
Analisis khiyar majlis pada transaksi e-commerce live streaming: Perspektif fikih mazhab Syafi'i-Maliki

Rahmat Gilang Ramadhan^{1*}

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Indonesia

e-mail: rahmatgilangrmdhan@gmail.com

*Corresponding Author.

Abstract: *The rise of live streaming-based e-commerce has transformed modern trade practices, introducing new challenges in applying Islamic legal principles such as khiyar majlis. This principle allows both seller and buyer to choose whether to proceed with or cancel a transaction while they remain in the same session (majlis). In digital contexts, however, the concept of a majlis becomes unclear, prompting differing interpretations among scholars. This study analyzes the applicability of khiyar majlis in live streaming e-commerce from the perspectives of the Syafi'i and Maliki schools. The Syafi'i view supports the continued validity of khiyar majlis in digital spaces as long as the interaction persists. Conversely, the Maliki school does not recognize khiyar majlis in the absence of direct, physical meetings. Using a descriptive-analytical method, this research examines the relevance of khiyar majlis to consumer protection and fairness in digital transactions. The findings suggest that khiyar majlis can still be implemented in digital commerce, provided the process ensures transparency and protects both parties' rights.*

Keywords: *E-commerce, Live Streaming, Khiyar Majlis*

Abstrak: Perkembangan e-commerce berbasis live streaming telah mengubah pola perdagangan modern, sekaligus menimbulkan tantangan baru dalam penerapan prinsip hukum Islam seperti khiyar majlis. Prinsip ini memberikan hak bagi penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi selama masih berada dalam satu majlis (forum). Namun, dalam konteks digital, batasan dan definisi majlis menjadi kabur, sehingga memunculkan perbedaan pandangan di kalangan ulama. Penelitian ini bertujuan menganalisis keberlakuan khiyar majlis dalam transaksi e-commerce berbasis live streaming dari perspektif mazhab Syafi'i dan Maliki. Mazhab Syafi'i tetap mengakui khiyar majlis dalam interaksi digital selama komunikasi berlangsung. Sebaliknya, mazhab Maliki tidak menerapkan khiyar majlis jika tidak terjadi pertemuan langsung, karena akad dianggap sah saat terjadi ijab dan qabul. Dengan pendekatan deskriptif-analitis, penelitian ini mengeksplorasi relevansi khiyar majlis dalam menjamin keadilan dan perlindungan hak konsumen di era digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip ini dapat diadaptasi dalam transaksi digital selama terdapat transparansi dan perlindungan hak kedua belah pihak.

Kata kunci: E-commerce, Live Streaming, Khiyar Majlis

Pendahuluan

Perkembangan e-commerce di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024 mencatat bahwa jumlah pengguna internet mencapai 221 juta jiwa atau sekitar 79,5% dari total populasi. Dari jumlah tersebut, lebih dari 60% pengguna aktif melakukan transaksi online, dengan sektor fashion menjadi kategori yang paling diminati (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024). Fenomena ini kian diperkuat oleh hadirnya model perdagangan berbasis live streaming commerce, yang memadukan hiburan, interaksi real-time, dan transaksi jual beli. Nilai transaksi live streaming commerce di Indonesia bahkan diproyeksikan terus meningkat seiring penetrasi digital dan perubahan perilaku konsumen (E-Conomy SEA, 2024).

Perubahan pola transaksi ini menimbulkan tantangan baru dalam fikih mu‘āmalāt, khususnya terkait konsep khiyār majlis. Dalam literatur klasik, khiyār majlis didefinisikan sebagai hak pilih penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad selama masih berada dalam satu majlis (Pernita Hestin Untari, 2025). Konsep ini menekankan pada perlindungan hak, keadilan, dan kebebasan berpikir dalam transaksi. Namun, dalam konteks e-commerce berbasis live streaming, batasan “satu majlis” tidak lagi berbentuk pertemuan fisik, melainkan interaksi digital yang berlangsung melalui ruang virtual (Yulfira et al., 2024). Hal ini memunculkan pertanyaan mendasar: apakah prinsip khiyār majlis tetap relevan, atau perlu reinterpretasi agar sesuai dengan karakteristik transaksi digital modern?

Perbedaan pandangan antarmazhab menambah urgensi kajian ini. Mazhab Syafi‘i menegaskan keberlakuan khiyār majlis dalam setiap akad jual beli, selama interaksi berlangsung dalam satu forum, meski tanpa kehadiran fisik. Sebaliknya, Mazhab Maliki meragukan penerapannya apabila tidak ada pertemuan langsung antara pihak yang bertransaksi. Perbedaan ini menandakan adanya ruang ijtihad untuk menafsirkan kembali konsep klasik agar mampu menjawab kebutuhan transaksi digital.

