

**IMPLEMENTASI *KHIYÂR TA 'YÏN* PADA TRANSAKSI JUAL BELI
PRODUK AMWAY DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM**
(Studi Kasus Pada Amway Cabang Kota Banda Aceh)

Hayatun Nuri, Bismi Khalidin, Jamhir
Uiiiversitas Islam Negeri Ar-raniry. Banda Aceh

nuri.hayatun8@gmail.com; bkhalidin_iain.aceh@yahoo.com; jamhir78@yahoo.co.id

ABSTRAK

Judul jurnal ini adalah Implementasi *Khiyâr Ta'yÏn* pada Transaksi Jual Beli Produk Amway Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Pada Amway Cabang Kota Banda Aceh). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara konsumen Amway menentukan produk yang *qualified* dengan kebutuhannya, selain itu juga ingin mengetahui sistem informasi yang dilakukan oleh *upline* kepada *downline* dan member Amway dalam penjualan produk untuk menyesuaikan kebutuhan mereka serta tinjauan hukum Islam terhadap implementasi *khiyâr ta'yÏn* dalam transaksi jual beli produk Amway. Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) dan penelitian kepustakaan (*library research*) kemudian data tersebut diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dan data-data tersebut kemudian penulis analisis dengan metode deskriptif kualitatif. Adapun hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa cara konsumen Amway menentukan produk yang *qualified* dengan kebutuhannya dilakukan dengan beberapa tahapan cara yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, serta evaluasi alternatif. Kemudian sistem informasi yang dilakukan oleh *upline* kepada *downline* dan member Amway dalam penjualan produk untuk menyesuaikan kebutuhan mereka dilakukan dengan memberikan pendidikan mengenai seluk beluk dari perusahaan Amway, yang digunakan oleh para member Amway yaitu berupa VCD, buku pegangan, dan seminar-seminar yang rutin diadakan. Selanjutnya tinjauan hukum Islam terhadap implementasi *khiyâr ta'yÏn* dalam transaksi jual beli produk Amway sudah sepenuhnya sesuai dengan perspektif hukum Islam, dikarenakan syarat dari *khiyâr ta'yÏn* sudah terpenuhi seluruhnya ketika terjadinya transaksi. Adapun kategori syarat *khiyâr ta'yÏn* yaitu memilih salah satu dari 3 jenis barang yang akan dibeli, jenis barang yang akan dipilih memiliki perbedaan harga dari jenis yang lainnya dan harganya juga harus diketahui secara pasti, dan batas waktu *khiyâr ta'yÏn* dibatasi sesuai dengan kesepakatan yang telah dilakukan ketika terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli.

Kata Kunci: *Khiyâr Ta'yÏn*, Jual Beli, Amway, Hukum Islam

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Islam mengajarkan agar kehidupan antar individu yang satu dengan yang lainnya dapat ditegakkan atas nilai-nilai positif agar bisa terhindar dari tindakan pemerasan dan penipuan. Termasuk juga dalam transaksi ekonomi dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya harus dilakukan dengan benar sesuai dengan aturan yang berlaku.¹ . Secara etimologi jual beli berarti

¹Idris, *Hadits Ekonomi dalam Perspektif Hadits Nabi*, (Jakarta:Prenamedia Group, 2015), hal. 158.

menukar harta dengan harta, sedangkan secara terminologi jual beli berarti tukar menukar selain dengan fasilitas dan kenikmatan.²

Kajian mengenai jual beli merupakan bagian dari muamalah yang terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman, bentuk dan model dalam sistem jual beli. Sehingga berdampak pula pada hukum Islam yang mempunyai kemajuan untuk beradaptasi dan berkembang dalam menghadapi persoalan masa kini yang bersifat elastis, fleksibel dan adil demi mencapai kemaslahatan. Jual beli memiliki landasan yang kuat dalam Islam. Ini terlihat dari banyaknya firman Allah Swt dalam Al-Qur'an.

Dalam syariat Islam, pemberlakuan hak *khiyar* dalam transaksi jual beli merupakan suatu upaya untuk menghindari perselisihan antara penjual dan pembeli, sebab hal itu bisa saja terjadi. Dengan kata lain, *khiyar* ditetapkan untuk menjamin kerelaan dan kepuasan timbal balik pihak-pihak yang melakukan jual beli. Disatu segi memang opsi tidak praktis karena mengandung ketidakpastian, namun demi mewujudkan kerelaan pihak yang melakukan transaksi, opsi adalah jalan terbaik.³ Hak *khiyar* ditetapkan syariat Islam bagi orang-orang yang melakukan transaksi perdata agar tidak dirugikan dalam transaksi yang telah dilakukan, sehingga kemaslahatan yang dituju dalam suatu transaksi tercapai dengan baik.⁴ Dengan demikian, kedua belah pihak dapat terjaga dari kerugian atas transaksi yang dilakukan.

Dalam era sekarang ini kebutuhan terhadap implementasi *khiyar* dalam transaksi jual beli semakin meningkat, hal ini disebabkan tingkat heterogenitas dan varietas barang produk semakin beragam, demikian juga kualitas barang semakin lebih beragam karena fenomena produksi yang dilakukan produsen sekarang ini kadang kala menabrak etika dan hukum, misalnya muncul duplikasi produksi terhadap suatu barang tanpa seizin pemegang brand tertentu, misalnya sekarang ini dikenal dengan produk KW. Implementasi *khiyar* dalam transaksi jual beli sekarang ini semakin meningkat, hal ini juga didasarkan pada tingkat pemahaman konsumen terhadap suatu objek transaksi semakin baik pula. Setiap konsumen tentu saja memiliki ekspektasi terhadap barang yang diperlukan, mereka menginginkan nilai harga yang mereka bayar kepada penjual seimbang dengan kualitas barang yang mereka dapatkan.

Khiyar ta'yin merupakan hak pilih bagi pembeli dalam menentukan barang yang berbeda kualitas dalam jual beli. Selain itu *khiyâr* juga merupakan kewenangan untuk menahan atau menerima didalam perdagangan yang terjadi sebelum jual beli menjadi lengkap baik dalam *ijab* maupun *qabul*. *Khiyar aib* yaitu hak untuk membatalkan atau melangsungkan jual beli bagi kedua belah pihak yang berakad apabila berlangsung. *Khiyar ru'yah* yaitu hak pilih bagi pembeli untuk menyatakan berlaku atau batal jual beli yang akan ia lakukan terhadap suatu objek yang belum ia lihat ketika akad berlangsung. *Khiyar majelis* yaitu hak pilih dari kedua belah pihak yang berakad untuk membatalkan akad, selama keduanya masih berada dalam majelis akad (ruangan toko) dan belum berpisah badan.⁵ Terdapat suatu cacat pada objek yang diperjualbelikan, dan cacat itu tidak diketahui pemiliknya ketika akad berlangsung. *Khiyar ru'yah* yaitu hak pilih bagi pembeli untuk menyatakan berlaku atau batal jual beli yang akan ia lakukan terhadap suatu objek yang belum ia lihat ketika akad berlangsung. *Khiyar majelis* yaitu hak pilih dari kedua belah pihak

²Adiwarman Karim, *Fiqh Ekonomi Keuangan Islam*, (Jakarta: Darul Haq, 2008), hal. 88.

³Amir Syarifudin, *Garis-Garis Besar Fiqh*, (Bogor: Kencana, 2003), hal. 120.

⁴Gemala Dewi,dkk, *Hukum Perikatan Islambdi Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 78.

⁵Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalat*,(Jakarta : Kencana, 2010) hal. 105.

yang berakad untuk membatalkan akad, selama keduanya masih berada dalam majelis akad (ruangan toko) dan belum berpisah badan.

Amway adalah salah satu perusahaan *network marketing* terbesar di dunia. Didirikan di Ada, Michigan, Amerika Serikat. Amway bergerak dalam bidang jual beli produk-produk penunjang kesahatan seperti suplemen, kosmetik, rumah tangga, perawatan tubuh dan pertanian. Dengan strategi pemasaran bebas dan produk-produknya yang berkualitas, Amway telah berkembang di banyak negara termasuk Indonesia.

