

Akad Jual Beli dalam Talian Berasaskan Prinsip Fiqh Muamalat

Contract of Sale and Purchase via Online from Fiqh Muamalat Principles

ROSHAIMIZAM SUHAIMI¹, Universiti Teknologi MARA
ISMAIL AHMAD, Universiti Teknologi MARA
MOHD HAPIZ MAHAIYADIN, Universiti Teknologi MARA
EZANI YAAKUB, Universiti Teknologi MARA
JASNI SULONG, Universiti Sains Malaysia

Received: August 12, 2021 Accepted: November 11, 2021 Online Published: December 15, 2021

URL: <http://www.ukm.my/jcil>

ABSTRAK

Akad jual beli dalam talian adalah satu bentuk akad jual beli yang dibentuk, dilaksana, digubal dan dinyatakan oleh sistem perisian komputer dengan sokongan rangkaian perhubungan internet melibatkan pihak yang saling berjauhan bagi menyempurnakan sesuatu akad. Akad ini sinonim dengan transaksi melibatkan aktiviti perbankan, lelongan, jual beli atau lain-lain perkhidmatan seperti penyediaan tapak laman web. Ianya dilaksanakan sama ada melalui pasar maya atau portal, borang dalam talian, media sosial atau emel. Disebabkan akad jual beli dalam talian adalah satu kaedah moden dalam membentuk akad, maka satu penjelasan fiqh yang praktikal diperlukan bagi memastikan prinsip-prinsip yang digariskan dalam fiqh muamalat dipatuhi. Oleh itu, kajian ini dijalankan bagi meneliti kepatuhan prinsip fiqh dalam akad jual beli dalam talian. Kajian berbentuk kualitatif ini dijalankan berasaskan kaedah kepustakaan dengan penelitian karya-karya fiqh dan kajian semasa yang telah dijalankan bagi mendapatkan rumusan dan dapatan yang jelas bagi akad jual beli dalam talian patuh syariah. Seterusnya, hasil kajian merumuskan prinsip-prinsip penting fiqh bagi akad jual beli dalam talian yang dilaksanakan sama ada dalam bentuk bayn al-hadirayn atau bayn al-gha'ibin. Hasil kajian menunjukkan akad jual beli dalam talian yang menghasilkan mesej digital (elektronik) memberi gambaran kepada wujudnya sighth akad secara bertulis .

Kata kunci: kerelaan, bayn al-ghaibin, bayn al-hadirayn, portal jual beli dalam talian, media sosial.

ABSTRACT

E-commerce contract is formed, executed, drafted, and expressed by a computer software system with the support of an internet connection network. Electronic contracts are executed by connecting distant parties through a network of contacts to complete transactions or contracts that are agreed upon between them. This contract is in line with a contract entered through the internet network involving banking transactions, auctions, sales, or other services such as in providing a website. The contract can be executed with the concept of exchange between the contracting parties through virtual markets, online forms, social media, or email as an agreed transaction between two or more parties. The contract is ruled as legally valid even using electronic intermediaries, because of electronic transactions nowadays become a modern method of forming contracts. Therefore, a practical explanation of fiqh is needed to ensure that the principles outlined in muamalat fiqh are adhered to. Thus, this study was conducted to examine the compliance of fiqh principles in e-commerce contracts. The study was conducted based on the library method by studying classical fiqh and current research that have been conducted to obtain clear conclusions and findings for shariah-compliant e-commerce contracts. Next, the results of the study will summarize the critical elements of fiqh for e-commerce contracts implemented either in the form of bayn al-hadirayn or bayn al-gha'ibin. In addition, an important principle of shariah compliance in the purchasing contract that is the principle of voluntariness is displayed through that communication in writing form resulting from electronic messages..

Keywords: willingness, inter absentes, inter presentes, e-commerce portal, social media .

¹ Corresponding author.

PENGENALAN

Penciptaan peralatan komunikasi moden telah mengubah landskap transaksi perdagangan yang menyaksikan pihak-pihak yang ingin melakukan jual beli boleh berinteraksi tanpa perlu bersemuka secara fizikal. Akad tersebut dibentuk berasaskan kontrak inter absentes atau akad *bayn al-ghaibin*. Praktisnya berbeza dalam akad jual beli tradisional yang dilaksanakan secara inter praesentes atau akad *bayn al-hadirayn* dengan setiap pihak berakad saling berinteraksi dalam bentuk fizikal. Perkembangan teknologi dan kaedah perhubungan ini telah meluaskan skop pembentukan akad daripada akad yang biasa diamalkan kepada akad yang berbentuk elektronik sebagaimana yang berlaku dalam transaksi jual beli dalam talian.

Walaupun begitu, akad jual beli dalam talian tidak memberikan maksud yang berbeza dengan akad biasa yang dipraktikkan iaitu suatu perjanjian yang dipersetujui antara dua atau lebih pihak yang bertindak atas kapasiti sebagai pemberi dan penerima ijab dengan disusuli qabul bagi subjek akad. Ini semua adalah prinsip-prinsip asas yang perlu wujud dalam pembentukan akad dalam mana-mana bentuk perundangan termasuklah undang-undang kontrak Islam dan undang-undang kontrak yang diamalkan di Malaysia. Perbezaannya adalah akad jual beli dalam talian dilaksanakan secara elektronik melalui rangkaian internet menggunakan perantaraan perhubungan seperti komputer, telefon pintar atau sebagainya.

Akad jual beli dalam talian memerlukan pihak berakad yang saling berjauhan berinteraksi tanpa bersemuka atau dikenali dengan akad *bayn al-gha'ibin*. Praktisnya berbeza dalam jual beli konvensional yang berlaku secara bersemuka dan berinteraksi dalam keadaan fizikal. Bentuk akad *bayn al-ghaibin* juga berlaku bagi jual beli menerusi mesin minuman (*vendor machine*), urusan pembayaran gaji melalui pengkreditan ke akaun bank, pembayaran zakat melalui internet, sistem pesanan ringkas, kad debit atau kad kredit (Nasrul Hisyam, 2008). Kesemua bentuk akad ini dijalankan tanpa kehadiran pihak berakad dalam majlis akad yang memerlukan pengiktirafan undang-undang bagi ijab dan qabul, pembentukan akad yang lengkap, pembatalan akad dan pilihan melakukan khayar bagi kecacatan atau kerosakan sesuatu subjek akad. Sighah ijab dalam jual beli dalam talian boleh dilaksanakan dengan membuat tawaran melalui portal jual beli dalam talian yang bersifat global tanpa dikhususkan kepada pihak atau individu tertentu ('Abd al-'Alim, 2008; Nor Adila & Nor Azlina, 2008). 'Abd al-'Alim (2008) juga menjelaskan ijab boleh dilaksanakan dengan kaedah-kaedah lain seperti melalui rangkaian perhubungan emel atau media sosial yang wujud hari ini seperti facebook, whatsapp, telegram dan aplikasi sosial lain. Justeru, kaedah-kaedah perantaraan tersebut memerlukan suatu penentuan yang jelas

terhadap sighah yang dibentuk sama ada tulisan, lisan atau perlakuan sebagaimana yang dikehendaki oleh prinsip fiqh.

KAEDAH PEMBENTUKAN AKAD JUAL BELI DALAM TALIAN

Sighah ijab dalam jual beli dalam talian dianggap membentuk akad yang lengkap apabila penerima tawaran menyatakan kerelaan atau penerimaan untuk melaksanakan akad dengan tindakan mengisi butiran yang diperlukan oleh pemberi ijab dan memenuhi segala syarat-syarat yang dikehendaki (Nor Adila dan Nor Azlina, 2008). Sebagai contohnya, portal jual beli dalam talian iaitu Mphonline secara jelas menyatakan dalam terma dan polisi laman web mereka untuk menawarkan kepada pembeli yang berminat bagi membeli, melayari atau memuat turun kandungan digital seperti e-buku, majalah digital, jurnal elektronik dan kandungan elektronik yang lain. El-Islamy (2002) mengklasifikasikan kaedah ijab jual beli dalam talian kepada dua bentuk sama ada melalui kiriman emel atau penggunaan laman web. Al-'Izz (2008) pula memperincikan sighah jual beli dalam talian kepada tiga kaedah iaitu komunikasi secara emel, portal jual beli dalam talian dan komunikasi maya. Justeru, penyelidik merumuskan kaedah pembentukan akad jual beli dalam talian boleh dilaksanakan melalui bentuk-bentuk berikut berasaskan perkembangan semasa yang berlaku dalam aktiviti jual beli dalam talian:

Akad Melalui Kiriman Emel

Tawaran yang dilaksanakan melalui kiriman emel oleh penjual ditujukan secara khusus kepada individu atau pihak tertentu dengan menghantar katalog, iklan, maklumat produk yang ditawarkan kepada pihak lain. Melalui kaedah ini, pembeli yang telah memberikan kebenaran capaian emel peribadi semasa melakukan transaksi jual beli dan menyatakan persetujuan untuk menerima sebarang bentuk pengiklanan atau promosi penjual akan menerima katalog online tawaran semasa oleh penjual melalui emel elektronik. Kaedah ini dianggap sama sebagaimana dengan kaedah tawaran jual beli melalui faksimili atau surat menyurat dan keinginan bagi menunjukkan penerimaan terhadap ijab boleh dilaksanakan melalui kaedah yang sama juga. Ini bermakna pembentukan akad jual beli dalam talian boleh dilaksanakan melalui kiriman emel yang tidak menunjukkan perbezaan ketara dengan kaedah surat menyurat kerana ianya melibatkan kiriman dokumen sama sebagaimana dalam surat menyurat. Bahkan, bentuk perhubungan ini boleh mewujudkan komunikasi berlaku secara spontan dalam keadaan pihak berkontrak berhubung secara interaktif. Walaupun begitu, perkara sebaliknya juga boleh berlaku jika salah satu pihak gagal menerima kiriman emel pihak lain atau berlaku penangguhan dalam

kiriman tersebut disebabkan masalah-masalah tertentu. Perbezaan dalam komunikasi emel adalah kewujudan sistem notifikasi bagi kegagalan penghantaran emel kepada pengirim dan ini dapat membantu dalam proses pembentukan akad.

