



Konsep Dan Praktis Transaksi E-Dagang Patuh Syariah: Satu Sorotan Kajian

Fiqh
Al-Muamalat

The Concept and Practice of Shariah Compliant E-Commerce Transactions: A Review

101

ROSHAIMIZAM SUHAIMI (Corresponding Author)
Akademi Pengajian Islam Kontemporari
Universiti Teknologi MARA, Cawangan Pulau Pinang
roshaimizam@uitm.edu.my

Submitted: 17 February 2020
Revised: 10 April 2020
Accepted: 10 April 2020
E-Published: 29 April 2020

ISMAIL AHMAD
Fakulti Pengurusan dan Perniagaan
Universiti Teknologi MARA Shah Alam
drismailahmad@uitm.edu.my

EZANI YAAKUB
MOHD HAPIZ BIN MAHAIYADIN
Akademi Pengajian Islam Kontemporari,
Universiti Teknologi MARA Shah Alam
ezani@uitm.edu.my, mohdhapiz659@uitm.edu.my

JASNI SULONG
Pusat Pengajian Ilmu Kemanusiaan,
Universiti Sains Malaysia, Pulau Pinang
jasni@usm.my

ABSTRAK

Perkembangan pasaran e-dagang dunia umumnya dan Malaysia khususnya semakin berkembang pesat dari semasa ke semasa. Kemajuan teknologi dan rangkaian perhubungan internet telah membantu perkembangan pesat tersebut. Umat Islam tidak terlepas dengan tempas perkembangan transaksi e-dagang ini yang mendorong penglibatan aktif masyarakat Islam dalam pasaran moden ini. Namun demikian, jual beli yang dijalankan tanpa kehadiran penjual dan pembeli serta produk atau perkhidmatan yang diniagakan perlu dipastikan kepatuhannya dengan prinsip fiqh. Oleh itu, penulisan ini dijalankan berasaskan kaedah kajian kepustakaan bertujuan untuk meneliti kajian-kajian lepas yang berkaitan dengan konsep dan praktis transaksi e-dagang patuh syariah.

Kata Kunci: Butang Kekunci, Digital, E-Dagang, Rangkaian Internet, Katalog





ABSTRACT

The growth of e-commerce markets in general and Malaysia in particular have grown exponentially. The technological advancements and networks of internet communication have contributed to this rapid growth. Muslims are also inclusive with the development of e-commerce transactions which encourages their active participation in this modern market. Nevertheless, the transaction which is made in the absence of the seller and buyer and the product or service being traded should ensure compliance with the Islamic jurisprudence. Therefore, this study employed library research in reviewing previous studies related to the concept and practice of Shariah compliant e-commerce transactions.

Keywords: Key Cap, Digital, E-Commerce, Internet Networking, Catalog

PENDAHULUAN

Kemunculan rangkaian internet telah membawa dimensi baru dalam dunia perniagaan semasa khususnya kemunculan bentuk perniagaan e-dagang. Perkembangan perniagaan dalam talian atau e-dagang ini telah membuka ruang yang luas untuk menarik pasaran dan pelanggan yang sukar ditembusi sebelum ini dan menjadi medium penting serta berterusan bagi menghubungkan antara ahli keluarga, menonton filem kegemaran, berkongsi nota dengan kelas, mengetahui keadaan trafik, membaca akhbar, menyediakan laporan, membuat panggilan telefon, membeli buku dan pelbagai aktiviti lagi. Konsep perniagaan menerusi e-dagang dianggap sebagai salah satu kaedah pemasaran secara langsung dan bersifat global tanpa memerlukan ruang kedai atau bangunan dalam bentuk fizikal. E-dagang telah mengubah landskap perniagaan rutin yang berlaku secara bersemuka dan bertemu antara pihak berkontrak kepada transaksi berbentuk maya tanpa kehadiran pihak berkontrak dan barangan yang diurus niagakan, bahkan pembayaran juga dilaksanakan secara elektronik. Perkembangan transaksi e-dagang tidak lagi memerlukan pembeli bergerak dari kediaman masing-masing ke bangunan kedai, kompleks perniagaan atau pasar raya untuk melakukan pembelian, tetapi telah berubah kepada kedai atau pasar raya pula yang datang kepada pengguna melalui laman sesawang.

Di samping itu, Norudin Mansor dan Ahmad Faisal (2010) menyatakan aktiviti jual beli boleh dilaksanakan mengikut keselesaan pelanggan tanpa memerlukan mereka bergerak ke premis perniagaan. Kesemua ini berlaku dengan perkembangan teknologi perhubungan dan elektronik iaitu mengubah bentuk perniagaan konvensional kepada hujung jari. Di samping penggunaan rangkaian internet sebagai perantaraan perhubungan sosial antara manusia, kini rangkaian internet ini juga digunakan sebagai medan perniagaan yang menemukan penjual dan pembeli, pengedar dan pelanggan untuk saling bertukar-tukar maklumat, barangan dan perkhidmatan tanpa diganggu oleh ruang masa dan tempat (Kambol, 2018). Kebiasaannya, e-dagang melibatkan transaksi antara tiga pihak sama ada transaksi antara peniaga dengan peniaga, peniaga dengan pelanggan dan pelanggan dengan pelanggan.



E-DAGANG MENURUT PERSPEKTIF SYARIAH

Fadhli (2016) menyatakan e-dagang adalah transaksi perniagaan yang dikendalikan melalui rangkaian komputer berasaskan pemrosesan elektronik dan pemindahan data, suara dan imej yang bersifat global dalam urus niaga barangan dan perkhidmatan, penghantaran dalam talian bagi kandungan digital, pemindahan dana secara elektronik, urus niaga saham secara elektronik, paparan bil secara elektronik, lelongan komersial, pemasaran pengguna dan khidmat selepas jualan. Marjan Muhammad, Muhd Rusydi dan Khalil Mohammed (2013) menyatakan e-dagang merupakan fenomena semasa tetapi mempunyai prinsip yang sama melibatkan jual beli dalam Islam kerana melibatkan kontrak pertukaran sesuatu yang bernilai daripada satu pihak kepada pihak yang lain untuk memperolehi keuntungan. Ainnur Hafizah, Mohd Zulkifli, Tamrin Amboala dan Mohd Sarwar (2013) pula menjelaskan e-dagang dirumuskan sebagai transaksi kewangan menggunakan perantaraan elektronik yang meliputi peralatan seperti perkhidmatan faksimili, teleks, EDI dan telefon. Justeru, e-dagang boleh disimpulkan sebagai aktiviti jual beli yang dilakukan oleh orang ramai bagi memenuhi kehendak dan keperluan harian mereka melalui kaedah elektronik. Perbezaan antara e-dagang dan jual beli konvensional ditunjukkan pada Jadual 1.