PT. Amindoway Jaya (PT AJ) mendapatkan lisensi Amway untuk mengimpor dan mendistribusikan produk-produk Amway serta menawarkan rencana pemasaran dan penjualan Amway pada para distribusi di Indonesia. Di samping lini utama produk-produk ini, Amindoway Jaya juga membangun kemitraan dengan perusahaan lokal untuk memperluas jangkauan layanan dan manfaat.

Kajian Kepustakaan

Sejauh ini, dari penelusuran penulis dalam mencari berbagai macam referensi, ada beberapa karya tulis yang mengkaji mengenai implementasi *khiyar* dalam jual beli diantaranya yaitu:

- a. Karya Devi mawarni dengan judul “*Konsep Khiyar Dalam Jual Beli Salam Pada Masa Modern Menurut Perspektif Hukum Islam.*” Dalam karya tulis tersebut secara umum membahas tentang jaminan dalam akad jual beli salam pada masa modern yang ditinjau menurut hukum Islam bahwa hukumnya wajib, jaminan ini bertujuan memastikan barang yang dipesan pembeli apakah benar dan tidak cacat serta tidak ada unsur penipuan yang merugikan kedua belah pihak.⁶ Sedangkan penulis meneliti mengenai penerapan *khiyar* dalam jual beli, terfokus pada *khiyar ta'iyin* yang bertujuan memastikan kualitas barang yang dibeli sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- b. Karya Rahmawati Yusuf dengan judul “*Khiyar Syarat dalam Transaksi Jual Beli Emas Dikalangan Pedagang Emas Pasar Aceh*” yang ditulis oleh.⁷ Dalam karya tulis tersebut meneliti secara umum *khiyar syarat* yang diimplementasikan oleh pedagang emas Pasar Aceh. Sedangkan penulis meneliti tentang implementasi dari *khiyar ta'iyin* pada jual beli produk Amway, yang dalam pemasarannya tidak dijual secara bebas seperti emas.
- c. Karya Romi Saputri dengan judul “*Garansi Purna Jual Sepeda Motor Honda Dalam Konsep Khiyar Syarat (Studi Kasus pada P.T Lambarona Sakti Aceh Besar)*”.⁸ Yang membahas tentang implementasi dari garansi dan relevansinya dengan konsep *khiyar syarat*, sedangkan penulis membahas tentang hak dari konsumen Amway dalam mendapatkan produk yang *qualified* dengan kebutuhannya dan relevansinya dengan konsep *khiyar ta'iyin*. Dari segi objek permasalahan juga berbeda, dimana skripsi tersebut objeknya adalah produsen sepeda motor, sementara objek dalam penulisan ini adalah Perusahaan Amway

⁶Devi Mawarni, *Konsep Khiyar Dalam Jual Beli Salam Modern Menurut Perspektif Hukum Islam. Muamalah Wal Iqtishad*, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, 2011.

⁷Rahmawati Yusuf, *Khiyar Syarat dalam Transaksi Jual Beli Emas Dikalangan Pedagang Emas Pasar Aceh. Muamalah wal Iqtishad*, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, 2009.

⁸Romi Saputri, *Garansi Purna Jual Sepeda Motor Honda Dalam Konsep Khiyar Syarat (Studi Kasus pada P.T Lambarona Sakti Aceh Besar)*.Muamalah Wal Iqtishad, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, 2012.

yang memproduksi alat-alat kesehatan, kosmetik, rumah tangga, perawatan tubuh dan pertanian.

- d. Karya Dimas Is Ariyanto dengan judul “*Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Member Amway di Kota Semarang (Studi pada Konsumen Produk Amway di Kota Semarang)*”. Yang membahas tentang Analisis dari keseluruhan sistem dalam penjualan Amway yang dapat meningkatkan kepuasan bagi para member yang menggunakan produk Amway dengan wilayah penelitian di Semarang.⁹

Metodelogi Penelitian

Metode adalah teknik, tata cara ataupun prosedur. Sedangkan penelitian pada dasarnya merupakan suatu upaya pencaharian atau di sebut dengan istilah bahasa Inggris *research* yang berarti mencari kembali.¹⁰ Oleh karena itu, sebuah keberhasilan penelitian sangat dipengaruhi oleh metode penelitian yang dipakai untuk mendapatkan data yang akurat dari objek penelitian ini.

- a. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah pedekatan kualitatif sedangkan sifat penelitian ini dengan menggunakan metode deskriptif analisis yaitu suatu metode yang bertujuan membuat gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang ingin diketahui.

- b. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang yang digunakan bersifat deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian kasus sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

- c. Jenis Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan yang berguna bagi keperluan penelitian. Dimana data yang dikumpulkan harus cukup valid untuk digunakan sebagai sumber data atau acuan penelitian. Jenis data yang digali dalam penelitian ini meliputi data primer (*primary data*) dan data sekunder (*secondary data*).

- 1) Sumber Data Primer

Field Research (penelitian lapangan) merupakan suatu penelitian lapangan yang dilakukan terhadap objek bahasan yang menitikberatkan pada kegiatan lapangan, yaitu penulis lakukan secara langsung dengan mendatangi pertemuan-pertemuan yang dilakukan oleh upline Amway dan mendatangi pihak-pihak Amway terkait termasuk produsen dan konsumennya. Kemudian mengumpulkan data-data dan informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Melalui peneltian ini diharapkan akan memperoleh data yang valid dan akurat.

- 2) Sumber Data Sekunder

⁹Dimas Is Ariyanto, *Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Member Amway di Kota Semarang (Studi pada Konsumen Produk Amway di Kota Semarang)*.Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Semarang, 2009.

¹⁰Bambang Sunggono, *Metodelogi Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2007), hal. 27.

Library Research (data yang berasal dari *literature* kepustakaan). Yaitu penelitian dengan menelaah dan membaca kitab-kitab atau buku-buku, artikel, dan situs website yang berkaitan dengan *khiyat ta'yin*. Penulis lakukan dengan cara membaca buku-buku yang primer berhubungan dengan fiqh muamalah, dan skunder berhubungan dengan hadits, tafsir, dan lain-lain. Dan buku-buku yang berhubungan dengan konsep khiyar ta'yin. Diantara buku-buku yang dipakai adalah buku *Fiqh Muamalah* yang ditulis oleh Hendi suhendi, *fiqh Sunnah* yang ditulis oleh Sayid Sabiq, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu* yang ditulis oleh Wahbah Az- Zuhaili, serta *Fiqh Muamalah* yang ditulis oleh Nasrun Haroen.

d. Instrumen Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, instrumen memiliki kaitan penting dalam metode pengumpulan data. Instrumen adalah alat bantu bagi penulis dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan instrumen : kertas, alat tulis, serta tape recorder untuk pengumpulan data melalui wawancara (*interview*). Agar lebih memudahka penulis dalam mengumpulkan data, dalam penelitian tersebut penulis menggunakan alat rekam sebagai instrumen dalam metode wawancara, sehingga penulis akan mudah untuk mengumpulkan data-data tersebut dengan mendengarkan dan menyimak kembali hasil dari wawancara tersebut.

e. Analisis Data

Setelah semua data yang diperoleh di lapangan, baik wawancara, maupun hasil studi dokumentasi. Penulis akan melakukan pengolahan data melalui proses editing dan penyuntingan. Kegiatan ini dilakukan untuk melihat kembali hasil wawancara, ataupun catatan yang telah dikumpulkan. Kegiatan ini juga meliputi kegiatan pemeriksaan terhadapkelengkapan, relevansi dan konsistensi data. Sehingga akan dilakukan analisisn data, yang bertujuan untuk menyederhanakan setiap data yang didapatkan agar menjadi mudah dibaca, dipahami, dan diinterpresentasikan dengan baik.

Adapun analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *kualitatif* yaitu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami implementasi *khiyar ta'yin* pada transaksi jual beli produk Amway secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan apa yang diteliti

B. PEMBAHASAN SATU

Landasan Teori

Kata al-khiyâr dalam bahasa Arab berarti pilihan. Pembahasan *al-khiyâr* dikemukakan para ulama *fiqh* dalam permasalahan yang menyangkut transaksi dalam bidang perdata khususnya transaksi ekonomi, sebagai salah satu hak bagi kedua belah pihak yang melakukan transaksi (akad) ketika terjadi beberapa persoalan dalam transaksi dimaksud. *Al-khiyâr* ialah mencari kebaikan dari dua perkara, melangsungkan atau membatalkan.¹¹ Sedangkan secara bahasa khiyar berarti pilihan atau mencari yang terbaik di antara dua pilihan, yaitu meneruskan atau membatalkannya.