Jika diteliti pandangan fuqaha bagi pembentukan akad melalui surat menyurat adalah jelas diharuskan kerana kaedah tersebut sama sebagaimana membentuk akad melalui sighth bertulis (Al-Zuhayli, 2002; Nor Adila & Nor Azlina, 2008; Anitha Rosland & Joni Tamkin, 2013; Al-Ifan, 2013; Ahmad Jazlan, Joni Tamkin, & Mohd. Borhanuddin, 2015). Ini disebabkan maksud dan tujuan yang diinginkan oleh pihak berakad boleh dicapai walaupun disempurnakan melalui kaedah surat menyurat. Pengiktirafan kontrak berasaskan surat menyurat di sisi undang-undang kontrak boleh disandarkan kepada kes *Lau Seng Nguong lwn. Hap Shing Co. Ltd. dan Diamond Peak Sdn. Bhd. Dan Yang Lain-lain lwn. D.R. Tweedie*. Walaupun, perjanjian yang dilaksanakan tersebut dilaksanakan secara surat menyurat, namun mahkamah telah memutuskan perjanjian tersebut adalah sama sebagaimana kontrak secara lisan yang sah dan membentuk kontrak (Shaik Mohd Noor, 2014). Justeru, atas prinsip persamaan yang wujud antara kaedah komunikasi secara surat menyurat dan kiriman emel, maka boleh dirumuskan bahawa pembentukan akad melalui emel dianggap menyamai sighth bertulis (Al-'Izz, 2008). Maka, pembentukan akad melalui kaedah kiriman emel menjadi sempurna dan sah dari sudut perundangan.

Akad Melalui Pasar Maya

Tawaran jual beli melalui pasar maya atau portal jual beli dalam talian dianggap sebagai tawaran yang umum dan terbuka kepada sesiapa sahaja serta bersifat global berbeza dengan kaedah kiriman emel yang dikhususkan kepada penerima emel sahaja. Pasar maya adalah tempat pameran barangan, iklan dan katalog berbentuk elektronik dengan perincian harga yang menggambarkan keinginan pemberi tawaran membuat tawaran secara terbuka kepada sesiapa sahaja yang berkeinginan. Namun demikian, Shaik Mohd Noor (2014) mengutarakan pandangan bahawa paparan dalam portal jual beli dalam talian berfungsi sebagai pelawaan kepada tawaran bukan tawaran yang sebenar. Ini kerana, tawaran atau ijab dianggap datang daripada pelanggan yang mengetik butang kekunci check-out atau seumpamanya dan mengesahkan tempahan tersebut. Tetapi pandangan berbeza dikemukakan A. Alzaagy (2012) yang menjelaskan sebahagian portal berbentuk interaktif boleh menyempurnakan akad jual beli sepenuhnya secara dalam talian. Melalui kaedah tersebut, ijab dianggap bermula sebaik sahaja berlakunya pengiklanan produk atau barangan secara visual dan pelanggan boleh menerima tawaran tersebut melalui laman yang sama. Pandangan ini selari dengan Billah (1994) yang menjelaskan bahawa ijab itu dianggap tawaran sebenar jika dikemukakan dengan perlakuan

pemberi ijab yang menjelaskan butiran barangan yang ditawarkan dengan penentuan harganya. Penjelasan butiran barangan tersebut adalah satu petunjuk yang jelas bagi tawaran yang dinyatakan oleh penjual di portal.

Oleh yang demikian, tawaran dianggap sah setelah penjual mempamerkan produk mereka di pasar maya dan seterusnya dicapai oleh pengguna yang berkeinginan mendapatkan produk tersebut. Manakala, Marjan Muhammad, Muhd Rosydi, dan Khalil Mohammed (2013) menjelaskan sighth ijab dianggap bermula apabila sesuatu portal memaparkan butang kekunci setuju terima kepada pengguna untuk meneruskan transaksi jual beli setelah pengguna memilih produk yang diinginkan terlebih dahulu. Pandangan ini dilihat selari dengan pandangan al-Zahrani (2009) yang diutarakan oleh Muhd Rosydi dan Marjan Muhammad (2013) bahawa ijab bermula apabila pembeli menunjukkan kehendaknya untuk melaksanakan jual beli melalui perbuatannya dengan menekan butang kekunci setuju terima dalam laman web tersebut. Tawaran oleh penjual melalui portal boleh dilakukan melalui dua cara iaitu, pertama dengan menggunakan portal yang dikendalikan sendiri oleh pihak penjual seperti portal yang dimiliki oleh syarikat buku MPH; www.mphonline.com, syarikat buku Hasani; www.hasanibookonline.com, syarikat peralatan elektronik; www.senheng.com.my, pasaraya besar TESCO; eshop.tesco.com.my dan banyak lagi. Manakala, kaedah kedua menggunakan platform yang dikendalikan oleh pihak ketiga seperti portal jual beli dalam talian global dengan dikendalikan oleh www.lelong.com.my, www.mudah.my, www.lazada.com.my dan lain-lain.

Pembentukan akad melalui pasar maya yang dipaparkan dalam bentuk visual masih memerlukan pembeli melaksanakan tindakan tertentu seperti mengetik butang kekunci tertentu dan mengisi borang langganan atau pembelian. Meskipun, proses pembelian memerlukan pembeli melakukan perlakuan tertentu yang dianggap sama seperti sighth secara *mu'atah* sebagaimana yang dinyatakan oleh Siti Salwani (2010), tetapi penyelidik cenderung untuk menyatakan kaedah ini lebih menyamai pembentukan akad melalui tulisan. Ini disebabkan, pembeli perlu mengisi borang langganan bagi melengkapkan jual beli tersebut serta dokumen bercetak yang terhasil daripada akad tersebut. Melalui pasar maya, persetujuan pembeli untuk melaksanakan jual beli akan menghasilkan dokumen elektronik kepada penjual sebagai pembuktian pembelian. Seterusnya, penjual menerima sighth qabul pembeli dengan melaksanakan pengakuterimaan sebagai pembuktian kepada persetujuan penjual untuk melaksanakan penyerahan produk yang telah dibeli. Proses pembelian dan pengakuterimaan tersebut menghasilkan dokumen atau resit bercetak sebagai satu pembuktian jual beli yang telah dipersetujui. Oleh itu, berasaskan dokumen elektronik yang boleh dicetak tersebut,

maka penyelidik cenderung untuk menerima pandangan bahawa akad yang dibentuk adalah sighth bertulis sebagaimana yang terbentuk menerusi akad melalui kiriman emel

Akad Melalui Media Sosial

Perkembangan teknologi telah memberi kesan kepada cara masyarakat berkomunikasi. Pelbagai medium komunikasi yang efisien, efektif dan pantas telah muncul hari ini dengan kecanggihan peralatan komunikasi dan kewujudan rangkaian internet. Ianya turut memberikan kesan kepada urusan jual beli dengan muncul kaedah berkomunikasi secara maya melalui media sosial menggunakan komputer atau telefon pintar. Kemunculan bentuk media sosial seperti whatsapp, telegram, facebook, WeChat, instagram dan pelbagai aplikasi lain menjadikannya antara kaedah komunikasi dalam melakukan urusan jual beli. Aplikasi ini juga menjadi platform kepada penjual untuk menawarkan produk mereka kepada pembeli yang berpotensi. Bahkan, media sosial didapati telah menjadi tempat yang paling banyak masanya digunakan oleh pengguna internet sebagai penghubung rangkaian sosial antara satu sama lain (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2016).

