

<https://journal.unisza.edu.my/jimk>

[SYARIAH ISSUES IN THE IMPLEMENTATION OF E-COMMERCE]

ISU-ISU SYARIAH DALAM PELAKSANAAN E-DAGANG

AHMAD JAZLAN MAT JUSOH^{1*}
 JONI TAMKIN BORHAN^{2*}
 MOHD BORHANUNDIN ZAKARIA¹

¹ Fakulti Pengajian Kontemporari Islam, Universiti Sultan Zainal Abidin,
 Kampus Gong Badak, 21030 Kuala Nerus Terengganu.

² Jabatan Syariah dan Ekonomi, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya

*Corresponding author: jazlan@unisza.edu.my

Received Date: 7 November 2015 • Accepted Date: 28 April 2015

Abstract

Several Shariah issues arose as a result of the implementation of e-commerce which prompted contemporary jurists to seek ijihad to unravel those issues. Among the Shariah issues identified are what form of contract occurs ?, what is the status of the goods sold? and the extent of eligibility of the contracting party ?. The objective of this study is to identify the form of contract that occurs, the existence of goods for sale and the qualifications of the contracting parties in e-commerce transactions. The methodology of this study involves the collection of information from books, magazines, newspapers and websites and based on the experience and observations of researchers who conduct e-commerce transactions with the company Mphonline, a company that conducts online book sales in Malaysia. This study found that e-commerce conceptually is in line with Islamic transactions in terms of the form of contract that occurs, the status of goods for sale and the qualifications of the party doing the contract as discussed by the previous jurists.

Keywords: Shariah issues, e-dagang, online, Mpholine, conceptually Islam

Abstrak

Beberapa isu Syariah muncul ekoran daripada pelaksanaan e-dagang yang mendorong para ahli fiqh kontemporari berusaha melakukan ijihad bagi merungkai isu-isu tersebut. Antara isu-isu Syariah yang dikenalpasti adalah apakah bentuk kontrak yang berlaku ?, bagaimana status barang jualan ? dan sejauh mana kelayakan pihak yang melakukan kontrak ?. Objektif kajian ini adalah untuk mengenalpasti bentuk kontrak yang berlaku, kewujudan barang jualan dan kelayakan pihak yang berkontrak dalam transaksi e-dagang. Metodologi kajian ini melibatkan pengumpulan maklumat daripada buku-buku, majalah-majalah, surat khabar dan laman-laman web dan berdasarkan pengalaman dan pemerhatian pengkaji yang melakukan transaksi e-dagang dengan syarikat Mphonline iaitu sebuah syarikat yang menjalankan penjualan buku secara atas talian di Malaysia. Kajian ini mendapati e-dagang secara konsepnya adalah selaras dengan muamalah

Islam dari segi bentuk kontrak yang berlaku, status barang jualan dan kelayakan pihak yang melakukan kontrak sebagaimana yang dibincangkan oleh ahli-ahli fiqh terdahulu.

Kata kunci: Isu Syariah, e-dagang, atas talian, Mphonline, muamalah Islam.

Cite as: Ahmad Jazlan Mat Jusoh, Joni Tamkin Borhan & Mohd Borhanundin Zakaria. 2015. Isu-isu Syariah dalam Pelaksanaan E-Dagang. *Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporari* 10(1): 52-62.

PENGENALAN

Kemajuan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) membawa perubahan besar dalam budaya kehidupan manusia dari segenap segi. Antara perubahan besar yang berlaku adalah dari segi kemudahan untuk melakukan transaksi perniagaan yang tidak memerlukan pelanggan untuk keluar daripada rumahnya untuk membeli sesuatu barang keperluan. Cukup dengan memiliki sebuah gajet elektronik yang mempunyai sambungan capaian internet membolehkannya menjelajah ke segenap ceruk dunia untuk membeli barangan yang dihajati tanpa dikekang oleh masalah masa dan kos pengangkutan.