Jadual 1: Perbezaan Antara E-Dagang dan Jual Beli Konvensional

Jual beli konvensional	E-dagang
Khidmat jurujual	Perihal produk, katalog, fungsi pencarian, khidmat hadiah, jurujual (emel/telefon)
Promosi jualan	Tawaran istimewa, permainan dalam talian, capaian kepada laman web lain
Pameran produk	Laman web
Aturan produk secara berlorong	Aturan produk berasaskan jenis atau stor
Susun atur stor	Paparan skrin, fungsi layar dan cari, indeks, peta imej
Bilangan tingkat dalam stor	Lapisan stor berasaskan hierarki produk
Bilangan kedai dan cawangan stor	Bilangan capaian ke laman web e-dagang yang tertentu
Juruwang	Bakul / borang belian dalam talian
Lihat dan teliti produk	Terbatas kepada kualiti imej yang dipaparkan dan perihalan, paparan audio dan visual
Jumlah bilangan pelanggan yang memasuki stor	Jumlah bilangan pelanggan yang melawati laman web
Jualan berasaskan musim	Jualan berasaskan musim

(Sumber: Lohse dan Spiller, 1999)

Umat Islam tidak terkecuali mendapat tempas daripada perkembangan pemasaran secara e-dagang. Ini kerana jual beli adalah urusan kehidupan manusia yang biasa dan sentiasa dilakukan oleh setiap anggota masyarakat dalam aktiviti harian mereka. Kemunculan dan perkembangan e-dagang memberikan ruang kepada masyarakat Islam untuk menunjukkan kesyumulan Islam melalui aktiviti yang bersifat ekonomi ini. Asasnya, kaedah e-dagang yang dilaksanakan sebagaimana dalam Jadual 1 di atas adalah selari dengan acuan Islam. Ini dinyatakan al-Qaradawi (1960) bahawa Islam tidak melarang sebarang bentuk perniagaan melainkan perniagaan tersebut melibatkan unsur ketidakadilan, penipuan, penindasan atau menawarkan sesuatu yang diharamkan. Setiap aktiviti termasuklah aktiviti perekonomian yang dilakukan masyarakat Islam perlu disandarkan kepada al-Quran dan hadith agar tidak terkeluar daripada aturan yang telah digariskan oleh Allah SWT dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang berpatutan dan mencapai *al-falah* di akhirat kelak. Ini menepati saranan Allah SWT dalam firmanNya yang bermaksud:

Tidaklah menjadi salah kamu mencari limpah kurnia daripada Tuhan kamu (dengan menguruskan perniagaan ketika mengerjakan haji)...

(Al-Baqarah, 2:198)

Berdasarkan ayat ini, al-Tabari (1997) menjelaskan bahawa mencari limpah kurnia Allah SWT adalah dengan membiasakan mencari rezeki dengan melakukan perniagaan. Di samping itu, Rasulullah SAW menjanjikan kepada umat Islam yang terlibat dalam aktiviti perniagaan dan berurusan dengan penuh amanah dan jujur akan diberikan kedudukan bersama para *siddiqin* dan para nabi dan mereka yang syahid berdasarkan hadith diriwayatkan oleh Abi Sa'id al-Khudri RA:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّ وَالصَّادِقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

Maksudnya:

Para peniaga yang jujur dan amanah ditempatkan bersama-sama para nabi, orang yang benar dan yang mati di jalan Allah.

(Sunan al-Tirmidzi, Kitab al-Buyu', Bab Ma Ja' fi al-Tijarati, No. 1130)

Syariat Islam diturunkan dengan tujuan mencapai maslahat yang dibina atas prinsip mendatangkan kebaikan dan menolak kemudaratan. Berasaskan prinsip maslahat tersebut, maka Islam tidak menghalang umatnya mempraktikkan e-dagang dalam urusan jual beli harian mereka dengan syarat kontrak berkenaan menepati kaedah yang ditetapkan oleh syariah. Ini disebabkan e-dagang adalah bentuk transaksi sahaja, yang berteraska teknologi moden tetapi masih tidak terpisah daripada landasan syarak. Keharusan transaksi ini bersandarkan kepada kaedah *fiqh* (Al-Suyuti, 2010):

الأصل في الأشياء الإباحة حتى يدل الدليل على التحريم

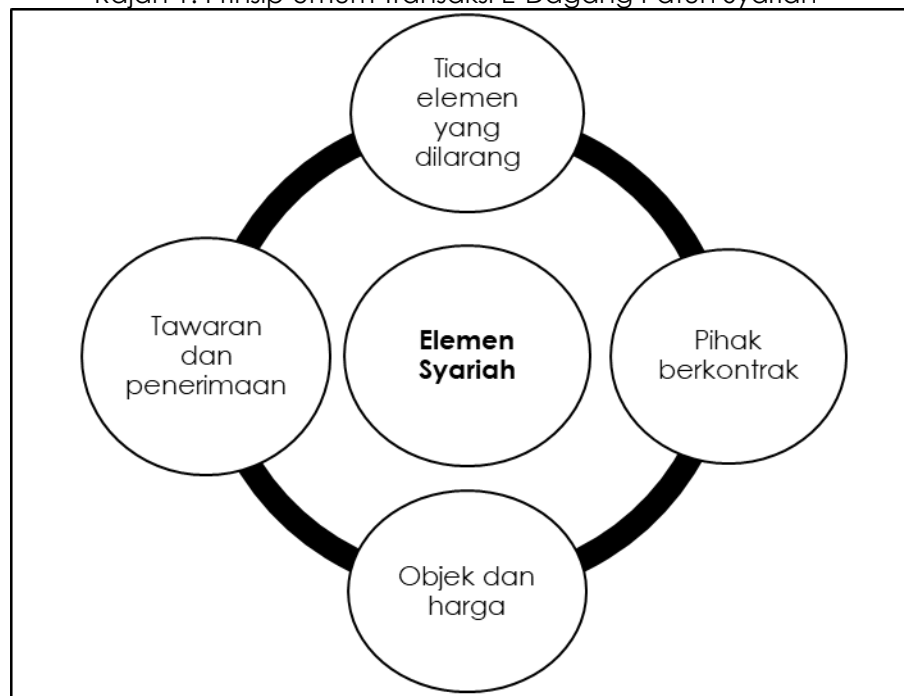
Maksudnya:

Asal sesuatu perkara adalah harus melainkan wujudnya dalil atas pengharamannya.