Justeru, rangkaian dan pemasaran sosial ini sangat efektif dan pantas bagi membangunkan jenama serta meningkatkan pembelian dalam kalangan pengguna moden hari ini. Kaedah ini juga agak berbeza dengan kaedah komunikasi melalui penghantaran emel dan pasar maya disebabkan perhubungan melalui media sosial berlaku secara spontan dan pihak berkontrak saling berinteraksi antara mereka dengan syarat hubungan komunikasi antara mereka tidak terputus. Kaedah ini membolehkan pihak berakad berhubung secara terus, bertukar-tukar maklumat mengenai akad dan permasalahan yang timbul sama ada melalui audio, visual atau tulisan. Aplikasi ini dianggap sama sebagaimana jual beli konvensional melainkan pihak berakad tidak bersemuka dan subjek akad tidak wujud secara fizikal (*bay' al-ghaib*). Perhubungan yang dijalankan antara penjual dan pembeli dilaksanakan melalui mesej berdigital sama ada dalam bentuk tulisan elektronik, audio atau visual. Mesej berdigital ini masih dalam bentuk bercetak tetapi cetakan secara elektronik yang masih dalam prinsip kiriman, penerimaan, bacaan dan maklum balas. Maka, kaedah tersebut masih dianggap menyamai pembentukan akad melalui kiriman emel dan secara tidak langsung kaedah media sosial ini boleh dihubungkan dengan sighth secara bertulis.

METODOLOGI KAJIAN

Pengumpulan data dan maklumat kajian menggunakan kaedah kajian kepustakaan. Kajian kepustakaan adalah satu kaedah yang meneliti dokumen bertulis sama ada karya fiqh, hadith hukum, artikel, buku akademik, tesis ilmiah, kertas

persidangan, laporan kes dan sebagainya. Ianya dikategorikan sebagai sumber primer ataupun sumber sekunder. Sumber primer berasaskan dokumen asal sama ada kitab-kitab fiqh yang muhtabar dan hadith hukum. Manakala, sumber sekunder terdiri daripada dokumen bertulis lain yang diperolehi semasa menjalankan kajian lapangan, nota-nota lapangan, artikel, keratan akhbar, buku akademik, kertas persidangan, laporan kes dan penulisan ilmiah yang mempunyai kaitan dengan kajian. Data dan maklumat yang diperolehi dianalisis bagi mendapatkan satu pandangan yang tuntas berkaitan topik kajian.

MAJLIS AKAD JUAL BELI DALAM TALIAN

Majlis akad adalah pertemuan yang menyatukan sighth ijab dan qabul atau penjual dan pembeli bagi menyempurnakan akad antara mereka (Majallat, 1968). Majlis akad jual beli dinyatakan juga sebagai majlis *al-bay'* iaitu majlis jual beli yang menemukan pihak berakad untuk melakukan sesuatu transaksi jual beli (Majallat, 1968). Penentuan masa yang dianggap bermulanya majlis akad adalah dengan bermulanya lafaz ijab dan berkekalan majlis tersebut sehingga pihak berakad beredar dari majlis tersebut setelah lengkapnya akad. Majlis akad dianggap berakhir apabila salah satu pihak berakad menyatakan qabul atau menarik diri daripada akad (Jaballah, 2012).

Dalam *common law*, majlis akad dikenali sebagai consensus ad idem iaitu persetujuan oleh pihak berkontrak kepada syarat yang sama sebagai keperluan untuk menghasilkan kontrak yang sah di sisi undang-undang (Kamus Undang-Undang, 1995). Ini bermaksud pihak yang berkontrak perlu bersetuju terhadap perkara dan syarat yang sama dalam kontrak yang ingin dibentuk bagi membolehkan wujudnya persetujuan bersama antara mereka. Qabul atau penerimaan yang mutlak kepada pemberi ijab oleh penerima ijab membawa kepada kewujudan akad yang lengkap bagi membolehkan terbentuknya majlis akad (Siti Salwani, 2010). Seksyen 2(a) Akta Kontrak 1950 menjelaskan peruntukan mengenai pemberi tawaran adalah pencadang iaitu pihak yang menyatakan kesediaannya kepada pihak lain bagi melakukan sesuatu atau menahan dari melakukan sesuatu.

Demikian juga, Seksyen 17(1) Akta Perdagangan Elektronik 2006 menyebut mesej elektronik dianggap dihantar oleh pihak yang memulakan komunikasi tersebut. Peruntukan yang seterusnya iaitu dalam Seksyen 18 menyatakan pihak yang menerima mesej elektronik itu dianggap pihak penerima dengan anggapan pihak pemula memang berhasrat untuk menghantar dan melakukan sesuatu atas kiriman mesej tersebut. Justeru, di sisi undang-undang kontrak pentakrifan tawaran dilihat hampir sama dengan fiqh iaitu pihak yang menyatakan ijab atau penjual dianggap mengemukakan tawaran. Pihak yang menerima tawaran pula dianggap sebagai pihak yang melakukan qabul. Bagi pengiktirafan dan

kesahan pembentukan kontrak melalui mesej elektronik dijelaskan dalam Seksyen 7(1) Akta Perdagangan Elektronik 2006 yang menyatakan pembentukan kontrak yang dilakukan melalui suatu mesej elektronik melalui komunikasi tawaran, penerimaan tawaran dan pembatalan tawaran dan penerimaan atau apa-apa komunikasi yang berkaitan boleh dinyatakan melalui suatu mesej elektronik.

Prinsip yang perlu dipatuhi dalam majlis akad adalah ijab dan qabul dinyatakan di satu tempat dengan dihadiri oleh pihak yang berakad atau di tempat yang diketahui oleh pihak yang tidak hadir tentang berlakunya ijab tersebut (Al-Kasani, 1998; Al-Zuhaily, 2005). Manakala, pembatalan akad dengan melakukan khayar disebabkan berpisahnyanya atau beredar pihak berakad dari majlis boleh ditentukan berasaskan amalan dan praktis semasa masyarakat. Apabila salah satu atau kedua-dua pihak beredar daripada majlis tersebut, maka terbatal akad berkenaan yang menunjukkan majlis juga telah selesai (A. Alzaagy, 2007). Namun, ulama mazhab Maliki berpendapat tidak menjadi suatu kesalahan jika berlakunya penangguhan antara ijab dan qabul melainkan jika menurut kebiasaan masyarakat perkara tersebut menunjukkan telah berpisah daripada majlis untuk kepentingan urusan-urusan yang lain (Al-Zuhaily, 2005). Ulama mazhab Syafi'i dan Hanbali mensyaratkan pernyataan qabul hendaklah dinyatakan selepas ijab tanpa berlakunya penangguhan yang lama dan boleh memberi tanggapan kepada keengganan bagi menyatakan qabul.

Oleh yang demikian, tidak menjadi halangan jika penangguhan dalam tempoh masa yang singkat dan tidak menghalang pernyataan qabul tersebut. Walaupun demikian, jika wujud perkataan asing yang tiada kaitan dengan transaksi walaupun hanya sedikit antara ijab dan qabul, maka perkataan tersebut dianggap mendatangkan permasalahan kepada penyempurnaan sesuatu akad (Al-Shirbini, 2012; Al-Zuhaily, 2005). Tujuan asas penentuan majlis akad menurut syarak adalah bagi memberikan suatu tempoh masa agar ijab tersebut dipertimbangkan dengan sewajarnya oleh pelaku qabul tanpa mendatangkan implikasi yang buruk kepada pihak berakad. Ini termasuklah memelihara kepentingan pemberi ijab daripada penangguhan kepada qabul tersebut serta memastikan kepentingan semua pihak terlibat dipelihara kemaslahatannya (A. Alzaagy, 2007).

'Abd al-'Alim (2008) menyatakan bahawa majlis akad boleh berlangsung dengan kedua-dua pihak yang berakad hadir atau dihadiri oleh salah seorang sahaja. Ketentuan fiqh dalam akad bayn al-hadirayn agak jelas dan mudah iaitu majlis bermula dengan ijab yang dikemukakan pemberi ijab kepada penerima dan berakhir dengan qabul dengan diikuti berpisahnyanya pihak berakad dari majlis tersebut ataupun berlakunya pembatalan akad. Pembentukan akad dengan dihadiri oleh pihak-pihak berakad, maka ijab dan qabul hendaklah dilaksanakan dalam majlis

yang sama. Akad dianggap tidak sah jika ijab dan qabul dikemukakan di dua tempat atau majlis yang berlainan. Oleh yang demikian, bagi memastikan akad yang sah, maka ijab dan qabul perlu dikomunikasikan dalam majlis yang sama bagi membentuk akad yang sah.

Walaupun bagaimanapun, berdasarkan kepada resolusi Majma' al-Fiqh al-Islamiy (1990) memutuskan jika akad yang dibentuk memberikan suatu tempoh masa bagi qabul, maka ijab tersebut tidak terbatal sehinggalah tamat tempoh masa yang dinyatakan dalam akad tanpa lafaz qabul dinyatakan. Begitu juga, jika tiada perjanjian bagi tempoh perlanjutan untuk qabul, maka pihak pemberi tawaran berhak membatalkan tawarannya dengan syarat tiada qabul yang dinyatakan. Bahkan, dengan syarat majlis akad ini kesemua pihak boleh membatalkan akad antara mereka walaupun selepas lengkapnya akad (Al-Shirbini, 2012; Al-Zuhaily, 2005). Prinsip majlis akad adalah satu elemen penting dalam akad bayn al-hadirayn, namun prinsip tersebut adalah sesuatu yang merumitkan bagi bentuk bayn al-ghaibin disebabkan ketiadaan pihak berakad dalam satu majlis di tempat yang sama.