Dalam “Ensiklopedi Hukum Islam”, *khiyâr* didefinisikan hak pilih bagi salah satu atau kedua belah pihak yang melaksanakan transaksi jual beli untuk melangsungkan atau membatalkan

¹¹Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, Jilid 12-14, (terj. Moh Nurhakim), (Bandung: PT. Al Ma'rif, 2001), hlm. 100.

transaksi yang disepakati, disebabkan hal-hal tertentu yang membuat masing-masing atau salah satu pihak melakukan pilihan tersebut. Menurut ulama fikih *khiyâr* disyari'atkan atau dibolehkan dalam islam didasarkan pada suatu kebutuhan yang mendeak dengan mempertimbangkan kemaslahatan masing-masing pihak yang melakukan transaksi.¹²

Seorang pelaku akad memiliki hak *khiyâr* (hak pilih) antara melanjutkan dengan *fasakhnya* (jika *khiyâr nya khiyâr syarat, khiyâr ru'yah, khiyar aib*) atau pelaku akan memilih salah satu dari dua barang dagangan (jika *khiyarnya khiyar ta'yîn*).¹³ Menurut ulama fiqih, *khiyâr* yaitu:

أَنْ يَكُونَ لِلْمُتَعَا فِي إِعْطَاءِ الْعُقْدِ أَوْ فُسْجِهِ إِنْ كَانَ الْخِيَارُ شَرْطِ أَوْ رُوسَةٍ أَوْ عَيْبٍ أَوْ أَنْ يَخْتَارَ أَحَدُ الْبَيْعَيْنِ إِنْ كَانَ الْخِيَارُ تَجْعِيلِينَ

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 antara dua barang jika *khiyar ta'yin*."

Khiyâr ta'yîn merupakan salah satu bentuk *khiyâr* yang terdapat dalam jual beli. Jual beli adalah kontrak, seperti kontrak sipil lainnya, yang dibuat berdasarkan (*ijâb*) dan penerimaan (*qabûl*) yang dinyatakan dengan jelas baik dengan lisan maupun lainnya yang mempunyai makna sama.¹⁴ Di dalam ajaran Islam telah dijelaskan kepada setiap muslim terkait dengan pembolehan adanya hak *khiyâr* atau pilihan, apakah untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi jual beli yang akan dan telah dilakukan.

Selanjutnya yang dimaksud dengan *khiyâr ta'yîn* yaitu hak pilih salah satu barang, apabila seseorang mengadakan akad jual beli yang objeknya tidak hanya berupa sebuah barang, tetapi yang sebenarnya akan menjadi objek hanya satu saja, dan oleh pihak penjual, si pembeli diperbolehkan memilih mana yang disenangi untuk dipilihnya.¹⁵

Sedangkan menurut Wahbah Az-Zuhaili, *khiyâr ta'yîn* merupakan hak yang dimiliki oleh seorang pengakad untuk menentukan satu dari tiga hal yang berbeda dari harga dan sifat yang disebut dalam akad. Apabila ia telah menentukan satunya, berarti objek akad telah diketahui setelah sebelumnya bersifat *majhul* atau masih kurang begitu jelas. *Khīyar* ini hanya berlaku pada akad *mu'awadhah maliyyah* yang menyebabkan adanya pemindahan kepemilikan barang seperti jual beli, hibah dengan kompensasi, *qismah*, dan sebagainya. Tetapi, *khiyar* ini hanya dimiliki oleh pembeli saja, menurut pendapat yang kuat dikalangan Hanafiyyah.¹⁶

Para ulama terkini memakai *khiyar* dengan hak orang yang berakad dalam membatalkan akad atau meneruskannya karena ada sebab-sebab secara syar'i yang dapat membatalkannya dengan kesepakatan ketika akad. Sedangkan *khiyar* menurut Pasal 20 ayat 8 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah yaitu hak pilih bagi penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan

¹²Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Jakarta: PT. Ichtiar Baru Ban Hoeve, 1996), hlm. 915.

¹³Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, jilid 5, (terj. Abdul Hayyie al-Kattani, dkk), (Jakarta : Gema Insani, 2011), hlm. 181.

¹⁴Muhammad Sharif Caudhry, *Fundamental of Islamic Economic System*, ed.In, *Prinsip Dasar Sistem Ekonomi Islam*, (terj: Suherman Rosyidi), (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm. 124.

¹⁵Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Total Media, 2009), hlm. 136.

¹⁶Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, jilid 4, (terj. Abdul Hayyie al-Kattani, dkk), (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm. 555.

akad jual beli yang dilakukan.¹⁷ Untuk itu, *khiyar* adalah hak yang melekat pada setiap transaksi yang boleh berlaku hak *khiyar*. Hak tersebut dipastikan untuk dapat dipergunakan oleh para pihak dalam melakukan transaksi. Kondisi ini dikembalikan kepada konsep hak yaitu sesuatu yang melekat padanya (pihak yang bertransaksi).¹⁸

Landasan Hukum *Khiyar Ta'yin*

Terdapat berbagai macam jenis *khiyar* yang diterapkan dalam Islam. Hal ini merupakan bukti bahwa Islam begitu konsisten dalam mengatur setiap aspek kehidupan umatnya. Menurut ulama fiqih, *khiyar* disyari'atkan atau dibolehkan dalam Islam didasarkan pada suatu kebutuhan yang mendesak dengan mempertimbangkan kemaslahatan dari masing-masing pihak yang melakukan transaksi.¹⁹ Hak mengenai penggunaan *khiyar* telah ditetapkan oleh Al-Qur'an, Sunnah, dan Ijma' ulama.

Selama pedagang dan pembeli masih berada dalam satu tempat dan keduanya belum berpisah, maka keduanya mendapat hak *khiyar*. Ini sesuai dengan sabda Rasulullah yaitu :

حَدَّثَنِي يَحْيَى عَنْ نَافِعٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: الْمُتَبَايِعَانِ كُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا بِالْخِيَارِ عَلَى صَاحِبِهِ مَا لَمْ يَنْفَرَا إِلَّا بِنِعْ الْخِيَارِ

Artinya: "Yahya meriwayatkan kepadaku dari Malik, dari Nafi', dan dari Abdullah bin Umar, bahwa Rasulullah Saw bersabda, 'Dua orang yang melakukan transaksi jual beli, masing-masing pihak memiliki pilihan terhadap rekannya selama keduanya belum berpisah, kecuali dalam jual beli *khiyar*.'" (HR. Bukhari, pembahasan tentang jual beli, Bab "Pembeli dan Penjual memiliki pilihan", hadits (2111)).²⁰

Berbagai *khiyar* (hak untuk memilih) yang ditetapkan dalam syariat Islam dalam perniagaan adalah salah satu bukti bahwa syariat Islam menghormati hak kepemilikan. Ayat berikut ini merupakan salah satu bentuk dari penerapan firman Allah Ta'ala yang terdapat dalam QS. An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا.

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu." (QS. An-Nisa: 29)

Landasan hukum mengenai hak *khiyar* secara umum diperoleh dari gambaran hukum yang terdapat dalam hadits Rasulullah. Ketentuan mengenai hak *khiyar* ini menunjukkan bahwa para pihak penjual tidak dibenarkan dalam menjual barang yang cacat atau dalam kondisi rusak. Kondisi barang yang dijual hendaklah diterangkan oleh penjual secara jelas kepada pembeli, sehingga para

¹⁷Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 41.

¹⁸Ridwan Nurdin, *Fiqh Muamalah (sejarah, hukum, dan perkembangannya)*..., hlm. 61.

¹⁹Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat (Sistem Transaksi dalam Fiqih Islam)*, (Jakarta: Amzah, 2010), hlm. 100

²⁰Imam Bin Anas, *al-Muwaththa' Imam Malik* (terj. Muhammad Iqbal Qadir), (Jakarta: Putaka Azzam, 2010), hlm. 78-79.

pembeli mengetahui kondisi dari barang tersebut, dan dapat memutuskan apakah akan melanjutkan transaksi atau tidak.