Sejumlah penelitian kontemporer telah membahas integrasi prinsip khiyār dalam perdagangan modern (Hasanuddin et al., 2024). Namun, masih jarang kajian yang secara spesifik menyoroti implementasi khiyār majlis dalam praktik live streaming commerce dengan membandingkan pandangan dua mazhab besar, yakni Syafi‘i dan Maliki. Di sinilah letak novelty penelitian ini, yaitu memberikan kontribusi konseptual terhadap pengembangan fikih mu‘āmalāt dalam konteks digital serta menghadirkan perspektif baru mengenai perlindungan konsumen, keadilan transaksi, dan keabsahan akad dalam e-commerce modern (WTO, Electronic Commerce and Development, 2020).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan khiyār majlis dalam transaksi e-commerce berbasis live streaming dengan mengkaji pandangan Mazhab Syafi‘i dan Mazhab Maliki. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi akademik sekaligus praktis bagi penguatan prinsip syariah dalam perdagangan digital kontemporer.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (library research). Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian, yaitu menelaah konsep fikih mu‘āmalāt secara mendalam melalui kajian literatur klasik dan kontemporer, tanpa mengandalkan pengumpulan data lapangan. Metode studi pustaka dianggap tepat karena memungkinkan penafsiran hukum yang kontekstual melalui analisis teks-teks hukum yang bersifat normatif dan historis (Zed, Mestika, 2022).

Data dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber pustaka. Sumber primer berupa kitab-kitab turāth fikih Mazhab Syafi‘i dan Maliki yang secara langsung membahas konsep khiyār majlis. Sumber sekunder mencakup artikel ilmiah, jurnal akademik, buku kontemporer, dan fatwa resmi, seperti Fatwa DSN-MUI No. 146/DSN-MUI/XII/2023 (Moh Mardi 2024). Selain itu, penelitian ini juga merujuk pada dokumen hukum dan laporan praktik e-commerce, khususnya terkait transaksi live streaming. Semua literatur dikumpulkan melalui penelusuran sistematis di basis data seperti Google

Scholar, SINTA, dan dokumen resmi lainnya. Pemilihan literatur dilakukan dengan mempertimbangkan kesesuaian tema, otoritas penulis, dan keterkinian publikasi (M. Rif'an Humaidi, 2024, Jamaluddin, Sofyan Nur & Muhammad Taufan Djafri, 2023).

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa langkah. Pertama, peneliti mengidentifikasi literatur primer dan sekunder yang relevan. Kedua, hasil bacaan tersebut dikategorikan berdasarkan konsep hukum, syarat, dan praktik khiyār majlis. Selanjutnya, dilakukan analisis isi dengan pendekatan filosofis-analitis untuk memahami makna mendalam dan konteks sosialnya. Setelah itu, pandangan Mazhab Syafi'i dan Maliki dibandingkan guna melihat perbedaan dan persamaan penerapan khiyār majlis dalam transaksi, khususnya pada praktik e-commerce live streaming. Terakhir, temuan penelitian disintesis sehingga melahirkan kerangka konseptual dan aplikatif yang sesuai dengan perkembangan hukum transaksi digital (Rizky Fadilla & Ayu Wulandari, 2023).

Penelitian ini menggunakan beberapa langkah dalam melakukan keabsahan data (Sutriani & Octaviani, 2019). Pertama, dilakukan triangulasi sumber dengan cara membandingkan literatur primer berupa kitab klasik dengan literatur sekunder seperti jurnal, artikel, dan fatwa. Kedua, peneliti melakukan kritik sumber untuk memastikan otentisitas, validitas, dan kredibilitas teks yang digunakan. Ketiga, hasil bacaan dikomparasikan dengan penelitian-penelitian terdahulu agar analisis tetap konsisten dengan temuan sebelumnya. Terakhir, dilakukan pengujian konsistensi argumentasi melalui analisis berulang guna memastikan kesesuaian antara konsep fikih dengan praktik transaksi digital kontemporer.

Hasil dan Pembahasan

Khiyār Majlis dalam Perspektif Mazhab Syafi'i dan Maliki

1. Mazhab Syafi'i

Dalam mazhab Syafi'i menerima konsep khiyār majlis, yaitu hak bagi penjual dan pembeli untuk membatalkan akad selama masih dalam majlis akad, baik secara fisik maupun virtual. (Alami Sharia, 2020) Serta khiyar dibagi menjadi tiga jenis: khiyar majlis, khiyar syarat, dan khiyar 'aib. Khiyar majlis dianggap sah dan diperbolehkan, merujuk pada firman Allah dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah: 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۚ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: "Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), “Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba,” padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu ia berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya."