Bermula dari sini muncullah istilah e-dagang iaitu aktiviti perniagaan yang dilakukan secara elektronik tanpa memerlukan penjual bertemu secara langsung dengan pembeli bagi melaksanakan transaksi perniagaan. Memandangkan ia merupakan satu cara baru dalam melakukan transaksi perniagaan maka para ahli fiqh berhadapan dengan satu cabaran baru dalam menyata dan memperjelaskan hukum-hukum yang berkaitan dengan e-dagang. Cabaran tersebut adalah dalam bentuk memberi jawapan terhadap isu-isu Syariah yang timbul dalam pelaksanaan e-dagang seperti apakah hukum melakukan transaksi e-dagang yang mana perlu penjelasan tentang apakah jenis kontrak yang berlaku sama ada secara berlafaz, bertulis, perbuatan atau isyarat. Di samping itu juga memandangkan kontrak dalam e-dagang melibatkan antara dua pihak yang berada di dua tempat berlainan yang tidak melihat antara satu sama lain maka akan timbul persoalan berhubung bagaimana dengan status barang jualan sama ada ia wujud atau sebaliknya dan sejauh mana kelayakan pihak yang berkontrak.

Isu yang timbul berhubung dengan barang jualan dalam e-dagang ialah berkaitan hukum kontrak ke atas barang yang tidak dapat dilihat atau ghaib sama ada ia memang tiada dalam majlis kontrak atau ada dalam majlis kontrak itu tetapi ia tersembunyi. Begitu juga isu berhubung dengan barang-barang yang dijual secara e-dagang sama ada pada masa kontrak itu dilakukan, barangan tersebut telah ada atau belum ada. Isu berhubung dengan pihak yang berkontrak dalam e-dagang ialah bagaimanakah menentukan kelayakan dan kesahihan identiti mereka.

ISU SYARIAH PERTAMA: BENTUK KONTRAK E-DAGANG

Isu Syariah yang timbul berhubung apakah bentuk kontrak yang berlaku dalam e-dagang sama ada kontrak secara berlafaz, bertulis, perbuatan dan isyarat. Bagi menentukan bentuk kontrak e-dagang, boleh melihat kepada perantara yang digunakan untuk mengurusniaga secara e-dagang yang mana ia melibatkan penggunaan komputer. Oleh kerana dalam e-dagang berlakunya

kontrak secara digital yang mana komputer pembeli berinteraksi dengan komputer penjual dan setiap data yang dihantar melalui dua komputer tersebut boleh dicetak maka kontrak yang berlaku dalam e-dagang ialah kontrak secara bertulis (Zamzuri Zakaria dan Mat Noor Mat Zain 2003 : 532).

Kontrak secara bertulis merupakan satu bentuk kontrak yang telah dibincangkan oleh ahli-ahli fiqh sejak dahulu lagi di samping tiga lagi bentuk kontrak iaitu kontrak secara berlafaz, isyarat dan perbuatan (Badran t.th : 379). Ia merupakan salah satu cara melakukan kontrak dan dibenarkan oleh syarak bagi menggambarkan kehendak dua pihak yang berkontrak sama ada kedua-duanya mampu berkata-kata atau kedua-duanya tidak mampu berkata-kata atau salah seorang sahaja yang mampu berkata-kata. Begitu juga sama ada kedua-duanya berada dalam satu majlis atau mereka berdua berada di dua tempat yang berlainan (Madkur 1963 : 535-536).

Kontrak yang dilakukan secara bertulis antara dua pihak yang ghaib samalah seperti kontrak yang dilafazkan oleh dua orang hadir (al-Bacli t.th. : 98). Atas asas ini maka ahli-ahli perundangan Islam telah mengeluarkan satu kaedah am (Ibn al-Humam t.th : 79, Ibn cAbidin 1995 : 11) iaitu;

الكتاب كالخطاب

Maksudnya: Tulisan itu adalah sama dengan percakapan.

Apa yang penting dalam melakukan sebarang kontrak ialah lahirnya kehendak daripada dua orang yang berkontrak. Kehendak merupakan perkara dalaman yang hanya boleh dizahirkan dengan petunjuk-petunjuk luaran yang terdiri daripada kata-kata, perbuatan, tulisan dan isyarat (Shalabi 1983: 440). Kehendak ini penting kerana ia merupakan asas yang kepada konsep redha-meredhai yang terkandung dalam firman Allah (s.w.t);

Maksudnya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu makan harta orang lain dengan jalan yang batil, kecuali dengan perniagaan (jual beli) dengan suka sama suka di antara kamu.