Pendapat Ulama tentang Konsep *Khiyar Ta'yin*

Ulama Hanafiyah membolehkannya berdasarkan *istihsan* karena kebutuhan masyarakat pada hal tersebut. Hal tersebut meskipun terdapat ketidakjelasan sebagai pengamalan terhadap kemaslahatan dan kebiasaan (adat) karena kebutuhan memilih sesuatu yang lebih cocok dan pantas. Dan alasan bahwa produk sejenis yang berbeda kualitas sangat banyak, yang kualitas itu tidak diketahui secara pastioleh pembeli, sehingga ia membutuhkan bantuan seorang pakar, agar pembeli tidak tertipu dan agar produk yang ia cari sesuai dengan keperluannya, maka *khiyar ta'yin* dibolehkan. Alasan lainnya karena boleh jadi seseorang tidak berpengalaman tentang kondisi barang-barang yang dibelinya sehingga ia butuh bertanya kepada orang lain untuk bisa memilih yang lebih tepat dan cocok untuknya. Terkadang seseorang mewakili orang lain untuk membelikan sesuatu, dan ia ingin melihat dulu barang yang akan dibeli. Sementara penjual tidak bersedia barangnya dibawa keluar dari toko, kecuali dengan membeli salah satu dari dua atau tiga barangnya.²¹

Sedangkan ulama Syafi'iyah dan Hanabilah membatalkannya karena ada unsur *jahalah* (ketidakjelasan).²² Jumhur ulama *fiqh* tidak menerima keabsahan *khiyâr ta'yîn* yang dikemukakan ulama Hanafiyah ini. Alasan mereka, dalam akad jual beli ada ketentuan bahwa barang yang diperdagangkan (*al-sil'ah*) harus jelas, baik kualitasnya, maupun kuantitasnya. Dalam persoalan *khiyâr ta'yîn*, menurut mereka, kelihatan bahwa identitas barang yang akan dibeli belum jelas. Oleh karena itu, ia termasuk ke dalam jual beli *al-ma'dum* (tidak jelas identitasnya) yang dilarang oleh syara'.

Hak Bagi Konsumen dalam Mendapatkan Produk Berkualitas

Perlindungan konsumen secara umum juga diatur dalam Firman Allah SWT dalam QS Al-Baqarah/2: 168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ.

Artinya: "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu."

Suatu perusahaan tidak akan bertahan tanpa ada konsumen yang memepergunakan atau memakai produk yang dihasilkan pihak produsen, oleh sebab itu guna meningkatkan mutu dari produk yang dihasilkan suatu perusahaan haruslah berdasarkan kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*). Dengan mengetahui kepuasan pelanggan maka barang atau jasa yang diproduksi sebuah perusahaan tersebut memiliki nilai lebih diminati konsumen sebagai pemakai produk tersebut. Suatu bentuk dasar konsep kualitas sering diartikan sebagai ukuran kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas disain dan kualitas kesesuaian.

Kualitas dapat dikategorikan sebagai suatu senjata strategis untuk berkompetisi dengan para pesaing. Karena kualitas produk sangat memetukan keinginan konsumen tersebut sehingga

²¹Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, jilid 4...., hlm 555.

²²Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, jilid 5...., hlm 185.

dengan kualitas produk akan tercapai suatu kepuasan tersendiri bagi konsumen. Kualitas desain adalah merupakan fungsi spesifik produk dan kualitas kesesuaian merupakan ukuran dalam seberapa jauh suatu produk memenuhi syarat atau spesifikasi kualitas yang diterapkan.

Banyak definisi kualitas yang diterima secara universal, diantaranya definisi tersebut adalah elemen-elemen kualitas yang dikemukakan oleh Cohen (1995) :

- 1) Kualitas meliputi perusahaan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- 2) Kualitas mencakup, jasa, proses, dan lingkungan.
- 3) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misal apa yang dianggap berkualitas saat ini mungkin dianggap kurang saat mendatang).

Ajaran Islam menghendaki perdagangan dan perekonomian yang berlandaskan unsur-unsur kejujuran dan keadilan bagi kedua belah pihak antara konsumen dan produsen. Dalam Islam, hukum perlindungan konsumen mengacu kepada konsep halal dan haram, serta keadilan ekonomi berdasarkan nilai-nilai atau prinsip-prinsip ekonomi Islam. Aktivitas ekonomi Islam dalam perlindungan konsumen meliputi perlindungan terhadap zat, barang dan/atau jasa yang halal dari segi zatnya dapat menjadi haram ketika cara memproduksi dan tujuan mengkonsumsinya melanggar ketentuan-ketentuan *syara'*.²³

Dalam hubungan antara produsen dan konsumen, konsumen seringkali berada pada posisi yang rentan untuk dirugikan. Dengan adanya persepsi konsumen adalah raja bagi sebagian masyarakat atau konsumen sebenarnya tidaklah benar karena konsumen atau masyarakat lebih banyak mengutarakan keluhan tentang kekecewaan baik pada janji atau pelayanannya yang tidak memuaskan. Apa yang kenyataannya dibeli belum tentu sama dengan apa yang sebenarnya ingin dibelinya. Hal ini dikarenakan misalnya kurangnya informasi tentang produk, tidak adanya saluran bagi pengaduan atas terjadinya penipuan dan lain-lain.

Kedudukan seorang konsumen tidak seimbang dengan pelaku usaha, hal ini dapat dilihat dari faktor ekonomi pelaku usaha yang lebih tinggi dibandingkan konsumen. Keadaan seperti ini tidak hanya terjadi di Indonesia melainkan juga di negara-negara maju dan berkembang lainnya. Hal ini telah menjadi permasalahan yang terus dipelajari agar ditemukan jalan yang terbaik dalam penyelesaiannya.

Dengan berbagai permasalahan yang dialami oleh konsumen, pada akhirnya terciptalah Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Pengertian perlindungan konsumen menurut Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo dalam buku Hukum Perlindungan Konsumen, adalah No. 8 tahun 1999 Pasal 1 angka 1 yang berbunyi "Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen." Rumusan pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam pasal tersebut, cukup memadai. Kalimat yang menyatakan "segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum", diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen, begitu pula sebaliknya menjamin kepastian hukum bagi konsumen.²⁴

Manfaat Khiyar dalam Jual Beli

Khiyar disyariatkan untuk menjaga kedua belah pihak yang berakad, atau salah satunya dari konsekuensi satu akad yang ia lakukan tanpa terlebih dahulu memastikan keinginannya

²³ Zulham, *Hukum perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 23-25.

²⁴ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm.1.

untuk meneruskan akad atau tidak meneruskan, karena tidak ada pengalaman dalam menjual dan membeli barang, apalagi tidak semua orang bisa melakukan itu, terkadang akad tidak mengandung unsur penipuan dan dusta dengan begitu ridha tidak sempurna belum cukup sehingga dia ingin membatalkan akad.

Adapun *khiyar* hanya dapat dipergunakan dalam transaksi yang telah memenuhi rukun dan syarat tertentu dalam akad serta terdapat akibat hukum, akan tetapi akad tersebut memberi kesempatan untuk membatalkan salah satu pihak karena salah satu dari keduanya mempunyai hak tertentu. Dengan demikian *khiyar* disyari'atkan oleh Islam untuk memenuhi kepentingan yang timbul dari transaksi jual beli atau bisnis dalam kehidupan manusia. *Khiyar* memiliki beberapa manfaat dalam transaksi jual beli yaitu sebagaimana dapat disimpulkan berikut ini:

- a. Untuk membuktikan dan mempertegas adanya kerelaan dari pihak-pihak yang terikat dalam perjanjian/ transaksi jual beli.
- b. Supaya pihak penjual dan pembeli merasa puas dalam urusan jual beli.
- c. Untuk menghindari terjadinya penipuan dalam transaksi jual beli.
- d. Untuk menjamin kesempurnaan dan kejujuran bagi pihak penjual dan pembeli.