Majlis dalam Bahasa Arab artinya tempat duduk. Yang dimaksud oleh kalangan ahli fiqh adalah tempat kedua orang yang berakad berada dari sejak mulai berakad sampai sempurna, berlaku dan wajibnya akad. Khiyar majlis berlaku dalam berbagai macam jual beli, seperti jual beli makanan, akad pemesanan barang (salam), syirkah (Wahbah Zuhaili, 2010). Kemudian, *majlis* juga dapat diartikan sebagai kesatuan tempat/tata waktu dan komunikasi langsung antara kedua pihak mencakup sesi live streaming dalam transaksi digital saat ini (Detik Finance, 2024). Dalam *Al-Umm*, Imam Syafi'i menjelaskan:

قَالَ الشَّافِعِيُّ فِي الْأَمِّ

وَإِذَا بَاعَ الرَّجُلُ الرَّجُلَ السِّلْعَةَ فَلَهُمَا الْخِيَارُ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، أَوْ يُخَيَّرَ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ، فَيَقُولُ لَهُ: «اخْتَرْ». فَإِذَا اخْتَارَ وَافْتَرَقَا بَعْدَ ذَلِكَ فَلَا خِيَارَ لَهُمَا.

“Jika seseorang menjual barang kepada orang lain, maka keduanya memiliki hak khiyār selama belum berpisah, atau salah seorang berkata kepada temannya: ‘Pilihlah’ maka jika telah memilih dan setelah itu berpisah, maka tidak ada lagi khiyār” (Imam Syafi’i, 1992).

Dasar hukum khiyar majlis adalah hadits Al-Bukhari dari Umar yaitu:

او يقول احدهما لصاحبه . البيعان بالخيار ما مل : قال النبي صلى هلا عليه وسلم : عن ابن عمر رضي هلا عنهما قال يتفرقا، او يكون بيع خيار : وربما قال . اخرت :

Artinya : Dari Ibnu Umar r.a ia berkata: Telah bersabda Nabi SAW: Penjual dan pembeli boleh melakukan khiyar selama keduanya belum berpisah, atau salah seorang mengatakan kepada temannya: Pilihlah. Dan kadang-kadang beliau bersabda: atau terjadi jual beli khiyar. (HR. Al-Bukhari) (Imam Bukhori, Shohih Bukhori, 1992).

Imam Syafi’i menjelaskan bahwa hak untuk membatalkan transaksi (khiyār) masih berlaku selama penjual dan pembeli belum berpisah, baik secara langsung maupun lewat percakapan. Selain itu, Syafi’iyah membedakan dua bentuk khiyār yang tidak sah dalam mazhabnya: Pertama, Khiyār ru’yah (خِيَارُ الرُّؤْيَةِ) pembatalan karena barang ternyata tidak sesuai; ditolak karena mengandung gharar (Wahbah al-Zuhayli, 1984). Kedua, Khiyār ta’yīn (خِيَارُ التَّعْيِينِ) memesan beberapa barang kemudian memilih salah satu setelah akad; dianggap menimbulkan ketidakpastian (Wahbah Zuhaili, 2010).

Menurut ulama Syafi’iyah, jual beli barang ghaib (tidak terlihat saat akad) dianggap batal, karena akad semacam ini mengandung unsur penipuan yang berpotensi menimbulkan perselisihan. Berdasarkan hadits Nabi Muhammad SAW yang melarang praktik jual beli dengan unsur penipuan (HR. Muslim), khiyar ru’yah dinyatakan tidak sah. Dalam kitab Al-Umm, disebutkan dua jenis jual beli yang sah: Pertama, jual beli barang yang secara fisik ada dan menjadi tanggung jawab penjual, sehingga pembeli tidak memiliki khiyar. Kedua, jual beli barang yang menjadi tanggung jawab penjual hingga barang diserahkan kepada pembeli.

Selain itu, pandangan Mazhab Syafi’i juga menolak khiyar ta’yīn, berbeda dengan Mazhab Hanafi dan Maliki, yang membolehkan khiyar ini dalam kondisi tertentu. Penolakan ini didasarkan pada prinsip yang sama, yaitu menghindari ketidakpastian dan potensi penipuan dalam akad. Dengan demikian, Mazhab Syafi’i menekankan pentingnya kejelasan dan tanggung jawab dalam transaksi jual beli, sehingga menolak bentuk-bentuk khiyar yang mengandung ketidakpastian atau unsur penipuan.

2. Mazhab Maliki

Khiyar adalah hak bagi pihak yang menandatangani akad untuk membatalkan atau melanjutkan akad dengan alasan syar’i, sesuai kesepakatan saat akad dibuat. Dalam Mazhab Maliki, khiyar dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu khiyar syarat dan khiyar ‘aib. Meski memperbolehkan khiyar syarat dan khiyar ‘aib, Mazhab Maliki memiliki pandangan berbeda mengenai efektivitas khiyar majlis dan khiyar ta’yīn dalam jual beli.