Selagi tiada dalil yang mengharamkan, maka e-dagang adalah harus. Syariat Islam terbuka dalam aspek muamalat yang berkaitan dengan perniagaan, bahkan Islam menyusun dan mengatur garis panduan yang khusus bagi membolehkan masyarakat Islam terlibat sama di dalamnya. Segala bentuk perniagaan yang dilakukan perlu memastikan nilai-nilai mulia seperti adil, jujur, bertolak ansur dan berterus terang diamalkan oleh pihak-pihak yang terlibat. Nilai-nilai yang dipraktikkan ini bagi menjamin kemaslahatan dan kesejahteraan dalam transaksi yang dilaksanakan termasuklah dalam e-dagang. Kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam ini dijelaskan oleh Muhd Rosydi dan Marjan Muhammad (2013) dan Saiful Azhar Rosly (2010) dengan mengelakkan elemen yang dilarang antaranya *riba*, *maysir*, *gharar*, *ikrah* (paksaan) dan produk yang diharamkan seperti arak dan khinzir. Prinsip larangan ini bertujuan melindungi kemaslahatan dan mengelakkan kerosakan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi yang berkaitan dan pada masa yang sama mempamerkan nilai keadilan sebagai salah satu *maqasid al-shari'ah*.

Zaharuddin (2014) menyatakan transaksi e-dagang termasuk dalam kontrak jual beli, maka pelaksanaannya perlu memenuhi keperluan undang-undang kontrak Islam yang berkaitan dengannya iaitu kewujudan (i) *sighah* tawaran dan penerimaan, (ii) pihak yang berkontrak dan (iii) objek dan balasan (harga) bagi membolehkannya dianggap sesuatu yang sah di sisi syarak. Oleh itu, e-dagang adalah kaedah jual beli semasa yang diharuskan kepada umat Islam dengan syarat tidak melanggar sebarang ketetapan syariah bagi urusan jual beli tersebut. Ringkasnya, prinsip umum bagi transaksi e-dagang menurut persektif syariah ditunjukkan pada Rajah 1.

Rajah 1: Prinsip Umum Transaksi E-Dagang Patuh Syariah



(Sumber: Diubah suai daripada Muhd Rosydi dan Marjan Muhammad, 2013)

KONTRAK E-DAGANG MENURUT SYARIAH

Syaichoni (2015) dan Alzaagy (2007) menyatakan penciptaan peralatan komunikasi moden telah mengubah landskap transaksi perdagangan yang menyaksikan pihak berkontrak berinteraksi dan membentuk kontrak tanpa perlu bersemuka secara fizikal berasaskan kontrak *bayn al-gha'ibin*. Ini pernah dinyatakan oleh Nasrul Hisyam (2008) bahawa praktis e-dagang adalah berbeza dalam jual beli konvensional yang berlaku secara *bayn al-hadirayn* dengan setiap pihak berkontrak berinteraksi secara bersemuka. Perkembangan teknologi ini telah meluaskan skop pembentukan kontrak daripada kontrak yang biasa diamalkan kepada kontrak yang berbentuk elektronik sebagaimana yang berlaku dalam e-dagang. Walaupun begitu, kontrak e-dagang tidak memberi maksud yang berlainan dengan kontrak yang biasa diamalkan iaitu suatu perjanjian yang dipersetujui antara dua atau lebih pihak yang bertindak atas kapasiti sebagai pemberi dan penerima tawaran yang disertai dengan penerimaan bagi subjek kontrak atau *mahal al-'aqd*. Ini adalah prinsip asas yang perlu wujud dalam pembentukan kontrak dalam semua bentuk perundangan termasuklah undang-undang kontrak Islam dan undang-undang kontrak di Malaysia. Bezanya, Duryana (2014) menjelaskan kontrak e-dagang dilaksanakan secara elektronik menggunakan perantaraan seperti komputer, telefon pintar dan rangkaian internet. Manakala, jika diteliti pengertian jual beli dalam Majallat (1968) adalah pertukaran harta dengan harta yang terhasil daripada suatu proses perbincangan atau pun tanpa melalui proses perbincangan. Imam al-Nawawi (1991) menghubungkan jual beli dengan penukaran harta dengan harta untuk memberi milikan bagi harta tersebut. Demikian juga, ulama mazhab Hanafi menyatakan jual beli merupakan pertukaran suatu harta dengan suatu harta mengikut cara yang tertentu atau menukar sesuatu yang disukai dengan sesuatu yang lain serta disukai dengan cara tertentu dan berfaedah (Al-Kasani, 1998).