Berakhirnya Khiyar Ta'yin

Khiyar ta'yin berakhir bila secara *sharahah* (tegas), *dilalah* (eksplisit), atau secara hukum, misalnya seorang mengatakbuakan, "Aku terima barang yang ini dan bukan yang lainnya," atau ia melakukan *tasharruf* yang menunjukkan bahwa ia memilih barang tersebut, atau salah satu barang rusak atau hilang ditangan pembeli setelah ia menerima barang tersebut maka barang rusak atau hilang itu yang langsung menjadi barang yang dijual dan ia mesti mengganti. Sementara barang yang lain menjadi amanah di tangannya yang mesti ia kembalikan kepada pemiliknya (penjual).²⁵ Diantara hikmah *khiyar* sebagai berikut:

- a. *Khiyar* dapat membuat akad jual beli berlangsung menurut prinsip-prinsip Islam, yaitu suka sama suka antara penjual dan pembeli.
- b. Mendidik masyarakat agar hati-hati dalam melakukan akad jual beli, sehingga pembeli mendapatkan barang dagangan yang baik dan benar-benar disukainya.
- c. Penjual tidak semena-mena menjual barangnya kepada pembeli dan mendidiknya agar bersikap jujur dalam menjelaskan keadaan barang.
- d. Terhindar dari unsur-unsur penipuan, baik dari penjual maupun pembeli, karena ada kehati-hatian dalam proses jual beli.
- e. *Khiyar* dapat memelihara hubungan baik dan terjalin cinta kasih antar sesama. Adapun ketidak jujuran dan kecurangan pada akhirnya akan berakibat dengan penyesalan, dan penyesalan di salah satu pihak dapat mengarah kepada kemarahan, kedengkian, dendam, dan akibat buruk lainnya.²⁶

²⁵ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, jilid 5..., hlm.556.

²⁶ Abdul Rahman Ghazali dkk, *Fiqh Muamalat...*,104.

C. PEMBAHASAN DUA

Profil Perusahaan Amway

Amway adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran berjenjang atau network marketing yang juga dikenal dengan istilah lain yaitu MLM (Multi Level Marketing). Perusahaan yang menggunakan pola penjualan langsung dari distributor kepada konsumen ini didirikan tahun 1959 oleh Jay Van Andel dan Rich DeVos. Nama perusahaan ini adalah singkatan dari “American Way.” Pusat perusahaan Amway berlokasi di kota Ada, Michigan, di bawah naungan perusahaan Alticor. Dalam melaksanakan bisnisnya Amway berafiliasi dan bersinergi dengan berbagai perusahaan di dunia. Di Amerika Serikat dan Kanada, Amway beroperasi dengan label Quixtar.

Ide dasar dari pendiri Amway adalah untuk menciptakan sebuah sistem distribusi produk yang baru dan berbeda dengan sistem lainnya, yang menekankan kepada wirausahawan, memahami manajemen ekonomi, dan menciptakan kebebasan finansial bagi para pelaku bisnis MLM.

Kini, Amway, perusahaan yang bernaung di bawah Alticor, memiliki afiliasi di 80 negara dan beraset 102 milyar dolar AS, memperkerjakan 6.000 karyawan di seluruh dunia, dengan 3 juta tenaga penjualan (yang lebih sering disebut sebagai IBO, (*Independent Business Owner*)). Tahun 2006, Alticor berhasil melakukan penjualan sebesar US\$ 6,3 milyar, dan pada tahun 2007, total penjualan Amway tercatat sebesar US\$ 7,1 milyar. Pada tahun 2002 Amway mendapatkan pengakuan untuk produknya sebagai produk suplemen no.1 di dunia. Amway telah mendapatkan Sertifikat Halal MUI (Majelis Ulama Indonesia) dan IFANCA (*The Islamic Food And Nutrition Council of America*) untuk produk makanan kesehatannya. Amway menduduki ranking 43 untuk kategori Perusahaan Swasta Terbesar di Amerika tahun 2007 versi majalah Forbes.²⁷

Amway Indonesia berdiri tanggal 17 Juli 1992 melalui PT Amindoway Jaya dan PT Amway Indonesia. PT Amindoway Jaya adalah perusahaan pemegang lisensi penjualan langsung dan distribusi produk Amway di Indonesia. Sejak 1993, PT Amindoway Jaya menjadi anggota APLI nomor 005/06/03. PT Amway Indonesia adalah perusahaan yang memberikan jasa konsultasi dalam bidang pemasaran, pengembangan usaha, serta dukungan distributor aktif di Indonesia.²⁸

PT. Amindoway Jaya, mendapat dukungan Amway melalui PT. Amway Indonesia sebagai ‘service company’ yang memberikan konsultasi dalam bidang pemasaran, pengembangan usaha serta dukungan internasional. Kantor pusat PT Amindoway Jaya terletak di Wisma Aldiron Dirgantara Suite 102-103, Jl. Gatot Subroto No. 72 Jakarta Selatan 12780, Telp (012) 794 9274 Fax (021) 7949277. Sementara kantor pusat PT Amway Indonesia terletak di Wisma 46-kota BNI, Lantai 36, ruang 3610-2, Jl. Jend Sudirman Kav.1 Jakarta 10220, Telp (021) 57980800 fax (021) 57980801-2.

Amway menciptakan berbagai macam produk yang inovatif, berkualitas dan bernilai. Produk ini adalah hasil riset yang dikembangkan Amway sejak tahun 1959. Untuk menjamin kesempurnaan kualitas produk, Amway terus mengembangkan pengujian serta pengembangan oleh para ilmuwan di laboratorium penelitian dan pengembangan di kantor pusat Amway. Untuk menjamin kepuasan pelanggan, diberikan *money back guarantee* (garansi uang kembali) untuk

²⁷<http://www.amway.com/about-amway/our-company/heritage/history-timeline>, Diakses pada tanggal 18 September 2018, pukul 0:18 WIB.

²⁸http://www.amway2u.com/c1/amw_corp.jsp?cat1=1016&rfnbr=1195&mid=5, Diakses pada tanggal 18 September 2018, pukul 0:29 WIB.

produk yang dikembalikan apabila konsumen tidak puas, dengan persyaratan tertentu. Produk unggulan yang ditawarkan kepada konsumennya meliputi 6 produk inti, yaitu :

- a. Kesehatan dan Kebugaran
Makanan tambahan Nutrilite untuk dewasa dan anak-anak
- b. Kosmetik dan Perawatan Kulit
Kosmetik dan perawatan kulit Artistry
- c. Perawatan Diri
Perawatan mulut dan gigi (glistier), perawatan tubuh (Body Series), dan perawatan rambut (Protique).
- d. Perawatan Rumah Tangga
Produk perawatan pakaian, perawatan dapur, perawatan mobil, perawatan rumah dan pewangi pakaian.
- e. Peralatan Rumah Tangga
Alat masak (Queen Cookware) dan sistem pengolahan air bersih (Amway Treatment System).
- f. Pertanian
Produk perata dan perekat (APSA-800 WSC), pupuk pelengkap benih (Nutrifarm SD), dan pupuk pelengkap cair (Nutrifaram AG).

Cara Konsumen Amway Menentukan Produk Yang *Qualified* Dengan Kebutuhan

Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan yang ditawarkan perusahaan untuk diperhatikan, diminta, digunakan oleh konsumen. Kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan tergantung oleh kualitas produk perusahaan, karena jika semakin tinggi tingkat kualitas produk maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan. Konsumen menginginkan produk yang diterimanya sesuai dengan harapan yang dirasakan.

Dalam hal menentukan produk Amway yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, konsumen dapat melakukannya dengan cara sebagai berikut:

- a. Pengenalan Kebutuhan

Proses awalnya diawali oleh sebuah masalah atau kebutuhan akan produk tersebut. Kesadaran akan suatu kebutuhan yang harus dipenuhi membuat konsumen berupaya untuk mencari produk yang dapat mengatasi permasalahan yang mereka rasakan. Diawali dengan mendeteksi motivasi atau alasan konsumen melakukan pembelian produk, manfaat yang dicari dari pembelian tersebut.