Khiyar Majlis Mazhab Maliki, seperti Mazhab Hanafi, berpendapat bahwa akad yang

disepakati melalui ijab dan qabul adalah absolut dan tidak ada khiyar majlis. Mereka menolak pandangan Mazhab Syafi'i dan Hambali yang memperbolehkan khiyar majlis, serta tidak mengakui hadis yang dijadikan dasar oleh kedua mazhab tersebut, termasuk hadis riwayat Bukhari dan Muslim dari Ibnu Umar.

Alasan utama Mazhab Maliki tidak mengakui khiyar majlis adalah: Pertama, kepastian akad menurut mazhab Maliki, ijab dan qabul adalah bentuk kesepakatan yang langsung mengikat secara hukum. Begitu akad tercapai, transaksi dianggap selesai dan hak khiyar tidak lagi diperlukan, kecuali ada kondisi lain yang secara khusus disepakati sebelumnya. Kedua, tidak bergantung pada kehadiran fisik, majlis dalam pandangan Maliki tidak dianggap sebagai elemen penting untuk memberikan hak khiyar, karena akad sudah sempurna dengan adanya kesepakatan. Oleh karena itu, kehadiran fisik atau waktu keberlanjutan percakapan tidak relevan untuk menentukan validitas transaksi.

Namun, Mazhab Maliki tetap mengakui bentuk khiyar lain seperti khiyar syarat (hak memilih berdasarkan persyaratan tertentu yang disepakati) dan khiyar aib (hak membatalkan akad jika terdapat cacat pada barang yang tidak diketahui sebelumnya). Dengan pandangan ini, Mazhab Maliki menekankan prinsip kestabilan dan kepastian hukum dalam transaksi, sehingga memberikan jaminan kejelasan dan mengurangi ketidakpastian setelah akad dilakukan. Pandangan Mazhab Maliki ini berakar pada prinsip kejelasan dalam akad jual beli untuk menghindari perselisihan di kemudian hari (Ahmad Rifai, 2022).

Sebaliknya, Mazhab Maliki menolak khiyār majlis, karena percaya bahwa akad sudah sempurna segera setelah ijab-qabul, tanpa perlu mempertimbangkan keberadaan majlis atau keterlibatan komunikasi lanjutan (Muhammad Abduh Negara, 2022). Meski menolak jenis ini, mereka mengakui bahwa Khiyār syarat, hak memilih berdasarkan kesepakatan waktu tertentu. Khiyār 'aib, hak membatalkan saat terdeteksi cacat tersembunyi (Muhammad Taufan Djafri, Askar Patahuddin & Muhammad Ridha 2020). Akibatnya, Mazhab Maliki menegaskan bahwa hak pilih tidak lagi berlaku setelah akad ditetapkan, sehingga fokus utama adalah menjaga kepastian akad dan konsistensi niat.

Sistem Transaksi E-Commerce Berbasis Live Streaming

Penelitian menunjukkan bahwa e-commerce berbasis live streaming memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan pesanan, terutama pada awal dan akhir sesi siaran. Produk dengan eksposur tinggi cenderung lebih diminati. Faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian adalah interaksi langsung dengan host, kepercayaan konsumen terhadap produk, serta kesesuaian dengan nilai ekonomi Islam seperti transparansi dan keadilan. Temuan ini didukung oleh riset terbaru. Setiawan menemukan bahwa ulasan, rekomendasi, dan komunitas online berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen pada live streaming (Hasanuddin et al., 2024). Fortuna menegaskan bahwa perceived value (manfaat, kesenangan, nilai sosial) memengaruhi kepercayaan dan minat beli ulang (Erza Fortuna et al., 2025). Larasati juga menunjukkan bahwa kualitas video, audio, dan interaksi host menjadi faktor utama terbentuknya kepercayaan dalam transaksi produk fashion melalui live streaming (Larasati et al., 2025).

Temuan di atas selaras dengan teori pemasaran digital modern yang menekankan pentingnya interaktivitas dan kepercayaan konsumen. Dalam perspektif ekonomi Islam, keberhasilan live streaming commerce ditopang oleh prinsip etika bisnis, yaitu:

1. Transparansi informasi produk, sehingga pembeli tidak merasa tertipu.
2. Keadilan dalam penetapan harga dan kesepakatan transaksi, yang memperkuat rasa aman konsumen.
3. Integrasi nilai-nilai Islam dalam strategi pemasaran digital, yang tidak hanya menciptakan sistem beretika, tetapi juga berkelanjutan.