Oleh kerana, kontrak e-dagang adalah suatu bentuk kontrak moden, maka tiada perbincangan dalam kalangan ulama terdahulu mengenai bentuk kontrak ini melainkan dihubungkan dengan bentuk kontrak *bayn al-gha'ibin* sebagaimana dijelaskan oleh Anitha Rosland dan Joni Tamkin Borhan (2013). Namun, al-'Izz (2008) menyatakan kontrak e-dagang sebagai ikatan pernyataan tawaran dan penerimaan dengan tujuan yang jelas bagi subjek kontrak tanpa kehadiran secara fizikal pihak-pihak berkontrak. Kontrak ini dilaksanakan menggunakan medium elektronik untuk berhubung antara pihak berkontrak sama ada dilaksanakan transaksinya secara elektronik sepenuhnya atau sebahagiannya sahaja. Manakala, 'Abd al-'Alim (2008) menyatakan kontrak e-dagang sebagai persetujuan bagi tawaran dan penerimaan melalui perantaraan internet yang menghubungkan pihak-pihak berjauhan melalui kaedah peralatan audio atau visual. Keharusan kaedah kontrak ini disandarkan kepada pandangan yang dikemukakan oleh al-Zuhayli (2002) mengenai pembentukan kontrak menggunakan kaedah surat-menyurat, bertulis atau menerusi medium perhubungan moden seperti telefon dan faks dengan syarat pihak berkontrak berkemampuan untuk saling berhubung antara satu sama lain tanpa gangguan kepada komunikasi antara mereka. Walaupun, al-Zuhayli tidak menyatakan penggunaan alatan elektronik berasaskan rangkaian internet, namun bentuknya yang



hampir menyamai kaedah perhubungan seperti telefon, surat-menyurat dan faksimili boleh mengambil prinsip hukum yang sama.

Di samping itu, kontrak e-dagang sentiasa mengalami evolusi dan pembaharuan memandangkan medium yang berasaskan teknologi semasa sentiasa berkembang yang menyebabkan kaedah pembentukan kontrak juga mengalami perubahan. Berasaskan persekitaran semasa e-dagang proses pembentukan kontrak ini berlaku melalui beberapa kaedah seperti melalui *click-wrap* yang memerlukan pengguna melayari terma dan syarat yang dipaparkan di laman web berkaitan dan seterusnya perlu menyatakan persetujuan dengan syarat-syarat yang tertera. Kunz, Del Duca, Thayer dan Debrow (2001) menyatakan kaedah ini memerlukan pengguna menyatakan persetujuan tersebut melalui perlakuan tertentu seperti mengetik butang persetujuan yang menyatakan 'Saya Setuju' atau 'Saya Terima'. Kaedah kedua pula berdasarkan Kunz, Ottaviani, Ziff, Moringiello, Porter dan Debrow (2003) berasaskan *browse-wrap* yang tidak memerlukan pengguna menyatakan persetujuan terhadap terma dan syarat yang dikemukakan. Pengguna hanya perlu melayari dan membaca terma-terma dan syarat-syarat yang dipaparkan dalam laman web tersebut dengan pernyataan bahawa pengguna terikat dengan terma dan syarat yang dinyatakan. Kaedah tersebut tidak memerlukan pengguna melakukan sebarang tindakan pengesahan kepada persetujuan atau keengganan terhadap terma dan syarat tersebut. Ini bermakna jika pengguna meneruskan proses seterusnya, maka perlakuan tersebut dianggap sebagai persetujuan dengan syarat-syarat yang dinyatakan. Bagi kaedah pembentukan kontrak e-dagang yang menggunakan perantaraan emel dan aplikasi sosial, kaedah *browse-wrap* adalah paling bersesuaian dan praktikal kerana sifat perisian yang wujud pada rangkaian emel dan media sosial adalah lebih spesifik kepada *browse-wrap*. Namun demikian, al-'Izz (2008) menyatakan kontrak berbentuk *click-wrap* adalah yang paling banyak dipraktikkan dalam transaksi e-dagang. Ini disebabkan kemunculan laman e-dagang sebagai pengganti kepada pasaran fizikal sangat praktikal untuk dibuat sebarang modifikasi dan pengubahsuaian mengikut kehendak pemilik laman e-dagang tersebut.

Rumusannya, kontrak e-dagang atau kontrak elektronik adalah diharuskan dan tidak menyalahi prinsip *fiqh* memandangkan tiga rukun asas yang diperlukan dalam pembentukan kontrak iaitu tawaran dan penerimaan, pihak yang berkontrak dan subjek kontrak wujud secara jelas dan nyata dalam kontrak e-dagang. Namun demikian, rukun-rukun ini perlu mematuhi syarat dan keperluan yang akan dibincangkan oleh penulis dalam dapatan kajian yang selanjutnya. Ini diperkukuhkan lagi oleh pandangan al-Zuhayli (2002) terhadap bentuk kontrak berasaskan penggunaan teknologi moden serta keputusan yang dikemukakan oleh Majma' al-Fiqh al-Islamiy (1990). Saranan al-Zuhayli (2002) dan resolusi Majma' al-Fiqh al-Islamiy (1990) menjelaskan bahawa kontrak yang dilaksanakan tanpa kehadiran pihak-pihak berkontrak yang berhubung antara mereka melalui tulisan, surat-menyurat atau wakil menggunakan perantaraan seperti telegram, faks atau peralatan komunikasi adalah sah dan dianggap sempurna apabila tawaran sampai dalam pengetahuan penerima tawaran dan dilaksanakan penerimaan bagi tawaran tersebut.



PEMBENTUKAN KONTRAK DALAM TRANSAKSI E-DAGANG

Rukun tawaran yang dipraktikkan dalam e-dagang adalah sama sebagaimana dalam kontrak jual beli melainkan kaedah perhubungan yang digunakan bagi pihak berkontrak. Ini kerana, transaksi e-dagang dibentuk tanpa kehadiran pihak berkontrak secara bersemuka. Bersandarkan undang-undang kontrak Islam, e-dagang boleh dihubungkan dengan bentuk kontrak *bayn al-gha'ibin*. Kepentingan rukun tawaran dan penerimaan dalam pembentukan kontrak jual beli ini dinyatakan Ahmad Shamsul (2003) bahawa tawaran dan penerimaan adalah elemen utama kontrak sama ada menurut undang-undang Islam atau pun sivil. Kegagalan dalam mematuhi kedua-dua elemen ini boleh menyebabkan sesuatu kontrak menjadi batal dan tidak sah di sisi undang-undang. Al-Zuhayli (2005) menyatakan bahawa ulama mazhab Maliki, Syafi'i dan Hanbali mendefinisikan tawaran sebagai pindah milik ke atas sesuatu oleh penjual atau pemberi sewa, walaupun pernyataan tersebut dinyatakan kemudiannya. Oleh itu, tawaran dimaksudkan berasaskan dua aspek iaitu (i) berasaskan pihak yang berhasrat memulakan kontrak dengan mengemukakan tawaran, dan (ii) berasaskan pindah milik sesuatu benda oleh penjual kepada pembeli dengan dimulakan tawaran oleh penjual. Manakala, Nuraisyah (2013) menyatakan tawaran berlaku dalam dua bentuk iaitu sama ada tawaran secara spesifik atau tawaran secara umum. Tawaran secara spesifik dikhususkan kepada satu pihak sahaja dengan Encik A menawarkan jualan satu produk kesihatan kepada Encik B sahaja. Manakala, tawaran secara umum adalah tawaran jualan yang dibuat tanpa ditentukan kepada sesiapa sebagaimana dalam *Carlill Iwn. Carbollic Smoke Ball & Co. Ltd. (1892)*.