Ibrahim (2011) mentaktifkan majlis akad bayn al-ghaibin adalah satu majlis yang tidak menghimpunkan pihak berakad di suatu tempat dan pembentukan akad antara mereka dilaksanakan menerusi perantaraan tulisan atau wakil. Kepentingan penentuan majlis adalah untuk memastikan qabul dinyatakan dalam majlis yang sama bagi sesuatu ijab yang telah dikemukakan. Oleh itu, kaedah bagi menentukan majlis akad jual beli dalam talian memerlukan perincian yang jelas dan praktikal disebabkan kepelbagaian kaedah pembentukan akad yang berlaku dalam transaksi tersebut. Ini disebabkan wujud pandangan sebahagian ulama jika salah satu pihak menyatakan ijab sementara satu pihak lain tidak hadir dalam majlis tersebut dengan disampaikan kepadanya ijab tersebut dan diterima, maka transaksi tersebut dianggap sebagai tidak sah. Ketidaksahan tersebut adalah kerana sesuatu pernyataan qabul perlu dinyatakan dalam majlis yang sama bukan selepasnya melainkan pihak yang berakad mewakilkan seseorang ataupun menggunakan surat (Al-Kasani, 1998; Al-Zuhaily, 2005).

Sebahagian fuqaha menyatakan majlis akad bagi *bayn al-ghaibin* sebagaimana yang berlaku dalam jual beli dalam talian dikenali dengan majlis al-'aqd al-hukmi berasaskan pendapat yang meletakkan asas kehadiran salah satu pihak ('Abd al-'Alim, 2008). Antara perbezaan utama akad yang dibentuk dengan kehadiran pihak berakad dan tanpa kehadiran mereka adalah kewujudan selang masa atau penangguhan yang diperlukan bagi membolehkan ijab sampai kepada penerima ijab dan juga qabul sampai kepada pemberi ijab. Perkara ini tidak berlaku dalam akad *bayn al-hadirayn* disebabkan pihak berkenaan boleh bertindak secara bersemuka dan spontan antara mereka.

Apabila akad yang dibentuk tanpa kehadiran pihak berakad, maka komunikasi pembentukan akad tersebut berlaku sama ada melalui surat menyurat ataupun melalui wakil. Majlis akad dianggap bermula apabila ijab yang dikemukakan melalui kiriman surat diketahui oleh penerima ijab tanpa perbuatan yang menunjukkan penolakan kepada lafaz ijab tersebut (Siti Salwani, 2010; Hasbullah Abd Rahman, 2000). Siti Salwani berpandangan majlis akad bukanlah bermaksud pihak berakad perlu berada di suatu tempat yang sama tetapi mereka boleh berada di tempat yang berasingan dengan syarat wujudnya medium perantaraan yang boleh menghubungkan antara mereka. Di dalam jual beli dalam talian, majlis adalah kesatuan masa dengan kedua-dua pihak berurusan atau berhubungan bagi membentuk akad. Ini juga pandangan Ibn Taimiyyah yang menyatakan dalam akad bayn al-gha'ibin, surat atau wakil boleh dijadikan medium perhubungan bagi membentuk akad yang sah. Transaksi yang menggunakan surat menyurat dengan salah satu pihak mengirim surat kepada pihak yang lain dianggap sebagai akad yang sah. Contohnya, seorang penjual mengirim surat yang menyatakan "Dengan hormat saya telah menjual kuda saya kepada kamu dengan harga sekian" dan pada masa surat ini sampai kepada pembeli serta dinyatakan penerimaan "Saya telah menerimanya".

Namun demikian, sighth qabul tidak boleh bertanggung sehingga berlakunya majlis yang lain kerana akad tersebut dianggap batal dan tidak sah (Al-Zuhaily, 2005). Oleh itu, berasaskan beberapa pandangan antaranya Hasbullah Abd Rahman (2000) dan Siti Salwani (2010) yang menyatakan bahawa kehadiran pihak berakad bukanlah satu keperluan bagi majlis akad dengan syarat sesuatu keinginan untuk melaksanakan akad dapat ditunjukkan menerusi ijab dan qabul yang dikemukakan setiap pihak. Prinsip ini diterima juga oleh 'Abd al-'Alim (2008) yang menyatakan majlis akad jual beli dalam talian adalah satu majlis atau masa yang menghimpunkan antara pihak berakad, walaupun bukan di suatu tempat yang khusus dengan menggunakan medium elektronik atau maya dan dianggap bermulanya akad dengan ijab yang dikemukakan melalui rangkaian elektronik tersebut. Walaupun, wujud perbincangan mengenai masa dan pihak yang sewajarnya memulakan ijab dalam akad, memandangkan kelainan yang wujud dalam amalannya, namun sebahagian besar fuqaha semasa berpegang kepada prinsip yang sama sahaja dalam fiqh. Antaranya, Billah (2007) yang berhujah bahawa ijab bermula dengan pengiklanan yang dibuat oleh pemberi tawaran bersandarkan kepada pandangan ulama mazhab Hanafi yang berpegang kepada sighth ijab adalah tindakan pertama yang dilakukan oleh pihak berakad dengan tujuan melaksanakan pindahmilik harta (Majallat, 1968). Billah juga berpandangan dalam dua keadaan berikut tidak akan mewujudkan sighth ijab dalam sesuatu bentuk pengiklanan iaitu:

- i. Apabila pihak pengiklan menyatakan dengan jelas bahawa iklan tersebut bukanlah tawaran tetapi hanya pelawaan untuk berkontrak.
- ii. Pengiklanan menyatakan butiran mengenai produk sahaja tanpa menjelaskan mengenai kaedah pembelian atau penyerahannya.

Seterusnya, Billah (2007) menyatakan ijab hanya menjadi sah apabila iklan, katalog atau sebarang bentuk tawaran yang memberikan butiran lengkap mengenai subjek akad termasuklah harganya. Ini kerana keinginan penjual melakukan ijab hanya menjadi jelas melalui deskripsi barangan yang ditawarkan sama ada dalam bentuk borang, gambar, imej beserta spesifikasi lengkap barangan atau perkhidmatan tersebut. Walaupun, fuqaha mazhab berpandangan bahawa ijab atau qabul ditentukan berdasarkan masa sesuatu tindakan tersebut dilaksanakan, namun tindakan yang dimulakan terlebih dahulu dianggap sebagai melakukan ijab walaupun tindakan tersebut datangnya dari pembeli (Majallat, 1968; Ibn 'Abidin, 2012). Sebahagian fuqaha lain menyatakan sighth bagi ijab atau qabul ditentukan berasaskan pemilikan. Oleh itu, qabul dianggap datangnya dari pemberi milik atau penjual tanpa mengambil kira sighth tersebut datang terlebih dahulu atau kemudian (Al-Zuhaily, 2005). Al-Zuhaily juga menjelaskan bahawa penentuan bagi sighth ijab atau qabul hanyalah perbezaan dari sudut peristilahan yang tidak membawa kepada banyak kesan. Tambahan pula dalam akad jual beli sudah menjadi lumrah ijab dianggap dimulakan oleh penjual dan pembeli menyatakan qabul.

Billah (2007) memperincikan kesahan akad ijab yang perlu mematuhi syarat-syarat tertentu dan jika tidak ijab tersebut hanya dianggap sebagai cadangan kepada tawaran. Walaupun, tiada perbincangan dalam kalangan fuqaha terdahulu mengenai majlis akad jual beli dalam talian, namun perbincangan ulama bagi akad bayn al-ghaibin boleh menjadi sandaran kepada penentuan hukum dalam akad tersebut. Demikian juga pandangan yang diutarakan oleh al-'Izz (2008) bahawa majlis akad jual beli dalam talian dilaksanakan melalui kaedah emel dan media sosial menggunakan mesej elektronik ataupun dengan lafaz kata-kata disyaratkan didengari atau diketahui qabul tersebut oleh pemberi ijab. Ini kerana akad tersebut dibentuk atas prinsip tulisan atau dokumen sama sebagaimana pihak yang berakad melalui surat menyurat kerana dipisahkan oleh kedudukan atau jarak antara mereka.