Namun, terdapat tantangan yang perlu diantisipasi, antara lain isu keamanan data konsumen, potensi eksploitasi promosi berlebihan, dan dampak lingkungan akibat aktivitas logistik e-commerce. Ke depan, pemanfaatan teknologi baru seperti kecerdasan buatan (AI) dan blockchain berpotensi memperkuat transparansi transaksi, memastikan keaslian produk, dan meningkatkan efisiensi distribusi. Dengan demikian, e-commerce berbasis live streaming tidak hanya berfungsi sebagai sarana komersial, tetapi juga dapat menjadi wadah implementasi nilai maqāsid al-sharī'ah dalam bisnis digital, yakni menjaga keadilan, keberlanjutan, dan kemaslahatan bersama. Apabila dikaitkan dengan konsep khiyār majlis dalam fikih Mazhab Syafi'i-Maliki, interaksi real-time dalam live streaming dapat dipahami sebagai bentuk "majlis" digital. Selama sesi berlangsung, konsumen masih memiliki hak untuk memilih atau membatalkan transaksi (*khiyār*), sehingga prinsip klasik fikih muamalah tetap relevan dalam konteks perdagangan modern.

Analisis Mazhab Syafi'i dan Maliki terhadap Keberlakuan Khiyār Majlis pada Transaksi E-Commerce Berbasis Live Streaming

Jual beli online atau e-commerce merupakan bentuk transaksi modern yang lahir dari perkembangan teknologi digital. Menurut David Baum, e-commerce adalah satu set teknologi dinamis, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, serta komunitas tertentu melalui transaksi elektronik berupa perdagangan jasa maupun informasi yang dilakukan melalui media elektronik (Nurfadilah & Juliana, 2025). E-commerce termasuk bentuk jual beli modern karena mengimplikasikan inovasi teknologi. Jika pada umumnya jual beli dilakukan dengan transaksi tatap muka, maka e-commerce menawarkan model akad jual beli dengan karakteristik yang berbeda, termasuk cakupan yang tidak hanya lokal, tetapi juga global (Azhar Muttaqin, 2009). Perkembangan ini melahirkan fenomena online shop.

Proses jual beli online umumnya dimulai dari pembeli yang melihat barang melalui website atau aplikasi. Setelah merasa cocok, pembeli menghubungi penjual untuk memastikan barang tersebut. Mekanisme ini berbeda-beda pada tiap aplikasi. Transaksi baru dianggap sah apabila pembeli melakukan pembayaran melalui rekening atau kode pembayaran yang ditunjuk oleh penjual (Siregar et al., 2025). Proses pembayaran mengindikasikan adanya kesepakatan mengenai bentuk, kualitas, dan jenis barang yang dibeli (Dede Abdurrohman, Haris Maiza Putra, dan Iwan Nurdin, 2020).

Dalam perkembangan terkini, live streaming atau siaran langsung menjadi salah satu fitur yang banyak digemari oleh pengguna media sosial dan e-commerce seperti Instagram, TikTok, dan Shopee. Fitur ini memungkinkan penjual mempromosikan dan menjual produk secara langsung, sehingga konsumen dapat berinteraksi real-time. Live streaming commerce terbukti efektif menjangkau audiens lebih luas dalam waktu singkat dan meningkatkan angka pembelian. Dalam konteks akad jual beli online, keberadaan khiyār memiliki sifat yang relatif. Artinya, penerapannya bisa diberlakukan maupun tidak. Bagi pihak yang mengakui khiyār dalam akad digital, muncul beberapa isu praktis, misalnya: siapa yang menanggung biaya pengiriman ketika terjadi pengembalian barang, atau bagaimana mekanisme pengembalian barang yang tidak sesuai pesanan (Labib Nubahai, 2023).

Masalah ini sering diperparah dengan keterlibatan pihak ketiga (jasa pengiriman). Ketika pembeli mengembalikan barang karena cacat atau tidak sesuai, sering kali kurir tidak mengetahui prosedur retur yang berlaku, sehingga enggan menerima barang tersebut. Hal ini menyebabkan pembeli dirugikan, bahkan terpaksa menerima barang yang tidak sesuai. Dari sisi fiqh, kondisi ini memengaruhi validitas akad karena adanya unsur keterpaksaan (*ikrāh*) dan potensi kerugian (*ḍarar*). Maka, penerapan khiyār majlis dalam jual beli online perlu ditegaskan, meskipun pada praktiknya sering menghadapi kendala seperti ongkos kirim dan ketidakselarasan pihak-pihak yang terlibat (Darisna et al., 2024).

Secara umum, dalam e-commerce khiyār majlis jarang diberlakukan. Pembeli biasanya hanya dapat membatalkan transaksi saat masih berada di halaman checkout atau sebelum konfirmasi pembayaran. Namun, beberapa toko online di Indonesia mencoba menerapkan prinsip khiyār majlis

melalui sistem Cash on Delivery (COD) atau program “coba di rumah.” Misalnya, Sale Stock Indonesia memberikan kesempatan kepada pembeli untuk mencoba barang selama 15 menit setelah kurir mengantarkan barang. Dalam periode singkat ini, pembeli berhak menentukan apakah akan melanjutkan akad atau membatalkannya (Fetri Fatorina, Masdar Masdar, dan Chamid Sutikno, 2023). Sistem ini menjadi bentuk penerapan khiyār majlis di ruang digital, meskipun terbatas pada wilayah tertentu (Jabodetabek, Manado, Jayapura, dan Kupang).