- b. Pencarian Informasi

Tahapan selanjutnya setelah pengenalan kebutuhan adalah pencarian informasi. Pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut dapat dipenuhi dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Dengan melakukan pencarian informasi maka konsumen akan mendapatkan pengetahuan tentang produk secara lengkap serta dapat mengambil keputusan pembelian dengan lebih baik.

Beberapa poin penting yang akan dijelaskan oleh pihak Amway kepada calon pembeli mencakup beberapa hal, yaitu:

- 1) Manfaat dan efek suplemen pada tubuh.
- 2) Label dan kandungan gizi.

- 3) Kejelasan tanggal kedaluwarsa.
- 4) Label halal.
- 5) Jaminan kepuasan produk (garansi).
- 6) Saran penggunaan.

Dan dari hasil wawancara dengan Ibu Maria Ulfa, beliau menerangkan, setelah pengecekan kondisi konsumen selesai dilakukan, barulah pihak penjual Amway akan menawarkan produknya. Pihak Amway akan memilihkan produk yang sesuai dengan permasalahan dan kondisi konsumen. Konsumen akan diberikan beberapa pilihan suplemen yang dapat dibelinya. Pihak Amway akan memilihkan pilihan yang terbaik dari beberapa suplemen tersebut, akan tetapi keputusan tetap di tangan konsumen, konsumen tidak dipaksakan untuk membeli semua produk yang ditawarkan. Konsumen berhak memilih produk mana yang akan dibelinya. Jadi, pihak Amway hanya menawarkan, keputusan untuk membeli atau tidak semuanya berada di tangan konsumen.²⁹

c. Evaluasi Alternatif

Tahapan selanjutnya adalah evaluasi alternatif. Evaluasi alternatif dilakukan oleh konsumen jika mereka telah mempunyai informasi yang cukup tentang hal-hal yang berkaitan dengan produk yang akan dibeli. Pada tahap ini konsumen menetapkan kriteria-kriteria yang relevan dengan keinginannya untuk membuat suatu keputusan yang dirasakan paling bermanfaat dalam memecahkan masalahnya.

Sistem Informasi Yang Dilakukan Oleh Upline Kepada Downline Dan Member Amway Dalam Penjualan Produk

Dalam menjalankan penjualan produk, Amway bekerja sama dengan beberapa perusahaan *Support System*. *Support System* adalah suatu perusahaan yang berfungsi memberikan pelatihan dan pendidikan kepada para distributor *network marketing*. Di Amway terdapat beberapa *support system* antara lain Belanja 21, Platinum dan *Network Twenty One*.

Network Twenty One, juga dikenal dengan sebutan N21 atau *Network 21*, merupakan suatu perusahaan yang bekerja sama dengan Amway untuk memberikan materi pembelajaran yang mudah serta efisien untuk berhasil menjalankan bisnis Amway. *Network 21* pada saat ini telah beroperasi di 36 negara. Sistem ini dikembangkan tahun 1989 oleh Jim dan Nancy Dornan.

Network 21 pada prinsipnya adalah sebuah program untuk meningkatkan kemampuan *Independent Business Owners (IBOs)* dalam mengembangkan bisnisnya dengan menyediakan berbagai *training programs*. Program tersebut meliputi kaset-kaset, buku-buku, VCD, dan majalah, yang membahas tentang cara-cara dan kiat meningkatkan kemampuan diri dan jaringan pemasaran melalui sistem MLM Amway. Selain itu, program ini juga didukung dengan berbagai seminar motivasi dari berbagai pembicara yang sukses dalam jaringan MLM Amway dan motivator ahli. Dengan kata lain, *Network 21* merupakan sekolah bisnis khusus untuk para distributor Amway, sehingga para distributor yang baru bergabung tidak akan menemukan kesulitan dalam menjalankan bisnis Amway serta dapat mengetahui cara yang tepat untuk berhasil. Teknik dan metode pengajaran bisnis *Network 21* juga kerap disebut dengan istilah "*TEAM21 Strategy*". Salah satu materi pendukung dari N21 yaitu pertemuan, diantaranya yaitu:

²⁹Hasil Wawancara dengan Ibu Maria Ulfa, distributor Amway di Banda Aceh, pada hari Sabtu, tanggal 10 Juni 2017, pukul 15:00 WIB.

- a. **Infonite**
Merupakan pertemuan yang diadakan seminggu sekali. Dalam seminar ini dijelaskan bagaimana cara menjalankan bisnis Amway dan keuntungan yang akan didapat dari hasil menjalankan bisnis Amway. Sebagai pembicara atau pengajar biasanya member-member yang sudah mencapai kesuksesan dalam bisnis Amway. Tujuan dari diadakannya seminar ini yaitu untuk memberikan pelajaran kepada member-member lainnya untuk melakukan hal yang sama yang dilakukan member-member sebelumnya yang telah sukses.
- b. **Network Building Training (NBT)**
NBT diadakan satu kali dalam sebulan. Dalam NBT, member akan mendapatkan pelajaran yang lebih terperinci mengenai cara menjalankan bisnis Amway serta motivasi agar tetap eksisi dalam bisnis Amway.
- c. **Business Building Seminar**
BBS diadakan satu kali dalam sebulan. BBS merupakan seminar yang lebih besar dibandingkan dengan Infonite dan NBT. Tujuan utama BBS adalah untuk membangun semangat dan visi para member. Pembicara dalam seminar ini adalah member yang telah sukses, seperti Diamond, pembicara biasanya menceritakan kisah suksesnya dalam menjalankan bisnis Amway dan kemudian membagi ilmunya kepada member lainnya.
- d. **Leadership Seminar (LS)**
LS merupakan seminar paling besar dan paling penting yang diadakan oleh *Network 21*. LS diadakan setiap 4 bulan sekali atau 3 kali dalam setahun. Dalam seminar ini yang berperan sebagai pembicara bukan hanya member-member dari Indonesia saja tetapi juga dari luar negeri. LS diadakan selama 3 hari.

Selain seminar-seminar di atas, para *upline* dan *downline* juga sering mengadakan pertemuan yang biasa disebut konsultasi. Maksud diadakannya konsultasi yaitu untuk menjaga dan memotivasi para member agar tetap semangat menjalankan bisnis tersebut. Dalam konsultasi tersebut para *downline* dapat bertanya kepada para *upline*nya mengenai kesulitan yang dihadapi dalam menjalankan bisnis Amway, dan *upline* akan membantu mencari solusinya dengan cara memberikan strategi-strategi dalam menjalankan bisnis Amway, hal-hal yang harus dilakukan untuk kesuksesan menjalankan bisnis Amway, serta tujuan yang diharapkan baik itu jangka panjang ataupun jangka pendek. Konsultasi ini bisa dilakukan kapan saja tergantung dari waktu *upline* dan *downline* itu sendiri. Dengan adanya konsultasi ini, maka bisa jadi seorang *downline* akan melakukan hal yang sama dengan *upline*nya.

Tinjauan Hukum Islam Terhadap Implementasi Khiyar Ta'yin Dalam Transaksi Jual Beli Produk Amway

Bentuk *khiyar ta'yin* dari pembelian produk Amway, yang menjadi tinjauan penulis. Yaitu dengan memberikan hak memilih terhadap barang yang diinginkan oleh para konsumen sebelum mereka melakukan kesepakatan terhadap transaksi jual beli produk tersebut. Penerapan *khiyar ta'yin* dilakukan sesuai dengan syarat-syarat yang ada pada *khiyar ta'yin*.

Syarat *pertama* memilih salah satu dari 3 jenis barang yang akan dibeli. Atau didalam *khiyar ta'yin* disebut dengan jenis baik, sedang, buruk. Namun, menurut hasil wawancara dengan Ibu Maria Ulfa, beliau menerangkan bahwa Amway tidak menjual produk yang berkualitas buruk, semua produk Amway dibuat dengan standar perusahaan yang tinggi dan dipastikan telah melalui serangkaian pemeriksaan ketat sebelum dipasarkan ke seluruh dunia. Dengan mengambil contoh

dari suplemen Nutrilite, semua jenis dari suplemen tersebut berfungsi untuk menjaga kesehatan tubuh. Akan tetapi, ada beragam varian dari suplemen tersebut yang dipasarkan. Perbedaan mencakup kelengkapan manfaat dari suplemen, komposisi yang terkandung di dalam suplemen dan keefektifan suplemen dalam bekerja. Jadi untuk membedakan kualitasnya, penulis membaginya kepada 2 bagian, yaitu jenis baik dan dan jenis sedang³⁰

Syarat *kedua*, jenis barang yang akan dipilih harus memiliki perbedaan harga dari jenis yang lainnya dan harganya pun harus diketahui secara pasti. Pada suplemen Nutrilite, untuk suplemen dengan kualitas bagus dijual dengan harga sekitar Rp.736,000,- dan untuk kualitas sedang dijual dengan harga sekitar Rp. 343,000. Penentuan harga suplemen dilihat dari jumlah dan komposisi dari kandungan suplemen.