Maka, pengkaji cenderung untuk menerima pandangan bahawa ijab dimulakan oleh penjual dalam jual beli dalam talian disebabkan kaedah dan proses yang dilakukan oleh penjual dilihat menepati ciri-ciri bagi sesuatu sighth ijab. Ini juga bersandarkan kepada al-Zuhaily (2005) yang menganggap perbezaan dalam penentuan sighth ijab atau qabul tidak memberi implikasi kepada kesahan akad, bahkan dalam kebiasaan masyarakat semasa hari ini penjual dianggap sebagai pihak yang bersedia

melakukan ijab atau tawaran jualan kepada pembeli. Oleh itu, majlis dianggap bermula dengan sighth ijab dikemukakan penjual sampai atau dimaklumi oleh pembeli yang selanjutnya menjadi lengkap apabila pembeli menyatakan persetujuan terhadap ijab tersebut melalui tindakan tertentu. Setelah majlis tersebut selesai dan dimuktamadkan tiada pihak yang dibenarkan untuk menarik diri atau membatalkan akad melainkan dengan persetujuan bersama

PENGIKTIRAFAN AKAD JUAL BELI DALAM TALIAN

Meskipun, wujud pelbagai kaedah perhubungan bagi membentuk akad jual beli dalam talian, namun asasnya medium perhubungan internet ini adalah bersifat interaktif dan pantas yang hampir menyamai kaedah interaksi secara telefon dan bersemuka. Selain itu, bentuk komunikasi melalui rangkaian dalam talian ini masih boleh mengalami gangguan atau terputus hubungan tetapi ianya adalah permasalahan yang kecil dan boleh diperbaiki (Md. Abdul Jalil, 2011). Adalah satu keperluan juga untuk meneliti kaedah tersebut, memandangkan masih wujud perbezaan dalam ciri-cirinya untuk disesuaikan sama ada ianya kaedah komunikasi yang berlaku secara spontan atau berlaku kelewatan dalam penyampaian. Ini kerana, pembentukan akad melalui kiriman emel dan pasar maya dengan menghantar katalog, iklan, maklumat barangan atau perkhidmatan ditawarkan kepada pihak lain adalah sama sebagaimana perkhidmatan faks, kiriman pos dan surat menyurat kerana ia melibatkan penghantaran mesej elektronik. Pembentukan akad melalui surat menyurat atau kaedah yang hampir sama juga diharuskan oleh fiqh kerana kaedahnya sama sahaja sebagaimana pembentukan akad melalui tulisan.

Selain itu, penggunaan kaedah surat menyurat dianggap sebagai kaedah komunikasi bertanggung atau dikenali dalam common law sebagai postal rule (prinsip kiriman). Maka, akad dianggap lengkap apabila pemberi tawaran menyampaikan lafaz ijab kepada penerima tawaran dan seterusnya dilaksanakan qabul dengan sesuatu perlakuan atau pernyataan kepada pemberi tawaran. Manakala, pembentukan akad menerusi media sosial berbeza dengan kaedah emel dan pasar maya disebabkan kaedah ini berlaku secara spontan dan pihak berakad saling berinteraksi antara mereka melalui perhubungan interaktif dengan syarat hubungan komunikasi antara mereka sentiasa berhubung. Ini membolehkan pihak berakad berhubung secara langsung sama sebagaimana dengan jual beli secara bersemuka melainkan tempat sahaja yang memisahkan antara pihak yang berakad. Justeru, bagi kaedah ini adalah praktikal untuk mengaplikasikan kaedah pembentukan akad bayn al-hadirayn.

Selain itu, elemen kerelaan dalam membentuk akad sama ada menggunakan emel, pasar maya atau media sosial perlu dinyatakan dengan jelas. Elemen

kerelaan ini tidak dapat dibuktikan jika pihak berakad mengambil kaedah berdiam diri dalam melakukan komunikasi kontrak sebagaimana ditunjukkan dalam undang-undang kontrak dalam *Felthouse lwn. Bindley*. Di dalam kes tersebut, pihak mahkamah memutuskan bahawa tidak wujud penerimaan terhadap tawaran yang dikemukakan dan tiada kontrak yang terbentuk antara mereka disebabkan tidak wujud komunikasi yang jelas bagi penerimaan kerana pihak penerima tawaran bersikap pasif dan berdiam diri. Ini disebabkan syarat bagi penerimaan menurut undang-undang adalah komunikasi penerimaan perlu dinyatakan dengan jelas, nyata dan mutlak. Maka, perlu dipastikan komunikasi yang diaplikasikan bagi penerimaan bagi jual beli dalam talian memenuhi keperluan syarat berkaitan.

Memandangkan ciri-ciri yang wujud dalam akad jual beli dalam talian menyukarkan pihak berakad melihat kerelaan tersebut secara fizikal, maka qabul dianggap sah apabila pelaku qabul mengesahkan transaksi berkenaan dan meneruskannya dengan pembayaran bagi memuktamadkan jual beli tersebut. Ini bersandarkan Nuraisyah Chua (2013) mengenai konsep produk yang dipamerkan secara elektronik adalah sama sebagaimana produk yang dipamerkan di kedai-kedai dengan penjual mempamerkan produk yang dijual di atas rak dan pembeli mempunyai ruang untuk melihat seterusnya memilih produk tersebut. Maka, tawaran dan penerimaan tidak membentuk kontrak yang lengkap sehingga pelanggan mengambil produk yang diinginkan dan meneruskan transaksi tersebut dengan pembayaran. Melalui tindakan sedemikian memberi gambaran kepada komunikasi tawaran dan penerimaan yang jelas dan nyata kepada pihak-pihak berkontrak.

Asas perundangan terawal yang boleh dijadikan panduan dalam komunikasi secara elektronik ini melibatkan Entores lwn. Miles Far East Corp. Kes tersebut melibatkan komunikasi menerusi perkhidmatan telex dengan permasalahan utama melibatkan sama ada penerimaan diterima atau pun tidak jika ianya dihantar dan diterima menerusi perkhidmatan telex antara dua negara yang berlainan. Di dalam kes tersebut, mahkamah memutuskan untuk menjadikan asas penghakiman adalah berdasarkan komunikasi antara pihak yang dipisahkan oleh jarak yang jauh yang memerlukan penerimaan sampai kepada pengetahuan pemberi tawaran sebagaimana dalam kaedah komunikasi yang berlaku secara interaktif (yang berlawanan dengan pos atau telegram berkemungkinan berlakunya penangguhan). Berasaskan prinsip ini, menganggap perkhidmatan telex sebagai komunikasi yang interaktif, maka mahkamah memutuskan penerimaan menerusi perkhidmatan telex dianggap telah berlaku di tempat mesej tersebut diterima berbanding dari tempat mesej telex tersebut dikirim.

Electronic Commerce (EC Directive) Regulations 2002 telah menetapkan langkah-langkah tertentu

sebelum sesuatu kontrak elektronik dapat disempurnakan iaitu pertama, penerimaan oleh pihak penerima tawaran sebagai pelanggan menunjukkan keinginannya untuk melengkapkan kontrak dengan menghantar mesej tertentu kepada penjual. Kemudian, penjual melaksanakan pengakuteraan setelah menerima mesej penerimaan berkenaan kepada pelanggan. Seterusnya, adalah pengesahan pengakuteraan dilaksanakan oleh pelanggan terhadap pemberi tawaran terhadap kesediaannya untuk melengkapkan kontrak. Dengan melaksanakan mekanisme tersebut dalam kontrak membolehkan pelanggan mendapat kepastian dan keyakinan tentang penerimaannya oleh pembekal terhadap kontrak berkaitan dan seterusnya bersedia untuk melaksanakan kontrak tersebut. Di samping itu, masalah berkaitan menepati masa bagi pembekalan langganan dapat diatasi dengan kaedah ini antaranya penjual dapat memastikan kesediaan stok barangan tersebut sebelum menghantar pengesahan atau pengakuteraan kepada pihak pelanggan (Salaun, 1999).

Bahkan, undang-undang kontrak Islam sendiri menetapkan ijab dan qabul perlu disampaikan kepada pengetahuan pihak-pihak yang berakad melalui komunikasi akad atau sighth akad. Komunikasi penyampaian bagi menyatakan kerelaan dalam membentuk akad tersebut boleh sama ada menggunakan bentuk lisan, tulisan, perlakuan, isyarat atau pun berdiam diri. Memandangkan kebanyakan kajian semasa menyandarkan akad dalam talian lebih hampir kepada sighth bertulis, maka boleh dirumuskan bahawa pembentukan akad jual beli dalam talian adalah berasaskan sighth menggunakan tulisan sama ada pembentukannya melalui emel, pasar maya atau media sosial (Nor Adila & Nor Azlina, 2008; Anitha & Joni Tamkin, 2013; Al-Ifan, 2013; Ahmad Jazlan et al., 2015). Jika dirujuk kepada Seksyen 5(2) Akta Jualan Barangan 1957 menyatakan kontrak jual beli boleh dilaksanakan secara bertulis atau secara lisan atau sebahagiannya dengan tulisan dan sebahagian yang lain dengan lisan atau boleh secara tersirat dalam perlakuan pihak-pihak yang berkontrak. Ini membuktikan kontrak dalam talian diterima menurut perundangan walaupun prosesnya dibentuk melalui kaedah tulisan berdigital. Tambahan pula, kaedah komunikasi jual beli dalam talian boleh digunakan oleh sesiapa sahaja tanpa mengambil kira pihak berkeinginan mempunyai kemampuan untuk berkata-kata atau pun tidak mempunyai kemampuan. El-Islamy (2002) menyatakan bahawa akad jual beli dalam talian hanya memerlukan pihak berkenaan berkebolehan menggunakan peralatan komputer dan teknologi. Penjual hanya perlu menghantar kiriman mesej elektronik yang mengandungi segala butiran produk yang ditawarkan kepada pembeli yang diingini atau memaparkan butiran tersebut di pasar maya. Manakala, pembeli yang berminat dan bertindak sebagai penerima ijab meneliti butiran berkaitan mengambil tindakan yang sepatutnya jika