Dalam Mazhab Syafi'i, keberadaan majlis akad merupakan syarat fundamental bagi keberlakuan khiyār majlis. Ulama Syafi'iyah menegaskan bahwa selama kedua pihak masih berada dalam satu majlis (tidak berpisah secara fisik atau virtual), hak khiyār tetap berlaku. Oleh karena itu, dalam transaksi live streaming, majlis akad dapat dipahami berlangsung selama penjual dan pembeli terhubung secara langsung dalam sesi siaran. Selama sesi live streaming belum ditutup atau transaksi belum dikonfirmasi (misalnya dengan klik “checkout”), hak khiyār majlis masih berlaku. Dengan kata lain, interaksi virtual melalui fitur live streaming menciptakan “kehadiran” digital yang dianggap setara dengan kehadiran fisik.

Berbeda dengan Mazhab Syafi'i, Mazhab Maliki lebih menekankan aspek niat dan kontinuitas suasana akad (ittishāl al-majlis) daripada ruang fisik. Menurut pandangan Maliki, selama transaksi berlangsung tanpa jeda signifikan dan pihak-pihak masih terikat dalam satu suasana akad, maka hak khiyār tetap berlaku. Dalam konteks live streaming, ini berarti khiyār majlis dapat diterapkan selama pembeli belum memberikan keputusan final (misalnya melakukan pembayaran atau menekan tombol “konfirmasi”). Namun, apabila terdapat jeda waktu yang panjang antara sesi live streaming dengan tindakan checkout, maka hak khiyār dianggap tidak lagi relevan. Dengan demikian, fokus utama mazhab Maliki adalah kontinuitas niat dan suasana akad, bukan semata keberadaan dalam ruang majlis digital.

Perbandingan ini menunjukkan bahwa kedua mazhab sama-sama mengakui keberlakuan khiyār majlis dalam transaksi live streaming commerce, namun dengan titik tekan berbeda. Mazhab Syafi'i lebih literal dalam memaknai majlis (selama sesi masih berlangsung), sedangkan Mazhab Maliki lebih substantif dengan menekankan kontinuitas niat transaksi. Jika platform e-commerce menyediakan waktu tertentu untuk pembatalan (misalnya 15 menit dalam program “coba di rumah” atau fitur “cancel order” sebelum barang diproses), hal ini dapat dipandang sebagai perpanjangan dari khiyār majlis dalam perspektif kedua mazhab.

Dengan demikian, analisis fiqh menunjukkan bahwa penerapan khiyār majlis dalam e-commerce live streaming bukan hanya mungkin dilakukan, tetapi justru relevan untuk melindungi hak-hak konsumen. Selain itu, penerapan prinsip ini juga selaras dengan maqāṣid al-sharī'ah, khususnya dalam aspek menjaga harta (ḥifẓ al-māl) dan menghindarkan kerugian (daf' al-ḍarar). Integrasi khiyār majlis dalam praktik e-commerce modern dapat menjadi solusi fihiyyah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.

Penutup

Kajian ini menemukan bahwa konsep khiyār majlis dalam transaksi jual beli, yang secara klasik dipahami dalam ruang tatap muka, dapat diadaptasi dalam konteks e-commerce berbasis live streaming. Perbandingan Mazhab Syafi'i dan Maliki menunjukkan titik temu penting: keduanya mengakui keberlakuan khiyār majlis selama interaksi antara penjual dan pembeli masih berlangsung, meskipun mekanismenya berbeda. Mazhab Syafi'i cenderung menekankan aspek literal, yakni keberlangsungan majlis baik fisik maupun virtual, sedangkan Mazhab Maliki lebih menekankan aspek substantif berupa niat dan kontinuitas suasana akad. Temuan ini memperlihatkan bahwa khazanah fikih Islam memiliki elastisitas untuk merespons perkembangan teknologi digital, termasuk dalam sistem perdagangan modern.