Seterusnya, rukun penerimaan dijelaskan ulama mazhab Hanafi sebagai susulan kepada tindakan daripada pihak pertama bagi menyatakan persetujuan kepada pernyataan yang terlebih dahulu dilakukan oleh pihak yang pertama dengan tujuan melaksanakan pemindahan hak milik (*tasarruf*) dan dengannya kontrak menjadi lengkap (Ibn 'Abidin 2012). Imam al-Nawawi (1991) menyatakan penerimaan adalah pernyataan yang terbit oleh pihak yang menerima milikan, meskipun pernyataan tersebut keluar terlebih dahulu. Md. Abdul Jalil (2011) merumuskan penerimaan sebagai elemen utama dalam pembentukan sesuatu kontrak serta menjadi suatu keperluan bagi menentukan kaedah penerimaan berkenaan untuk menghasilkan kontrak yang lengkap. Anitha Rosland dan Joni Tamkin (2013) menjelaskan penerimaan daripada pihak yang ingin mengadakan kontrak dalam transaksi perbankan internet berlaku setelah diisi segala maklumat yang dikehendaki dan bersetuju dengan cara tertentu mengikut program yang ditetapkan oleh pihak bank. Penerimaan tawaran oleh pengguna perbankan internet tidak berlaku secara serta merta setelah melihat tawaran perkhidmatan yang disediakan kerana selain pelanggan terpaksa mengisi segala maklumat yang diperlukan, pelanggan terlebih dahulu perlu memilih perkhidmatan yang ingin dilaksanakan. Begitu juga, Marjan Muhammad et al. (2013) menjelaskan tindakan pembeli mengetik butang kekunci bagi persetujuan meneruskan transaksi dalam laman e-dagang, maka terlaksana proses penerimaan yang disampaikan kepada penjual secara dalam talian.

Roshaimizam (2018) merumuskan rukun tawaran dimulakan oleh penjual dalam transaksi e-dagang memandangkan kaedah dan proses yang dilakukan oleh penjual e-dagang dilihat menepati ciri-ciri bagi sesuatu *sighah* tawaran. Namun, tawaran ini tidak akan membentuk kontrak yang lengkap tanpa sebarang tindakan susulan di pihak penerima tawaran bagi menyatakan persetujuan untuk meneruskan transaksi jual beli tersebut. Asas penentuan ini juga bersandarkan kepada al-Zuhayli (2005) yang menganggap perbezaan dalam penentuan *sighah* tawaran dan penerimaan tidak memberi implikasi kepada kesahan kontrak, bahkan dalam kebiasaan masyarakat semasa hari ini penjual dianggap sebagai pihak yang bersedia memberi tawaran kepada pembeli

QABD (SERAHAN) DALAM TRANSAKSI E-DAGANG

Qabd atau serah terima barangan atau perkhidmatan adalah sangat penting dalam transaksi e-dagang kerana ketiadaan ruang bagi penelitian secara fizikal semasa transaksi dijalankan. Kepatuhan *fiqh* dalam proses serah terima bagi transaksi e-dagang menjadi asas penting memastikan kesahan kontrak tersebut. Prinsip asas serah terima dinyatakan Razli, Umar, dan Mohamad Hud (2014) adalah penyerahan atau serah terima subjek kontrak yang dipersetujui antara pihak berkontrak bergantung kepada jenis dan bentuk barangan berkenaan atau kaedah penyerahan yang dipersetujui dalam kontrak. Serah terima menjadi perbincangan dalam kalangan ulama' memandangkan harta itu sendiri dibahagikan kepada dua bentuk iaitu harta alih dan harta tidak alih. Berdasarkan prinsip umum undang-undang kontrak Islam, sesuatu barangan itu hendaklah wujud semasa kontrak dibentuk. Kontrak bagi sesuatu barangan yang tiada semasa kontrak atau kemungkinan tidak mampu disediakan atau mustahil diwujudkan pada masa hadapan adalah dianggap kontrak yang tidak sah dan terbatal. Namun demikian, Nasrul Hisyam (2008) menyatakan terdapat beberapa kontrak yang dianggap sah dan diterima oleh syarak, meskipun subjek kontrak tiada semasa kontrak dibentuk seperti *bay' al-salam*, *ijarah*, *musaqat* dan *istisna'*. Pengecualian ini adalah berdasarkan kepada kaedah *istihsan* dengan mengambil kira keperluan manusia kepada kontrak-kontrak tersebut bagi memudahkan urusan niaga dilaksanakan antara mereka. Untuk kontrak *salam*, *ijarah* dan *musaqat*, maka kontrak ini adalah kontrak yang diharuskan kerana terdapat nas syarak yang menjelaskan keharusannya.

Abu Hurairah RA meriwayatkan bahawa Rasulullah SAW melarang jual beli *gharar* disebabkan ketidakmampuan untuk melakukan serah terima seumpama jual beli burung yang bebas berterbangan di langit. Ibn Qudamah (1972) menjelaskan jika jual beli yang dilaksanakan berkemampuan untuk disempurnakan proses serah terima, maka jual beli tersebut tidak dianggap sebagai jual beli yang *gharar* dan ianya adalah diharuskan. Maka, berdasarkan pandangan ini, kontrak sesuatu produk yang boleh disediakan atau wujud pada masa hadapan (*mahal al-mustaqbal*) adalah sah tetapi dengan syarat dinyatakan butiran yang lengkap bagi spesifikasi objek yang ditawarkan tersebut. Ini dinyatakan oleh Nasrul Hisyam (2008) dalam transaksi e-dagang, walaupun barangan yang hendak dijual itu tidak wujud ketika kontrak, namun spesifikasi atau butiran yang dinyatakan termasuk ilustrasi berbentuk gambar



boleh mengelakkan elemen *gharar* yang menjadikan kontrak itu kontrak yang tidak sah.