Untuk suplemen dengan kualitas bagus dijual dengan harga Rp.736,000,- yaitu suplemen dengan varian jenis Nutrilite *Double X*, kandungannya terdiri dari tablet multivitamin, multimineral dan fitonutrisi yang mengandung 12 vitamin + 9 mineral + 17 konsentrat tumbuhan. Berfungsi untuk memelihara kesehatan tubuh, serta membantu memenuhi kebutuhan vitamin & mineral pada saat beraktifitas olahraga, menjalankan program diet, dan seiring pertambahan usia. Isi : 186 tablet (62 tablet multivitamin, 62 tablet multimineral, dan 62 tablet fitonutrisi). Anjuran pakai : 3 tablet, 2x sehari.

Pada suplemen dengan kualitas sedang dijual dengan harga Rp. 343,000,- yaitu suplemen dengan jenis Nutrilite *Daily*, merupakan suplemen multivitamin & multimineral yang mengandung 11 vitamin, 7 mineral dan konsentrat tumbuhan. Berfungsi untuk memenuhi kebutuhan vitamin dan mineral harian. Isi : 70 tablet. Anjuran pakai : 1 tablet sehari, diminum setelah makan.

Syarat *ketiga*, batas waktu *khiyar ta'yin* dibatasi yaitu sama dengan waktu *khiyar syarat* yang dibatasi paling lama 3 hari. Impelementasi waktu *khiyar ta'yin* pada produk Amway yang menjadi objek penelitian ini yaitu 90 hari atau 3 bulan. Waktu tersebut berlaku saat pembeli berada di tempat transaksi berlangsung, disaat pembeli menginginkan untuk membeli produk, maka distributor Amway akan menginformasikan barang dari kedua tingkatan tersebut dengan jenis yang disesuaikan dengan kebutuhan dari pembeli. Namun keputusan tetap berada di pihak pembeli, setelah pembeli memutuskan barang yang diinginkan dan setuju dengan produk yang ditawarkan, maka terjadilah transaksi jual beli antara pembeli dan penjual. Pembeli diberikan kesempatan untuk mencoba produk dalam jangka waktu 90 hari, terhitung dari semenjak barangnya dibeli. Apabila pembeli tidak merasakan manfaat seperti yang telah di informasikan pihak distributor Amway atau ada kerusakan pada produk yang tidak terlihat ketika terjadinya transaksi, maka pembeli diberikan hak untuk mengembalikan produk tersebut kepada pihak Amway.

Amway memberikan ketentuan garansi kepada konsumen. Tersedia jaminan kepuasan 90 hari untuk produk Amway. Dengan syarat sebagai berikut:

- 1) Penggantian dengan voucher senilai harga beli.
- 2) Masih 90 hari dari tanggal pembelian.
- 3) Ada bukti pembelian/ tanda terima pelanggan/ invoice asli.
- 4) Produk masih 2/3 bagian.
- 5) Berlaku untuk produk Nutrilite, Artistry, Personal Care, dan Home Care.

³⁰ Hasil Wawancara dengan Ibu Maria Ulfa, distributor Amway di Banda Aceh, pada hari Kamis, tanggal 4 Mei 2018, pukul 17:00 WIB

- 6) Tidak berlaku untuk efek samping yang disebabkan akibat dari pemakaian produk Amway (alergi)
- 7) Tidak berlaku untuk produk yang rusak karena disengaja atau salah pakai.

Setelah terjadi transaksi jual beli dengan cara pembeli menyerahkan uang dan penjual menyerahkan barang, maka selesailah proses jual beli antar keduanya. Akan tetapi *khiyar ta'yin* antar keduanya akan tetap berlaku hingga 90 hari kedepan sesuai dengan syarat dan ketentuan yang dijelaskan sebelumnya. Disaat terjadinya jual beli, maka pembeli dianggap telah setuju dengan semua syarat dan ketentuan tersebut.

Menurut penulis, batas waktu *khiyar ta'yin* tersebut memiliki kelebihan dalam penerapannya. Sebab pembeli memiliki jangka waktu yang lama untuk membuktikan kualitas produk sesuai dengan *claim* yang dijanjikan oleh produk tersebut. Untuk membuktikan kualitas produk dalam 90 hari, pembeli dapat menyimpulkan produk suplemen tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan *claim*nya. Pembeli dapat mengkonsumsi suplemen sesuai dengan aturan pakai yang berlaku dan melihat efek dari kinerja suplemen terhadap tubuh. Pembeli juga dapat melihat dengan jelas produk yang dibelinya apakah mengandung cacat ataupun tidak. Mungkin ketika terjadinya transaksi kecacatan bawaan dari produk tidak terlihat oleh pembeli, dan baru terlihat ketika pembeli sudah meninggalkan tempat terjadinya transaksi. Jika terjadi hal seperti ini, maka pembeli memiliki hak untuk mendapatkan garansi seperti yang telah dijanjikan oleh pihak distributor Amway. Selama tidak melenceng dari syarat dan ketentuan garansi. Sehingga pembeli tidak akan menanggung kerugian dan ketidakpuasan terhadap produk dan pembeli juga tidak akan kehilangan hak *khiyar ta'yin* yang ada pada pembelian tersebut.

Dalam Islam dijelaskan bahwa, *khiyar ta'yin* berlaku untuk tiga barang saja, karena kategori barang terdiri dari bagus, sedang, dan buruk. Jika lebih dari tiga, maka *khiyar ta'yin* tidak sah. Barang dalam transaksi jual beli harus memiliki perbedaan sifat dan harga dari masing-masing barang tersebut telah ditetapkan dengan jelas. Jika terdapat kesamaan baik itu antara harga dan sifat, maka *khiyar ta'yin* tidak dapat diberlakukan. Karena apabila harga barang tidak ditentukan untuk jenis masing-masing barang, maka barang tersebut bersifat *majhul* (tidak diketahui) dan akan membuat akad jual beli menjadi *fasid* (rusak).

Masa batas waktu dari *khiyar ta'yin* juga harus ditentukan dengan jelas. Abu Hanifah telah menetapkan paling lama tiga hari seperti yang ditetapkan pada *khiyar syarat*, jika lebih dari tiga hari maka akad jual beli tersebut juga akan menjadi *fasid* (rusak). Namun ada juga pendapat dari dua sahabat Abu Hanifah yang mengatakan bahwa masa atau batas waktu dari *khiyar ta'yin* bisa lebih dari tiga hari dengan syarat kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli tersebut mengetahuinya dan menyetujui batas waktu tersebut.

Dalam penerapan batas waktu, Amway menerapkan selama 90 hari. Karena Amway memberikan kesempatan bagi konsumen untuk dapat mencoba dan merasakan manfaat dari produk yang telah dibelinya. Amway mengharapkan timbulnya rasa kepercayaan dan keyakinan konsumen terhadap perusahaan dengan cara memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mengkonsumsi produk. Tentunya dengan jangka waktu yang lama, konsumen dapat menilai kualitas produk dengan baik apakah itu sesuai dengan yang ia butuhkan dan sesuai dengan janji yang diberikan oleh produk tersebut.

Dari pihak perusahaan juga mendapat keuntungan dari timbulnya kepercayaan dari pembeli sehingga diharapkan pembeli akan terus menjadi konsumen di perusahaan tersebut. Kualitas produk yang diberikan merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang nantinya

akan memberikan kepuasan kepada konsumen. Kualitas produk yang diberikan juga menjadi alasan konsumen untuk loyal terhadap produk tersebut. Jika produk yang dijual menawarkan kualitas yang baik maka konsumen akan membelinya, setelah itu jika konsumen merasa puas akan membeli ulang produk tersebut dan menjadi pelanggan yang loyal. Agar dapat bersaing, bertahan hidup dan berkembang, perusahaan dituntut untuk mampu memberikan kualitas produk berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli.