Dari sisi kontribusi teoretis, artikel ini memperluas diskursus fikih mu‘āmalāt dengan menghadirkan reinterpretasi khiyār majlis dalam ruang digital. Pembahasan ini menegaskan bahwa konsep klasik tidak kehilangan relevansi, tetapi justru bisa diintegrasikan dengan praktik e-commerce kontemporer. Selain itu, penelitian ini memberikan perbandingan mazhab yang lebih mendalam, sehingga dapat memperkaya literatur perbandingan hukum Islam di era digital. Dari sisi kontribusi praktis, hasil kajian ini memberi panduan bagi pelaku e-commerce, regulator, dan lembaga keuangan syariah dalam merumuskan kebijakan perlindungan konsumen. Penerapan fitur seperti “coba di rumah” atau sistem pembatalan pesanan dalam jangka waktu tertentu dapat dipandang sebagai bentuk implementasi khiyār majlis yang sesuai dengan prinsip keadilan dan kemaslahatan syariah. Bagi konsumen muslim, temuan ini memberikan legitimasi bahwa transaksi digital berbasis live streaming tetap berada dalam koridor hukum Islam selama prinsip transparansi, keadilan, dan pilihan konsumen dihormati.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran state of the art mengenai relevansi khiyār majlis dalam konteks perdagangan digital, tetapi juga menawarkan kontribusi nyata baik bagi pengembangan teori fikih mu‘āmalāt maupun bagi praktik bisnis syariah kontemporer.

Daftar Pustaka

- Ahmad, R. (2022). Pendapat fuqaha tentang khiyar dalam jual beli. *Kasbana: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(2), 28–29. <https://doi.org/10.53948/kasbana.v2i2.49>
- Akbar, A. N., & Handayani, A. (2024). Eksplorasi lonjakan pesanan pada e-commerce saat live streaming (analisis perilaku konsumtif) dalam konteks ekonomi Islam. *Karimah Tauhid*, 3(4).
- Alami Sharia. (2020). Khiyar majlis. *ALAMI Sharia*.
- Al-Qur‘ān al-Karīm. (2019). Surah Al-Baqarah Ayat 275. Lihat juga: Kementerian Agama RI, *Al-Qur‘an dan Terjemahnya, Edisi Resmi*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur‘an. Jakarta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (n.d.). Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang. Retrieved September 20, 2025, from https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang?utm_source=chatgpt.com
- Azhar, M. (2009). Transaksi e-commerce dalam tinjauan hukum Islam. *Ulumuddin*, 3.
- Darisma, V., & Fadli, F. (2024). Boosting SME sales with cash-on-delivery e-commerce and Instagram in Bengkulu: New normal revenue enhancement. *Manajemen dan Bisnis*, 23(1), 107–119. <https://doi.org/10.24123/mabis.v23i1.749>
- Dede, A., Putra, H. M., & Nurdin, I. (2020). Tinjauan fiqh muamalah terhadap jual beli online. *Jurnal Ecopreneur*, 2, 41.
- Detik Finance. (2024). Khiyar majlis dalam fiqh Syafi‘i. *Detik Finance*.
- Erza, F. G., Fihartini, Y., & Author, C. (2025). The role of perceived value in building consumer trust and repurchase intention on TikTok live streaming in Indonesia. *Asian Journal of Applied Business and Management*, 4(2), 555–574. <https://doi.org/10.55927/AJABM.V4I2.230>
- Fatorina, F., Masdar, M., & Sutikno, C. (2023). Khiyar aib terhadap praktik jual beli online motor antik. *El-Uqud: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 1(1), 61–69. <https://doi.org/10.24090/eluqud.v1i1.7699>
- Hasanuddin, H., Masuud, M., Ridwan, M., Mustamin, S. W., Saleh, M., & Fitrayani, F. (2024). Legal reform of consumer privacy rights protection in online transactions based on Islamic economic law principles. *Jurnal Hukum Islam*, 22(2), 313–342. <https://doi.org/10.28918/JHI.V22I2.3>
- Haroen, N. (2007). *Fiqh muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Hariyanto, M., & Khoiriyah, I. (2023). Analisis implementasi khiyar pada bisnis e-commerce dalam perspektif hukum Islam (studi kasus pada toko online Sale Stock Indonesia). *Syntax Idea*, 5(10). <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i10.258>
- Humaidi, M. R. (2024). Analisis khiyār majlis di era online shop. *El-Sahm: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 12–28.
- Ibnu Hajar al-‘Asqalānī. (2014). *Fath al-Bārī bi Sharḥ Ṣaḥīḥ al-Bukhārī* (Jilid 4, hlm. 289–291). Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi‘i.
- Imam Bukhari. (1992). *Shohih Bukhari*, Juz 3, Kitab Buyu’. Beirut: Darul Kutub Al-Ilmiyah.