Selain itu, Fadhli (2016) dan Syaichoni (2015) menyatakan transaksi e-dagang memiliki ciri-ciri *bay' al-salam* memandangkan kontrak e-dagang berhubung dengan jual beli sesuatu yang tiada semasa pembentukan kontrak. Selain daripada kontrak yang melibatkan barangan yang tiada semasa kontrak dibentuk, *bay' al-salam* juga melibatkan proses pembayaran didahulukan dan serah terima subjek kontrak ditangguhkan ke suatu masa hadapan. Ciri-ciri yang wujud dalam *bay' al-salam* dianggap hampir menyamai kontrak e-dagang yang menggunakan perantaraan sistem elektronik. Kajian tersebut berasaskan analisis perbandingan kedua-dua bentuk konsep transaksi berkenaan iaitu *bay' al-salam* dan kontrak e-dagang sebagai suatu usaha memperkembangkan instrumen *bay' al-salam* dalam transaksi kewangan semasa. Fadhli dan Syaichoni mendapati wujudnya beberapa ciri persamaan bentuk kontrak antara *bay' al-salam* dan e-dagang seperti wujudnya penjual dan pembeli dalam transaksi berkenaan yang memerlukan pihak yang terlibat saling berinteraksi antara satu sama lain melalui *sighah* tertentu. Walaupun begitu, Roshaimizam (2018) menyatakan masih wujud perbezaan antara kedua-duanya seperti penggunaan medium elektronik dan kaedah pembayaran yang dipraktikkan dalam transaksi e-dagang selain kewujudan pihak ketiga seperti institusi perbankan dalam jual beli e-dagang sebagai perantara dalam melengkapkan sesuatu proses jual beli. Ini bersandarkan kepada Sholikhin (2019) menyatakan kaedah pembayaran yang sesuai untuk dipraktik bagi transaksi e-dagang adalah dengan menggunakan kad kredit atau pembayaran secara elektronik.

Ding (1999) menyatakan kaedah pembayaran elektronik dalam transaksi e-dagang memerlukan penjual menyediakan maklumat bank yang terperinci kepada pembeli bagi memudahkan pembeli membuat arahan pembayaran kepada bank pembeli. Bank pembeli akan membuat pengesahan terlebih dahulu melalui sistem keselamatan tertentu sebelum membuat pembayaran kepada bank penjual. Setelah bank penjual menerima bayaran berkenaan, bank akan memaklumkan kepada penjual tentang pemindahan bayaran tersebut yang seterusnya memerlukan penjual melaksanakan penghantaran produk yang telah dilanggan. Roshaimizam (2018) menyatakan proses tersebut adalah antara beberapa perbezaan yang wujud dalam kontrak e-dagang dan *bay' al-salam*, namun perbezaan tersebut tidak dianggap sebagai suatu halangan terutama dari aspek hukum memandangkan bentuk pembayaran tersebut adalah sebagai suatu kaedah sahaja dalam berhubung dan melaksanakan pembayaran.

Walaupun, beberapa kajian yang cenderung menyatakan bahawa transaksi e-dagang mempunyai ciri-ciri *bay al-salam* antaranya oleh Fadhli (2016), Syaichoni (2015) dan Ainnur Hafizah et al. (2013), namun Marjan Muhammad et al. (2013) menjelaskan bahawa masih wujud beberapa permasalahan dalam transaksi e-dagang seperti elemen *gharar* dan kaedah pembayaran yang melibatkan unsur riba. Kajian tersebut tidak menjelaskan secara nyata mengenai *gharar* yang dimaksudkan sama ada dari sudut kontrak, subjek atau pun pihak berkontrak. Memandangkan

transaksi e-dagang melibatkan selang masa atau kelewatan dalam penyerahan produk, maka elemen *gharar* tersebut boleh wujud dalam penyerahan subjek kontrak e-dagang yang memerlukan penelitian bagi mengelakkannya. Elemen persamaan dan perbezaan antara e-dagang dan *bay' al-salam* ditunjukkan pada Jadual 2.

Jadual 2: Perbandingan Antara *Bay' al-Salam* dan Kontrak E-Dagang

Bil.	Aspek	Persamaan	Perbezaan	
			E-dagang	<i>Bay' al-salam</i>
1	Pihak berkontrak	Pembeli dan penjual adalah subjek kontrak dan produk adalah objek kontrak.	Melibatkan kaedah pembayaran elektronik yang memerlukan pihak ketiga sebagai saksi atau pengantara.	Saksi tidak disyaratkan tetapi amat digalakkan bagi mengelak sebarang pertikaian.
2	Medium transaksi	Semua pihak bersetuju dengan produk yang dikontrakkan (kuantiti dan kualitinya), pembayaran dan serahterima.	Transaksi kontrak dan pembayaran secara elektronik.	Dilaksanakan dengan persetujuan semua pihak sama ada secara bersemuka atau wakil.
3	Kaedah pembayaran dan serah terima	Pembayaran didahulukan.	Produk berbentuk digital diserahkan dengan segera setelah pembayaran dibuat, manakala produk bukan digital diserahkan (dihantar) mengikut perjanjian bersama.	Sama ada pembayaran atau serahan produk didahulukan terpulung kepada kontrak.