Ulama Hanafiyah membolehkan *khiyar ta'yin* dengan alasan bahwa produk sejenis yang berbeda kualitas sangat banyak, yang kualitas itu tidak diketahui secara pasti oleh pembeli, sehingga ia memerlukan bantuan seorang pakar, agar pembeli tidak tertipu dan agar produk yang ia cari sesuai dengan keperluannya. Alasan lainnya karena boleh jadi seseorang tidak berpengalaman tentang kondisi barang-barang yang dibelinya sehingga ia butuh bertanya kepada orang lain untuk bisa memilih yang lebih tepat dan cocok untuknya. Faktanya, distributor Amway melihat kondisi dan permasalahan dari konsumen sebelum menawarkan produk yang akan dijualnya, sehingga konsumen tahu produk mana yang cocok dengan kebutuhannya. Sehingga konsumen tidak tertipu dengan barang yang dibelinya dan menemukan barang yang sesuai dengan keinginannya.

Maka dari itu, fakta yang terjadi di lapangan menurut penulis sudah sesuai dengan landasan hukum serta syarat-syarat diberlakukannya implementasi *khiyar ta'yin* yang telah penulis paparkan diatas. Untuk jangka waktu *khiyar ta'yin*, penulis mengambil pendapat dari dua sahabat Abu Hanifah yang menyatakan bolehnya waktu *khiyar ta'yin* kapan saja dengan syarat kedua belah pihak sama-sama mengetahui dan sepakat dengan semua syarat tersebut. Hal ini sesuai dengan sistem yang diterapkan Amway dalam sistem jaminan garansi 90 hari. Ketika transaksi terjadi dan pembelian dianggap sah, maka pembeli dianggap sudah setuju dengan semua syarat dan ketentuannya. Sehingga kesimpulan akhir penulis adalah implementasi *khiyar ta'yin* pada transaksi jual beli produk Amway sudah sepenuhnya sesuai dengan hukum Islam.

D. PENUTUP

Kesimpulan

1. Cara konsumen Amway menentukan produk yang *qualified* dengan kebutuhannya dilakukan dengan beberapa tahapan cara yaitu yang pertama adanya pengenalan kebutuhan, kesadaran akan suatu kebutuhan yang harus dipenuhi membuat konsumen berupaya untuk mencari produk yang dapat mengatasi permasalahan yang mereka rasakan. Kemudian yang kedua adanya pencarian informasi, yang dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut dapat dipenuhi dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk dan yang terakhir adanya evaluasi alternatif, yang dilakukan oleh konsumen jika mereka telah mempunyai informasi yang cukup tentang hal-hal yang berkaitan dengan produk yang akan dibeli
2. Sistem penginformasian pihak-pihak yang terkait dalam sistem penjualan Amway, yaitu *upline* dan *downline* sebelum memasarkan produknya kepada konsumen, terlebih dahulu diberikan pendidikan mengenai seluk beluk dari perusahaan Amway. Pendidikan dan materi penyusun disusun oleh *Network 21*. Untuk dapat digunakan oleh para member Amway yaitu berupa VCD, buku pegangan, dan seminar-seminar yang rutin diadakan. Materi tersebut memudahkan para member dalam menjalankan bisnis Amway, dan

biasanya berisi mengenai bagaimana caranya menjalankan bisnis Amway secara efektif dan menginformasikan tentang beragam manfaat dari produk-produk Amway yang akan mereka pasarkan. Setiap produk dijelaskan secara rinci dari harga, manfaat, komposisi dan sasaran konsumennya. Sistem penginformasian tersebut yang menjadi bekal bagi para Amway ketika akan mulai memasarkan produk kepada masyarakat luas.

3. Implementasi *khiyâr ta'yîn* terhadap jual beli produk Amway dalam kaitannya dengan menjual produk yang sesuai dengan kualitas yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen sudah sepenuhnya sesuai dengan perspektif hukum Islam. Prinsip dasar yang dapat digunakan untuk menganalogikan hal ini adalah adanya syarat memilih salah satu dari 3 jenis barang yang akan dibeli sesuai dengan tingkatan kualitas yang dimiliki, kemudian syarat kedua yaitu jenis barang yang akan dipilih memiliki perbedaan harga dari jenis yang lainnya dan harganya juga harus diketahui secara pasti, dan syarat yang terakhir yaitu waktu *khiyâr ta'yîn* yang dibatasi sesuai dengan kesepakatan yang telah dilakukan ketika terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli. Ketiga aspek tersebut telah terpenuhi seluruhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jakarta: PT. Ichtiar Baru Van Hoeve, 1996.
- Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat (Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam)*, Jakarta: Amzah, 2010.
- Abdur Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalah*, Jakarta : Kencana, 2010.
- Adiwarman Karim, *Fiqh Ekonomi Keuangan Islam*, Jakarta: Darul Haq, 2008.
- Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Amir Syarifudin, *Garis-Garis Besar Fiqh*, Bogor: Kencana, 2003.
- Bambang Sunggono, *Metodelogi Penelitian Hukum*, Jakarta: Rajawali Pers, 2007.
- Devi Mawarni, *Konsep Khiyar Dalam Jual Beli Salam Modern Menurut Perspektif Hukum Islam*, (Skripsi yang tidak dipublikasikan), Fakultas Syariah, IAIN Ar-Raniry, Banda Aceh, 2011.
- Dimas Is Ariyanto, *Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Member Amway di Kota Semarang (Studi pada Konsumen Produk Amway di Kota Semarang)*, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Semarang, 2009.
- Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Total Media, 2009.
- Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Idris, *Hadits Ekonomi dalam Perspektif Hadits Nabi*, Jakarta: Prenamedia Group, 2015.
- Imam Bin Anas, *Al-Muwaththa' Imam Malik* (terj. Muhammad Iqbal Qadir), Jakarta: Putaka Azzam, 2010.
- Muhammad Sharif Caudhry, *Fundamental of Islamic Economic System*, ed. In, *Prinsip Dasar Sistem Ekonomi Islam*, (terj: Suherman Rosyidi), Jakarta: Kencana, 2012.
- Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Rahmawati Yusuf, *Khiyar Syarat dalam Transaksi Jual Beli Emas Dikalangan Pedagang Emas Pasar Aceh*, (Skripsi yang tidak dipublikasikan), Fakultas Syariah, IAIN Ar-Raniry, Banda Aceh, 2009.
- Ridwan Nurdin, *Fiqh Muamalah (Sejarah, Hukum, dan Perkembangannya)*, Banda Aceh: Yayasan PeNA, 2010.
- Romi Saputri, *Garansi Purna Jual Sepeda Motor Honda Dalam Konsep Khiyar Syarat (Studi Kasus pada P.T Lambarona Sakti Aceh Besar)*, (Skripsi yang tidak dipublikasikan), Fakultas Syariah, IAIN Ar-Raniry, Banda Aceh, 2012.
- Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, Jilid 12-14, (terj. Moh Nurhakim), Bandung: PT. Al Ma'rif, 2001.
- Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, jilid 4, Jakarta: Gema Insani, 2011.
- Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, jilid 5, Jakarta: Gema Insani, 2011.
- Hasil Wawancara dengan Ibu Maria Ulfa, distributor Amway di Banda Aceh, pada hari Kamis, tanggal 4 Mei 2018, pukul 17:00 WIB.
- Hasil Wawancara dengan Ibu Maria Ulfa, distributor Amway di Banda Aceh, pada hari Sabtu, tanggal 10 Juni 2017, pukul 15:00 WIB.
- <http://www.amway.com/about-amway/our-company/heritage/history-timeline>, Diakses pada tanggal 18 September 2018, pukul 0:18 WIB.
- http://www.amway2u.com/c1/amw_corp.jsp?cat1=1016&rfnbr=1193&mid=3, Diakses pada tanggal 17 September 2018, pukul 10:49.