- Imam Syafi'i. (1992). *Al-Umm*, Juz 3, Kitab al-Buyu'. Beirut: Dar al-Fikr.
- Jamaluddin, S. N., & Djafri, M. T. (2023). Penetapan harga dalam jual beli perspektif fikih muamalah (studi komparasi mazhab Maliki dan mazhab Syafi'i). *Al-Khiyar*, 3(1), 18–40. <https://doi.org/10.36701/al-khiyar.v3i1.940>
- Kalengkongan, R. V. J., Mandey, S. L., & Roring, F. (2024). Pengaruh e-commerce live streaming service dan keterlibatan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Kanino Premium Clothing Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 12(3), 764. <https://doi.org/10.35794/emba.v12i03.57720>
- Larasati, U., Aisyah, M. R., Habie, R. O., & Rusdi, W. (n.d.). Building consumer trust through live streaming: A study of fashion purchase behavior. *Journal of Management Science (JMAS)*. Retrieved September 20, 2025, from <https://exsys.iocspublisher.org/index.php/JMAS/article/view/704>
- Labib, N. (2023). Implementasi dan eksistensi khiyar (studi transaksi jual beli melalui marketplace). *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, 6(1).
- Mardi, M. (2024). An analysis of khiyar rights in DSN-MUI Fatwa No. 146/DSN-MUI/XII on e-commerce. *Syaikhuna: Jurnal Pendidikan dan Pranata Islam*, 15(2), 271–283. <https://doi.org/10.62730/syaikhuna.v15i02.7617>
- Masruri, N. T. (2014). Pandangan hukum Islam terhadap pelaksanaan khiyar dan garansi pada produk elektronik: Studi kasus di service center Lenovo Semarang. (Skripsi, UIN Walisongo Semarang).
- Negara, M. A. (2022). Imam Malik menolak khiyār majlis. *Fikrah*, berdasarkan *At-Taqrīrāt as-Sadīdah*.
- Nurfadilah, & Juliana. (2025). Analysis of Islamic law on cash on delivery (COD) transactions in e-commerce. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan Kewirausahaan*, 15(6). <https://doi.org/10.59188/COVALUE.V15I6.4841>
- Pernita, H. U. (2025). Data APJII: Pengguna internet di Indonesia tembus 229,43 juta orang pada 2025. Retrieved from <https://teknologi.bisnis.com/read/20250806/101/1899997/data-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-22943-juta-orang-pada-2025>
- Pramesti, P. (2025). Pengaruh fitur live streaming e-commerce terhadap niat beli konsumen. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 14(2).
- Rifai, A. (2022). Pendapat fuqaha tentang khiyar dalam jual beli. *Kasbana*, 2(2).
- Rizky, F. A., & Wulandari, P. A. (2023). Literature review analisis data kualitatif: Tahap pengumpulan data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(3).
- Sabiq, S. (2000). *Fiqh as-Sunnah* (Jilid 12, hlm. 130–133). Bandung: Pustaka Setia.
- Siregar, N. A., Safriana, S., & Firdaus, R. (2025). Penerapan live shopping di e-commerce dalam meningkatkan kepercayaan konsumen generasi Z. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 4(3), 80–88. <https://doi.org/10.55606/JEMPPER.V4I3.4971>
- Sutriani, E., & Octaviani, R. (2019). Analisis data dan pengecekan keabsahan data. *INA-Rxiv*.
- Syathir, S., & Teti. (2021). Implementasi khiyar dalam jual beli online—studi kasus marketplace Shopee. *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah & Hukum*, 15(2), 179–206. <https://doi.org/10.24239/blc.v15i2.821>
- Taufan, M., Patahuddin, A., & Ridha, M. (2020). Khiyār al-majlis dan aplikasinya dalam jual beli modern (studi komparatif pandangan jumhur ulama dan Imam Malik). *Bustanul Fuqaha*, 1(4), 566–587. <https://doi.org/10.36701/bustanul.v1i4.273>
- Tirta, A. Z., & Bilqis, N. A. (2024). Analisis fiqh muamalah terhadap transaksi jual beli online pada platform Shopee. *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 9(5), 97–112. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i5.24650>
- Untari, P. H. (2025). Data APJII: Pengguna internet di Indonesia tembus 229,43 juta orang pada 2025. *Bisnis.com*.
- Wahbah, A.-Z. (1984). *Al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuhū* (Jilid 4, hlm. 2539). Beirut: Dar al-Fikr.
- Wahbah, A.-Z. (2010). *Al-Fiqh al-Islāmī wa-Adillatuhu* (Jilid 4, hlm. 676). Beirut: Dar al-Fikr.
- Wahbah, A.-Z. (2010). *Al-Fiqhu as-Syafi'i al-Muyassar* (Terj. Muhammad Afifi & Abdul Hafiz). Jakarta: Almahira.
- World Trade Organization. (2020). *Electronic commerce and development* (hlm. 3). Geneva: WTO.

- Yulfira, Y., Darwis, F. N., & Sanjaya, R. P. (2024). Perlindungan hak konsumen dalam pemikiran Ibn Taymiyyah: Analisis era e-commerce. *Izdiyar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 50–59. <https://doi.org/10.32764/IZDIHAR.V4I02.4861>
- Zed, M. (2022). *Metode penelitian kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.