(Sumber: Ainnur Hafizah et al. , 2013)

Jadual 2 menunjukkan perbandingan antara kontrak bagi transaksi e-dagang dan *bay' al-salam*. Azhar Muttaqin (2013), Ainnur Hafizah et al. (2013) dan Ahmad Jazlan, Joni Tamkin Borhan, dan Mohd. Borhanuddin (2015) telah mengemukakan pandangan yang sama sebagaimana Norazlina Zainul, Fauziah Osman, dan Siti Hartini Mazlan (2004) yang menyarankan kontrak e-dagang menerima pakai prinsip yang dipraktiskan dalam *bay' al-salam*. Namun, bukanlah suatu kewajiban untuk pihak berkontrak menyatakan kontrak yang dilaksanakan antara mereka adalah berdasarkan *bay' al-salam*. Walaupun mereka tidak menyatakan transaksi yang dilaksanakan berdasarkan *bay' al-salam*, namun praktis yang diamalkan telah menunjukkan ciri-ciri yang hampir



menyamai kontrak *salam*. Meskipun, sebahagian sarjana semasa menganggap kontrak e-dagang hampir menyamai prinsip *bay' al-salam*, namun syarat kemampuan untuk melaksanakan serah terima sesuatu produk tetap menjadi suatu keperluan dalam kontrak jual beli sebagaimana dibincangkan oleh Marjan Muhammad et al. (2013). Kajian mereka menekankan keperluan kontrak e-dagang menyatakan dengan jelas kaedah dan pelaksanaan kontrak bagi serah terima untuk meyakinkan pelanggan dalam transaksi yang dijalankan serta mengelakkan elemen *gharar* dalam kontrak. Proses transaksi perlu diberikan perincian yang jelas kepada pihak berkontrak apabila sesuatu pembayaran bagi objek kontrak telah dilaksanakan bagi memastikan transaksi mematuhi elemen berkemampuan bagi melaksanakan serah terima. Siti Salwani (2008) menerima pandangan Nabil (1986) yang menyatakan elemen *gharar* dalam sesuatu kontrak berlaku bukan disebabkan ketidakwujudan objek berkenaan tetapi *gharar* merujuk kepada kemampuan pihak yang menawarkan produk untuk melaksanakan penyerahan objek tersebut kepada pembeli dengan mematuhi segala terma dalam kontrak. Ini disokong Hanudin Amin (2008) yang menjelaskan bahawa penyerahan objek tersebut bukan sahaja berkemampuan dilaksanakan oleh penjual bahkan perlu dinyatakan dengan jelas tempoh masa penyerahan dan seterusnya menepati tempoh masa yang telah ditetapkan bagi mengelakkan sebarang pertikaian.

Selain itu, serah terima produk dalam transaksi e-dagang melibatkan proses penyerahan dengan menggunakan perkhidmatan syarikat penghantaran kepada pelanggan. Ini boleh menyebabkan penambahan kos kepada pihak berkontrak khususnya pembeli sebagaimana dibincangkan Marjan Muhammad et al. (2013) dalam kajian mereka. Marjan Muhamad et al. menekankan keperluan untuk memperincikan aspek harga produk termasuk kos pengangkutan bagi memastikan harga yang perlu dibayar oleh pembeli adalah jelas dan nyata tanpa sebarang kos tersembunyi. Namun, kajian tersebut tidak memperincikan pihak yang perlu menanggung kos berkaitan sama ada pihak penjual atau pun pembeli.

RUMUSAN

Penelitian yang telah dijalankan jelas menunjukkan aktiviti e-dagang yang semakin berkembang pada hari ini adalah sesuatu yang dibenarkan di sisi syarak. Banyak kajian yang telah dijalankan memberikan ulasan dan cadangan bagi memastikan transaksi yang dijalankan mematuhi prinsip fiqh muamalat. Perkembangan dunia perniagaan berkembang selari dengan perkembangan sains dan teknologi moden yang menjadikannya sentiasa mengalami perubahan. Perkembangan sains dan teknologi ini adalah sesuatu yang perlu diterima dengan baik oleh umat Islam bagi memastikan masyarakat Islam terus berdaya saing dalam dunia global. Penglibatan dalam bentuk perniagaan e-dagang perlu diambil peluang dengan sebaik-baiknya oleh masyarakat Islam bagi meningkatkan taraf sosio ekonomi mereka. Namun demikian, aspek hukum *fiqh* yang berkaitan dengan kontrak jual beli tidak harus diabaikan bagi memelihara kemaslahatan pihak yang melakukan transaksi tersebut. Islam tidak dapat menerima sesuatu bentuk perniagaan yang banyak mendatangkan *mafsadah* kepada kehidupan manusia. E-dagang diakui banyak mendatangkan kebaikan dengan syarat



pelaksanaan kontrak tersebut dilaksanakan berpandukan batasan yang telah ditetapkan oleh *fiqh*.

PENGHARGAAN

Kajian ini dibiayai di bawah geran FRGS Kementerian Pendidikan Malaysia 2019 (FRGS/1/2019/SSI03/UITM/03/9). Sekalung penghargaan diucapkan kepada KPM yang telah sudi membiayai penyelidikan ini dan juga Universiti Teknologi MARA, Cawangan Pulau Pinang yang memberi sokongan dalam menjalankan kajian.

RUJUKAN

- 'Abd al-'Alim, U. (2008). *Majlis al-'Aqd wa Atharuhu fi 'Uqud al-Tijarah al-Ilktruniyah: Dirasah Muqaranah fi al-Fiqh al-Islamiy wa al-Qanun al-Wadha'i*. Iskandariyah: Dar al-Jami'ah al-Jadidah.
- Ahmad Shamsul, A. A. (2003). Elemen tawaran dan penerimaan dalam pembentukan kontrak jual beli dari perspektif undang-undang sivil dan undang-undang syariah. *Ulum Islamiyyah*, 2(1), 1-10.
- Al-'Izz, 'Ali Muhammad Ahmad. (2008). *Al-tijarah al-ilktruniyyah: Wa Ahkamuha fi al-Fiqh al-Islamiy*. Jordan: Dar al-Nafa'is.
- Alzaagy, A. (2012). The time of concluding the contract in e-commerce from Islamic legal perspective. *Cyber Orient*, 6(2).
- Ainnur Hafizah Anuar Mokhtar, Mohd Zulkifli Muhammad, Tamrin Amboala, & Mohd Sarwar E-Alam. (2013). Bai as-salam and e-commerce: a comparative analysis from shariah perspectives. *Kertas Kerja 2nd Applied International Business Conference 2013*, Universiti Malaysia Sabah.
- Ahmad Jazlan Mat Jusoh, Joni Tamkin Borhan, & Mohd Borhanuddin Zakaria. (2015). Isu-isu syariah dalam pelaksanaan e-dagang. *Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporari*, 10(2), 68-80.
- Azhar Muttaqin. (2013). E-commerce dalam tinjauan hukum jual beli Islam. *Jurnal Ulumuddin*, 7(1), 459-467.
- Ding, J. (1999). *E-Commerce Law & Practice*. Petaling Jaya: Sweet & Maxwell Asia.
- Duryana M. (2011). E-commerce and its practice in Malaysia: An overview. Dalam Mohammad Naqib Ishan Jan (Ed.), *Law and Commerce: The Malaysian Perspective* (h. 181-202). Kuala Lumpur: IIUM Press
- Fadhli, A. (2016). Tinjauan hukum Islam terhadap penerapan akad as-salam dalam transaksi e-commerce. *Mazahib Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, 15(1), 1-19.