berkeinginan meneruskan pembelian juga melalui komunikasi mesej elektronik sama ada melalui emel atau media sosial tanpa perlu melafazkan perkataan atau melakukan perlakuan tertentu. Keseluruhan transaksi urusan dalam jual beli menggunakan komunikasi mesej berbentuk elektronik yang dianggap sama sebagaimana komunikasi secara tulisan. Namun, bagi mengesahkan sesuatu akad secara bertulis memerlukan kaedah tersebut memenuhi prinsip akad berkenaan adalah bentuk akad yang biasa dipraktikkan dengan menggunakan kaedah tulisan apabila sempurna sesuatu jual beli. Akad secara bertulis yang dibentuk juga hendaklah mengandungi maklumat yang jelas dan menepati segala syarat urusaniaga. Sekiranya, akad ini dibentuk dengan kurang jelas atau pun dengan tulisan yang boleh menghilangkan tulisannya, maka akad tersebut adalah dilarang syarak (Zaharuddin, 2014).

Justeru, akad jual beli dalam talian yang disandarkan kepada sighth bertulis telah menjadi suatu bentuk akad yang biasa dipraktikkan oleh masyarakat kini. Akad tersebut juga perlu memenuhi syarat-syarat lain yang diperlukan bagi jual beli iaitu akad yang jelas dan difahami, subjek akad wujud secara fizikal dan bukti pembelian boleh diperolehi. Maka, syarak memperakukan kesahan akad jual beli dalam talian dengan syarat sighth akad memenuhi prinsip-prinsip yang berkenaan (Zaharuddin, 2014). Akad jual beli dalam talian juga dibangunkan atas prinsip kesukaran untuk melaksanakan sighth secara lisan disebabkan pihak berakad saling berjauhan antara satu sama lain dengan dihubungkan melalui sistem rangkaian elektronik sebagaimana keadaannya dengan akad bayn al-ghaibin. Maka, fuqaha semasa mengharuskan sighth akad menerusi kaedah tersebut yang dilihat bersesuaian dengan kaedah menerusi tulisan.

Kesesuaian pembentukan akad secara tulisan ini disebabkan oleh pembentukan akad jual beli dalam talian mempunyai ciri-ciri penggunaan, penghantaran, penerimaan dan penyimpanan mesej elektronik dalam proses pembentukan akad tersebut. Mesej elektronik berbentuk digital yang boleh dicetak, disimpan dan direkod yang menyamai prinsip tulisan atau bertulis, meskipun tiada peruntukan yang secara khusus dalam Akta Kontrak 1950 menyebut emel atau aplikasi sosial sebagai satu kaedah komunikasi bagi pembentukan kontrak (Md. Abdul Jalil, 2011). Namun, Seksyen 5 Akta Perdagangan Elektronik 2006 merujuk mesej elektronik sebagai suatu maklumat yang dihasilkan, diterima atau disimpan melalui cara elektronik. Seksyen ini juga memberikan maksud elektronik adalah teknologi yang menggunakan elektrik, optik, magnetik, elektromagnetik, biometrik, photonik atau teknologi yang seumpama dengannya. Berdasarkan pentakrifan ini, menunjukkan penggunaan terma mesej elektronik dalam Akta Perdagangan Elektronik 2006 dilihat menepati pentakrifan yang diperlukan bagi ketiga-tiga kaedah tersebut. Maka, mesej elektronik yang dihasilkan, diterima atau disimpan

melalui kaedah-kaedah tersebut dianggap sah dan diiktiraf di sisi undang-undang dan seterusnya boleh digunakan untuk membuktikan kewujudan sesuatu ijab dan qabul dalam pembentukan akad (Siti Salwani, temu bual November 15, 2016).

Selain itu, perjanjian yang dibentuk melalui penggunaan emel atau mesej elektronik adalah diiktiraf undang-undang sebagaimana perjanjian yang dibentuk secara bertulis (Sonny Zuhuda, 2011). Bahkan, apabila dirujuk Seksyen 3 Akta Tafsiran Malaysia 1967, tulisan atau bertulis termasuklah bertaip, bercetak, litografi, bergambar, simpanan atau pemindahan elektronik atau apa sahaja kaedah menyimpan atau merakamkan maklumat dalam bentuk yang kekal. Ini juga selari dengan garis panduan pembentukan kontrak yang disarankan oleh Model Undang-Undang UNCITRAL yang menyatakan bagi pembentukan kontrak jual beli dalam talian melainkan dipersetujui oleh pihak berkontrak dengan kaedah yang lain, maka tawaran dan penerimaan boleh dinyatakan melalui kaedah mesej data. Penggunaan mesej data bagi pembentukan kontrak menjadikan kontrak tersebut adalah sah dan diiktiraf undang-undang dengan tujuan mesej data itu digunakan bagi pembentukan kontrak tersebut.

Begitu juga, pengiktirafan dan kesahan pembentukan kontrak melalui mesej elektronik dijelaskan dalam Seksyen 7(1) Akta Perdagangan Elektronik 2006 yang menyatakan pembentukan kontrak yang dilakukan melalui suatu mesej elektronik melalui komunikasi tawaran, penerimaan tawaran dan pembatalan tawaran dan penerimaan atau apa-apa komunikasi yang berkaitan boleh dinyatakan melalui suatu mesej elektronik. Akta yang mengawal jual beli dalam talian ini juga menunjukkan kelainan dalam penentuan bentuk komunikasi mesej elektronik yang digunakan tanpa mengunapakai istilah tawaran dan penerimaan, cadangan dan penerima cadangan. Tetapi menerusi Seksyen 17(1) Akta Perdagangan Elektronik 2006 menyatakan suatu mesej elektronik adalah kepunyaan pemula jika ianya dihantar oleh pemula sendiri. Manakala, Seksyen 17(2) Akta Perdagangan Elektronik 2006 menjelaskan antara pemula dengan penerima, suatu mesej elektronik disifatkan sebagai kepunyaan pemula jika mesej elektronik itu dihantar oleh;

- (a) orang yang mempunyai kebenaran untuk bertindak bagi pihak pemula berkenaan dengan mesej elektronik itu.
- (b) suatu sistem memproses maklumat yang diprogramkan oleh, atau bagi pihak pemula untuk beroperasi secara automatik.

DAPATAN KAJIAN

Akad jual beli dalam talian dilihat menepati kaedah akad bertulis berasaskan al-Zuḥaylī (2002) dan

resolusi Majma' al-Fiqh al-Islamiy (1990) terhadap akad yang menggunakan perhubungan secara tulisan, surat-menyurat atau wakil seperti telegram, faks atau peralatan komunikasi adalah sah dan dianggap sempurna apabila ijab sampai dalam pengetahuan penerima ijab dan dilaksanakan qabul bagi ijab tersebut. Maka, fiqh mengharuskan kontrak yang dilaksanakan dalam jual beli dalam talian yang dianggap sama sebagaimana kontrak yang dilaksanakan secara bertulis (Zaharuddin, 2014). Ini kerana akad jual beli dalam talian yang dibangunkan atas prinsip kesukaran untuk melaksanakan sighth secara lisan disebabkan oleh pihak berakad saling berjauhan dengan dihubungkan melalui sistem rangkaian elektronik.

Pembentukan akad sama ada menggunakan emel, pasar maya atau media sosial berpaksikan kepada kewujudan mesej elektronik atau berdigital. Mesej elektronik tersebut dianggap mempunyai persamaan dengan pembentukan akad menggunakan surat-menyurat atau pos yang dihubungkan dengan sighth bertulis. Di samping itu, fuqaha dan hasil kajian semasa mengharuskan sighth akad menerusi kaedah tersebut kerana dianggap sama sebagaimana dengan sighth bertulis. Berasaskan hujah tersebut, maka pengkaji merumuskan bahawa sighth akad jual beli dalam talian adalah suatu bentuk sighth secara bertulis.

