosid: Jurnal Studi Keislaman dan Hukum Ekonomi Syariah, 11*(1), 1–20. https://doi.org/10.37216/maqosid.v11i1.3025

Sari, A. M., Pangiuk, A., & Baining, M. E. (2022). Penerapan khiyar pada pengembalian barang dalam jual beli pakaian grosir di Pasar Komplek WTC Jambi. *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business, 7*(1), 23–37.

Septiani, S., & Hadziq, M. F. (2023). Implementasi etika bisnis Islam pada sistem jual beli: Studi kasus di pasar tradisional. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9*(3), 4060–4066. https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9933

Sihite, N. A., & Putri, J. (2025). Implementasi konsep hak khiyar dalam transaksi jual beli modern. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen, 4*(2), 303–311. https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i2.3595

Syahdilla, A. D., Nurnazli, & Sukandi, A. (2026). Implementation of compensation for defective goods in khiyar cases at Roworejo Market, Indonesia. *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law, 11*(1), 147–166. https://doi.org/10.24256/alw.v11i1.10166

Syahputri, T. F., & Suryaningsih, S. A. (2022). Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli sembako di Pasar Kedurus Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, 5*(1), 146–159. https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p146-159

Ur Rahman, M. H., Amanullah, M., & Mohiuddin, M. (2017). Khiyar al-majlis (option of withdrawal before parting) in sale contract, contemporary applications. *Turkish Journal of Islamic Economics, 4*(2), 37–50. https://doi.org/10.26414/tujise.2017.4.2.37-50

Wahyudi, A., Heradhyaksa, B., Irfani, K., Pamesti, P. I., & Wawaysadhya. (2026). Rekonstruksi hak khiyār sebagai standar minimum retur–refund dalam jual beli ritel di Indonesia: Harmonisasi KHES dan UU Perlindungan Konsumen. *BUSTANUL FUQAHA: Jurnal Bidang Hukum Islam, 7*(1), 38–56. https://doi.org/10.36701/bustanul.v7i1.2909

Wibowo, D. E., & Disantara, F. P. (2024). Consumer protection in the perspective of Islamic law: The principle of dignified justice. *Rechtidee, 19*(2).

Wijaya, A., Idrus, A. M., Maulidah, T. A., Asti, M. J., & Nurjannah. (2023). The implementation of e-commerce consumer option rights (khiyar) in realizing transaction justice: A study of maqasid al-shariah. *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam, 17*(1), 69–82. https://doi.org/10.24090/mnh.v17i1.7673

Wijaya, H. R., Hati, S. R. H., Ekaputra, I. A., & Kassim, S. (2024). The impact of religiosity

and financial literacy on financial management behavior and well-being among Indonesian Muslims. *Humanities and Social Sciences Communications, 11*, 830. https://doi.org/10.1057/s41599-024-03309-6

Zulmairoh, A., Umida, N., Yuliana, & Hasan, Z. (2024). Analysis of consumption and productivity patterns in Islamic economics. *Al-Fadilah: Islamic Economics Journal, 2*(1), 10–21. https://doi.org/10.61166/fadilah.v2i1.21