- Ibn 'Abidin, M. A. (2012). *The Book of Sales: Kitab al-Buyu'*, Muhammad Anas al-Muhsin & Amer Bashir (terj.). Kuala Lumpur: IBFIM.
- Ibn Qudamah, Abi Muhammad 'Abd Allah ibn Ahmad. (1972). *Al-Mughni wa Yalihi al-Sharh al-Kabir*. Beirut: Dar al-Kitab al-'Arabi.
- Ibn Qudamah, Abi Muhammad 'Abd Allah ibn Ahmad. (1986). *Al-Mughni*. Riyadh: Dar 'Alami al-Kutub.
- Kambol, R. (2018). E-commerce in the context of Islamic law of contract of sale. *Journal of Law and Governance*, 1(1), 36-48.
- Al-Kasani, 'Ala' al-Din Abi Bakr Ibn Mas'ud. (1998). *Bada'i' al-Sana'i' fi Tartib al-Syara'i'*. Beirut: Dar Ihya' al-Turath al-'Arabiyy.
- Kunz, C. L., Del Duca, M. F., Thayer, H., & Debrow, J. (2001). Click-through agreements: Strategies for avoiding disputes on validity of assent. *Social Science Research Network, Business Lawyer*, 57(1), 231-260.
- Kunz, C. L., Ottaviani, J. E., Ziff, E. D., Moringiello, J. M., Porter, K. M., & Debrow, J. C. (2003). Browse-wrap agreements: Validity of implied assent in electronic form agreements. *The Business Lawyer*, 279-312.
- Lohse, G. L., & Spiller, P. (1999). Internet retail store design: How the user interface influences traffic and sales. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 5(2).
- Majallat al-Ahkam al-'Adliyyah*. (1968).
- Majma' al-Fiqh al-Islamiyy. (1990). Capaian pada Januari 7, 2020, dari <http://www.iifa-aifi.org/1789.html>
- Marjan Muhammad, Muhd Rusydi Muhammad, & Khalil Mohammed Khalil (2013). Towards shari'ah compliant e-commerce transactions: A review of amazon.com. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 15(9), 1229-1236.
- Md. Abdul Jalil. (2011). Clarification of rules of acceptance in making business contracts. *Journal of Politics and Law*, 4(1), 109-122.
- Md. Abdul Jalil. (2011). Sale of goods law: A prologue. Dalam Mohammad Naqib Ishan Jan (Ed.), *Law and Commerce: The Malaysian Perspective* (h. 245-269). Kuala Lumpur: IIUM Press.
- Muhd Rosydi Muhammad, & Marjan Muhammad. (2013). Building trust in e-commerce: A proposed shariah compliant model. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 18(3), 2-13.



- Nasrul Hisyam Nor Muhamad. (2008). Aplikasi sains dan teknologi dalam transaksi muamalah Islam: Rujukan kepada rukun-rukun akad mengikut perspektif undang-undang kontrak Islam. *Jurnal Teknologi UTM*, 49 (E), 81–91.
- Norudin Mansor, & Ahmad Faisal Amri Abidin. (2010). The application of e-commerce among Malaysian small medium enterprises. *European Journal of Scientific Research*, 41 (4), 591-605.
- Norazlina Zainul, Fauziah Osman, & Siti Hartini Mazlan. (2004). E-commerce from an Islamic perspective. *Electronic Commerce Research and Applications*, 3(3), 280-293.
- Nuraisyah Chua, A. (2013). *Questions & Answers on Malaysian Courts, Statutes, Cases & Contract, Tort and Criminal Law*. Selangor: International Law Book Services.
- Razli Ramli, Oseni, U.A., & Mohamad Husni Saleh Huddin. (2014). *Possession (Qabd) in Islamic Law of Transactions: Its Forms, Emerging Trends, and Rules*. Muhammad Anas al-Muhsin & Yahya Toyin Muritala (terj.). Kuala Lumpur: IBFIM.
- Roshaimizam Suhaimi. (2018). Analisis praktis semasa dalam transaksi e-dagang menurut perspektif syariah. *Tesis Doktor Falsafah* (tidak diterbitkan). UiTM Shah Alam.
- Al-Suyuti, 'Abd al-Rahman. (2010). *Al-Ashbah wa al-Naza'ir fi Qawa'id wa Furu' Fiqh al-Shafi'iyya*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Siti Salwani Razali. (2008). Online Contract and the Issues of Gharar and Uncertainty. *IJUM Law Journal*, 16(1).
- Syaiconi, A. (2015). Perlindungan konsumen dalam transaksi bay' al-salam dan e-commerce. *Jurnal Ahkam*, 3.
- Al-Tabari, Abu Ja'afar Muhammad ibn Jarir. (1997). *Tafsir al-Tabari: Jami' al-Bayan 'an al-Ta'wil al-Quran*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Zaharudin Abd Rahman. (2014). *Fiqh Kewangan Islam: Halal dan Haram dalam Sistem Jual Beli Islam*. Kuala Lumpur: PTS Islamika Sdn Bhd.
- Zaini Nasohah. (2004). *Syariah dan Undang-Undang Suatu Perbandingan*. Utusan Publications & Distribution Sdn Bhd: Kuala Lumpur.
- Al-Zuhayli, W. (2002). *Al-Mu'amalat al-Maliyyah al-Mu'ashirah: Buhuts wa Fatawa wa Hulul*. Damaskus: Dar al-Fikr.
- Al-Zuhayli, W. (2005). *Fiqh dan Perundangan Islam*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.