Manakala, penentuan majlis akad berpandukan kepada rukun akad yang dihubungkan sama ada dengan bentuk bayn al-hadirayn atau al-gha'ibin. Penentuan kaedah majlis akad ini ditentukan berasaskan kaedah perhubungan yang digunakan bagi melengkapkan akad. Kaedah pembentukan akad berasaskan bayn al-gha'ibin seperti penggunaan portal jual beli dalam talian, maka ianya bermula dengan pelanggan mula melayari portal tersebut serta membuat pilihan produk yang dikehendaki. Seterusnya, menekan butang kekunci tertentu untuk meneruskan transaksi dan serentak dengan itu berlaku qabul terhadap ijab yang dikemukakan oleh penjual. Ijab ini dilaksanakan dengan membuat tawaran melalui dalam talian dalam pasar maya yang bersifat global tanpa dikhususkan kepada pihak atau individu tertentu ('Abd al-'Alim, 2008; Nor Adila & Nor Azlina, 2008). Kaedah lain juga boleh digunakan seperti rangkaian perhubungan emel atau media sosial.

Komunikasi ijab dianggap membentuk akad yang lengkap apabila penerima ijab menyatakan kerelaan untuk melaksanakan akad dengan tindakan tertentu seperti mengisi butiran yang diperlukan oleh pemberi ijab dan memenuhi segala syarat-syarat yang dikehendaki (Nor Adila dan Nor Azlina, 2008). Ijab dan qabul tersebut pula boleh disampaikan menerusi mesej elektronik yang memperuntukkan komunikasi ijab dan qabul serta pembatalan akad atau apa-apa komunikasi yang berkaitan boleh dinyatakan melalui suatu mesej elektronik. Oleh itu, majlis akad jual beli dalam talian tetap berlaku meskipun semua pihak saling berjauhan antara satu sama lain. Tetapi mereka

ditemukan melalui kaedah perhubungan yang digunakan sama ada berlaku secara interaktif atau sebaliknya.

KESIMPULAN

Perkembangan sains dan teknologi moden telah mendatangkan kesan terhadap kaedah transaksi perdagangan semasa. Pada peringkat awalnya, masyarakat menjalankan urusan perdagangan secara barter atau tukaran barang kemudiannya berubah kepada sistem tukaran wang. Begitu juga, kaedah perniagaan yang dijalankan secara bersemuka berubah kepada transaksi secara elektronik atau jual beli dalam talian. Kemajuan peralatan 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 jual beli dalam talian perlu diambil peluang dengan sebaik-baiknya oleh masyarakat Islam bagi meningkatkan taraf sosio ekonomi mereka. Namun demikian, aspek hukum fiqh berkaitan akad jual beli tidak harus diabaikan bagi memelihara kemaslahatan pihak yang melakukan transaksi tersebut. Islam melarang sebarang bentuk perniagaan yang banyak mendatangkan mafsadah kepada kehidupan manusia.

Tetapi jual beli dalam talian diakui banyak mendatangkan kebaikan dengan syarat pelaksanaan kontrak tersebut dilaksanakan berpandukan panduan yang telah ditetapkan syarak. Bagi memastikan akad jual beli dalam talian yang ingin dilaksanakan mematuhi prinsip fiqh, maka elemen seperti pembentukan akad perlu mengikut aturan fiqh dalam jual beli. Pembentukan akad ini dilaksanakan menerusi pasar maya, perhubungan emel atau media sosial dengan menghasilkan mesej elektronik yang boleh dianggap sebagai satu bentuk sighth akad. Bentuk sighth ini memberikan gambaran setiap pihak berakad membentuk akad secara rela dengan kewujudan mesej elektronik. Justeru, mesej elektronik atau sighth akad ini dianggap salah satu daripada bentuk sighth secara bertulis.

PENGHARGAAN

Kajian ini adalah dapatan bersumberkan geran FRGS, Kementerian Pendidikan Malaysia 1/2019, No. Fail: 600-IRMI/FRGS 5/3 (303/2019). Ucapan terima kasih kepada KPM dan UiTM Cawangan Pulau Pinang yang memberi sokongan dalam menjalankan kajian ini serta pihak-pihak sama ada yang terlibat secara langsung dan tidak langsung dalam menjayakan projek penyelidikan ini.

RUJUKAN

‘Abd al-‘Alim, Usamah. (2008). *Majlis al-‘aqd wa atharuhu fi ‘uqud al-tijarah al-*

iliktruniyah: Dirasah muqaranah fi al-fiqh al-Islamiy wa al-qanun al-wadha’i. Iskandariyah: Dar al-Jami‘ah al-Jadidah.

- Al-‘Izz, ‘Ali Abu. (2008). *Al-tijarah al-iliktruniyyah: Wa ahkamuha fi al-fiqh al-Islamiy*. Jordan: Dar al-Nafa’is.
- Al-Qurtubi, Abi ‘Umar Yusuf. (1978). *Kitab al-kafi fi fiqh ahl al-madinah al-maliki*. Riyadh : Maktabah al-Riyadh al-Hadithah.
- Ahmad Jazlan Mat Jusoh, Joni Tamkin Borhan, & Mohd Borhanuddin Zakaria. (2015). Isu-isu syariah dalam pelaksanaan jual beli dalam talian. *Jurnal Islam Dan Masyarakat Kontemporari*. 10(2), 68-80.
- Al-Ifan, Belal M. (2013). Contract formation methods in e-commerce from Islamic perspective. Kertas kerja dibentangkan di 5th International Conference in Information and Communication Technology for the Muslim World (ICT4M) 2013. (h. 1-3). IEEE.
- Al-Kasani, ‘Alauddin Abi Bakr Su‘ud. (1998). *Bada’i al-sanai’ fi tartib al-syara’i*. Beirut: Dar Ihya’ al-Turath al-‘Arabiyy.
- Al-Shirbini al-Khatib, Muhammad ibn Ahmad. (2012). *Mughni al-muhtaj ila ma‘rifat ma‘ani al-faz al-minhaj*. Kaherah: Dar al-Hadis.
- Alzaagy, A. (2007). The Islamic concept of meeting place and its application in e-commerce. *Masaryk UJL & Tech.*, 1, 27.
- Alzaagy, A. (2012). The time of concluding the contract in e-commerce from Islamic legal perspective. *Cyber Orient*, 6(2).
- Anitha Rosland & Joni Tamkin Borhan. (2013). Akad dalam perbankan internet. *Jurnal Teknologi Universiti Teknologi Malaysia*, 65(1), 45-50.
- Billah, M. M. (2007). *Applied Islamic law of trade finance - A selection of contemporary practical issues* (edisi ke 3). London, Malaysia: Sweet and Maxwell.
- El-Islamy, H. (2002). *E-business: An Islamic perspective*. Kuala Lumpur: A.S. Noorden.
- Ibn ‘Abidin, Muhammad Amin Ibn ‘Umar. (2012). *The book of sales: Kitab al-buyu’*, Muhammad Anas al-Muhsin & Amer Bashir, (terj.). Kuala Lumpur: IBFIM.
- Ibrahim, Basim Muhammad Sarhan. (2011). *Majlis ‘aqd al-bay’: Bayn al-nazariyah wa al-tatbiq*. Jordan: Dar al-Nafa’is.
- Jaballah, M. A. al-Maqsud. (2012). *Fiqh al-kitab wa al-sunnah fi ‘uqud al-mu‘amalat*, Iskandariyah: Muassasah Hurus al-Dawliyah.
- Jabatan Perangkaan Malaysia (JPM). (2016). *Ekonomi Malaysia sepintas lalu 2016*.

- Capaian Mac 20, 2017 dari <https://www.dosm.gov.my/v1/index.php>
- Kamus Undang-Undang. (1995). *Kamus undang-undang*. Shah Alam: Fajar Bakti.
- Majallat al-ahkam al-'adliyyah. (1968).
- Md. Abdul Jalil. (2011). Clarification of rules of acceptance in making business contracts. *Journal of Politics and Law*, 4(1), 109-122.
- Marjan Muhammad, Muhd Rosydi 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.
- 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, 81-91.
- Nizham, al-Shaykh. (2010). *Al-fatawa al-'alamkiriyyah al-ma'rufah bi al-fatawa al-hindiyah fi madhahab al-hanafiah*. Beirut: Dar al-Fikr.
- Nor Adila Mohd Noor & Nor Azlina Mohd Noor. 2008. *Kontrak Jual beli dalam talian:Perbandingan Aqad (Kontrak) Dalam Muamalah Islam*. <http://www.internationalconference.com.my>
- proceeding/ice2008_proceeding/PAPER_027_KontrakEDagang.pdf
- Salaun, A. (1999). E-commerce consumer protection-proposals for improving the protection of online consumer. *Computer, Law & Security Report*, 15(3), 159-167.
- Shaik Mohd Noor Alam S.M. Hussain. (2014). *Undang-undang komersil di Malaysia* (2nd ed.). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Siti Salwani Razali. (2010). *Islamic Law of Contract*. Singapura: Cengage Learning.
- Sonny Zulhuda. (2011). The law of electronic in Malaysia: Issues and challenges. Dalam Mohammad Naqib Ishan Jan (Ed.), *Law and Commerce: The Malaysian perspective* (h. 210-236). Kuala Lumpur: IIUM Press.
- Tamrin Amboala, Mohd Zulkifli Muhammad, & Mohd Rushdan Yaso. (2008). *Issues of security, challenges and implementation of sharia' principle in e-commerce transaction*. Kertas Kerja dibentangkan di Applied International Business Conference, Universiti Malaysia Sabah, Kota Kinabalu, Sabah.
- Zaharudin Abd Rahman. (2014). *Fiqh kewangan Islam: Halal dan haram dalam sistem jual beli Islam*. Kuala Lumpur: PTS Islamika Sdn Bhd.

Roshaimizam Suhaimi
roshaimizam@uitm.edu.my
Akademi Pengajian Islam Kontemporari,
Universiti Teknologi MARA, Cawangan Pulau Pinang
MALAYSIA

Ismail Ahmad
drismailahmad@uitm.edu.my
Fakulti Pengurusan dan Perniagaan,
Universiti Teknologi MARA, Cawangan Johor
MALAYSIA

Mohd Hapiz Mahaiyadin
mohdhapiz659@uitm.edu.my
Akademi Pengajian Islam Kontemporari,
Universiti Teknologi MARA, Shah Alam
MALAYSIA

Ezani Yaakub
ezani@uitm.edu.my
Akademi Pengajian Islam Kontemporari,
Universiti Teknologi MARA,
MALAYSIA

Jasni Bin Sulong
jasni@usm.my
Pusat Pengajian Ilmu Kemanusiaan,
USM Pulau Pinang
MALAYSIA

KANDUNGAN / CONTENTS

Akad Jual Beli dalam Talian Berasaskan Prinsip Fiqh Muamalat <i>Contract of Sale and Purchase via Online from Fiqh Muamalat Principles</i> Roshaimizam Suhaimi, Ismail Ahmad, Mohd Hapiz Mahaiyadin, Ezani Yaakub, Jasni Sulong	1-11
Aplikasi Qabd Dalam Hibah: Pandangan Fuqaha dan Pengamalan Dalam Perundangan di Malaysia <i>Application of Qabd in Hibah: Fuqaha Views and Legal Practice in Malaysia</i> Noor Aini Abdullah, Noor Lizza Mohamed Said, Mohd Zamro Muda, Nasrul Hisyam Nor Muhammad	12-21
Analisis Perbandingan Pandangan Fuqaha Mengenai Syarat Ahliyyah dalam Perkahwinan <i>Comparative Analysis of Fuqaha's Views on The Conditions Of Ahliyyah in Marriage</i> Nurul Ain Hazram, Raihanah Azahari	22-31
Perkahwinan Bawah Umur dari Perspektif Maqāṣid Al-Sharī‘ah <i>Underage Marriage from The Perspective of Maqāṣid Al-Sharī‘ah</i> Nurul Ain Hazram, Raihanah Azahari	32-42
Are The Limitations on Remedies Fair? A Comparative Study Between The Us Law and Islamic Law Fahad Mubarak Aldossary	43-54
Pembahagian Harta Pusaka dalam Kalangan Masyarakat Muslim di Negeri Sembilan: Satu Kajian Literatur <i>Distribution of Inheritance Among Muslims Society in Negeri Sembilan: A Literature Review</i> Wan Nur A'ina Mardhiah Wan Rushdan, Zamro Muda, Zuliza Mohd Kusrin	55-64
Keperluan Tadbir Urus Syariah di Industri Kecil dan Sederhana (IKS): Satu Tinjauan Literatur <i>The Need of Shariah Governance For Small and Medium Enterprise (SME): A Literature Review</i> Abd Hakim Abd Rasid, Salmy Edawati Yaacob, Mat Noor Mat Zain	65-75
Standard Penarafan Hotel Mesra Muslim Berdasarkan Maqasid Syariah: Satu Sorotan <i>Muslim Friendly Hotel Rating's Standards Based on Maqasid Syariah: An Overview</i> Aziz Abidin Bin Azmi Puat, Mohammad Zaini Bin Yahaya	76-85

<p>Tāhā Jābir Al-‘Alwānī’s Viewpoint on Apostasy: An Analytical Study From Bangladesh Perspective</p> <p>Belayet Hossen, Abdul Bari Bin Awang</p>	86-94
<p>Kesesuaian Komponen Pendedahan Maklumat Dalam Peraturan 3 P.U. (A) 458 Untuk Transaksi Pembelian dalam Talian</p> <p><i>Appropriateness of The Information Disclosure Components in Regulation 3 P.U. (A) 458 For Online Purchase Transactions</i></p> <p>Amirah Madihah Binti Adnan, Zamzuri Bin Zakaria, Norhoneydayatie Binti Abdul Manap</p>	95-104
<p>Wakaf Sebagai Dana Alternatif untuk Pembiayaan Pendidikan Peringkat Sekolah di Malaysia: Satu Tinjauan</p> <p><i>Waqaf as Alternative Education Fund for School Level in Malaysia</i></p> <p>Mohd Faizal Noor Bin Ariffin, Mohammad Zaini Bin Yahaya, Abdul Basir Bin Mohamad, Amir Fazlim Bin Jusoh @ Yusoff</p>	105-113
<p>Konsep Fesyen Menurut Syarak Dan Kaitan Dengan <i>Tabarruj</i>: Satu Tinjauan Literatur</p> <p><i>A Concept of Fashion According to Islamic Law and Its Relation with Tabarruj: A Review</i></p> <p>Siti Zanariah Husain, Muhammad Adib Samsudin</p>	114-126
<p>Kelebihan dan Kekurangan Sukuk Blockchain: Satu Sorotan Literatur</p> <p><i>The Advantages and Disadvantages of Blockchain Sukuk: A Literature Review</i></p> <p>Nadhirah Sakinah Binti Sidik, Azlin Alisa Binti Ahmad</p>	127-134
<p>Isu Isu Syariah bagi Aplikasi Modal Teroka di dalam Koperasi</p> <p><i>Shariah Issues on The Application of Venture Capital in Cooperative</i></p> <p>Khairul Fatihin B Saedal Atas, Azlin Alisa Ahmad, Mohammad Zaini Bin Yahaya, Amir Fazlim Bin Jusoh @ Yusoff</p>	135-145
<p>Analisis Perubahan Konsep Kontrak Dalam Prosedur Pelaksanaan Produk Ar-Rahnu Dan Kesannya</p> <p><i>Analysis Changes Of Contract Concept In Implimentation Of Procedure Ar-Rahnu Products And Its Impact</i></p> <p>Aida Rasyiqah Binti Zulkifli, Zamzuri Bin Zakaria</p>	146-154
<p>حديث "ناقصات عقل ودين" وإشكالية التعليل به في قضايا المرأة، دراسة نقدية</p> <p><i>The Prophetic Hadith Of "Women Are Deficient In Reason And Religion" And The Problem Of Using It As A Justification In Women's Issues, A Critical Study</i></p> <p>A.B. Mahroof</p>	155-170

Journal of Contemporary Islamic Law

(2021)Vol. 6(2)

Editor-In-Chief

Dr. Nik Abd. Rahim Nik Abdul Ghani

Co-Editor

Assoc. Prof. Dr. Salmy Edawati Yaacob

Secretary

Dr. Nurul Ilyana Muhd Adnan

Senior Editor

Prof. Dr. Abdul Basir Mohamad

Prof. Dr. Mohd Nasran Mohamad

Assoc. Prof. Dr. Shofian Ahmad

Assoc. Prof. Dr. Zaini Nasohah

Assoc. Prof. Dr. Zuliza Mohd Kusrin

Assoc. Prof. Dr. Mohd Al Adib Samuri

International Editor

Dr. Abdel Wadoud Moustafa El Saudi

Dr. Harun Abdel Rahman Sheikh Abduh

Dr. Asman Taeali

Dr. Muhammad Yasir Yusuf

Dr. Ahmad Nizam

Dr. T. Meldi Kesuma

Sarjiyanto

Shinta Melzatia

Dr. Hamza Hammad

Dr. Nazlida Muhamad

Dr. Madiha Riaz

Dr. Naveed Ahmad Lone

Chief Managing Editor

Dr. Mat Noor Mat Zain

Arabic Copy Editor

Anwar Fakhri Omar

Bahasa Copy Editor

Dr. Mohd Zamro Muda

Dr. Md. Yazid Ahmad

Editor

Dr. Mohammad Zaini Yahaya

Dr. Azlin Alisa Ahmad

Dr. Mohd Hafiz Safiai

Published by:

Research Centre for Sharia,

Faculty of Islamic Studies,

Universiti Kebangsaan Malaysia,

43600 Bangi, Selangor, Malaysia.

Suggested citation style:

Author, (2021), Title, Journal of Contemporary

Islamic Law, 6(2), pages, <http://www.ukm.my/jcil>

eISSN 0127-788X

Copyrights:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial-No Derivative Works 3.0 Unported License

(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>).

You can download an electronic version online. You are free to copy, distribute and transmit the work under the following conditions: Attribution – you must attribute the work in the manner specified by the author or licensor (but not in any way that suggests that they endorse you or your use of the work); Noncommercial – you may not use this work for commercial purposes; No Derivate Works – you may not alter, transform, or build upon this work.