(Al-Quran, al-Nisa', 4: 29)

Kontrak secara bertulis ini dibenarkan syarak asalkan ia memenuhi dua syarat iaitu *mustabinah wa marsumah* (al-Zuhayli 1989: 103). Maksud *mustabinah* ialah tulisan itu kekal yang mana ia ditulis di atas satu benda yang dapat mengekalkannya seperti kertas, papan tulis, tanah, ukiran di atas kayu dan tidak sah ditulis di atas air dan udara (al-Zarqa' 1998: 412). Manakala *marsumah* bermaksud tulisan itu ditulis dengan cara tulisan yang biasa diamalkan oleh orang ramai seperti dalam urusan surat-menyurat hari ini memadai surat itu mengandungi nama orang dikirim surat itu kepadanya dan nama atau tandatangan pengirim di akhirnya (al-Zarqa' 1998: 412).

Ciri pertama iaitu *mustabinah* terdapat pada kontrak e-dagang kerana setiap maklumat yang dihantar oleh komputer contohnya e-mel yang merupakan cara melakukan urusan surat-menyurat elektronik yang boleh dicetak. Ini bermakna tulisan e-mel itu kekal sama seperti asal tanpa apa-apa perubahan sekalipun tulisan itu cuma tidak dapat dibaca melainkan menggunakan skrin komputer atau setelah dicetak.

Begitu juga dengan ciri yang kedua iaitu *marsumah* kerana setiap e-mel yang dihantar mempunyai alamat penghantarnya kerana seseorang tidak boleh menghantar e-mel jika dia tidak mempunyai alamat e-mel. Secara perbandingan dengan amalan surat-menyurat biasa, alamat e-mel penjual dan pembeli samalah seperti nama atau tandatangan.

Hukum kontrak secara bertulis bukannya bermula semenjak penulisan surat itu tetapi sebaik sahaja ia sampai dan dibaca oleh penerima. Pada masa itulah tulisan itu diambil kira, penghantar surat itu dianggap telah membuat tawaran dan penerima dianggap telah menerima tawaran (al- Zarqa' 1998: 412). Oleh itu bagi ijab (tawaran) yang dilakukan secara bertulis kepada orang yang ghaib maka majlis kontrak bermula apabila orang tersebut membaca tulisan itu dan jika dia membuat penerimaan dalam majlis itu juga maka sempurna kontrak (al-Zarqa' 1998: 432). Jika dilakukan penerimaan dalam majlis kedua maka kontrak itu tidak sah (al-Zuhayli 1989: 109). Ini bermakna, majlis kontrak yang melibatkan orang yang ghaib yang dilakukan secara bertulis contohnya melalui surat-menyurat bermula apabila surat itu dibaca dan difahami lalu orang yang menerima itu bersetuju dalam majlis itu juga.

Walau bagaimanapun jika orang yang membaca surat itu tidak membuat penerimaan sehinggalah berakhirnya majlis kontrak kemudian dia mengulang membacanya sekali lagi dalam majlis yang lain dan membuat penerimaan maka kontrak itu menjadi sempurna. Pembacaan surat itu untuk kali yang kedua ini menunjukkan berlakunya pengulangan ijab (al-Sanhuri t.th: 59). Ini bermakna dalam kontrak e-dagang, apabila pembeli membuka kotak e-melnya dan mendapati terdapat e-mel daripada penjual, dia tidak semestinya melakukan qabul dalam majlis itu juga kerana dia boleh memutuskan untuk menerima ijab tersebut dalam majlis yang lain dengan syarat dia hendaklah membaca sekali lagi e-mel penjual.

Kesimpulannya bentuk kontrak yang berlaku dalam e-dagang adalah secara kontrak bertulis sebagaimana yang telah dibincangkan oleh ahli-ahli fiqh sejak dahulu lagi. Cuma mereka membincangkan kontrak bertulis dengan mendatangkan contoh secara surat menyurat sesuai dengan cara menulis pada zaman tersebut. Apa yang berlaku dalam kontrak e-dagang masih lagi dalam perbincangan ahli-ahli fiqh berhubung kontrak secara bertulis cuma caranya sahaja yang berbeza yang mana dengan kecanggihan teknologi terkini, sesuatu yang bertulis ini bukan sahaja boleh dirasa atau dipegang dengan dicetak malah ia boleh dilihat begitu sahaja menerusi skrin.

ISU SYARIAH KEDUA: BARANG JUALAN E-DAGANG

Terdapat dua persoalan yang timbul berhubung barang jualan dalam pelaksanaan e-dagang. Dua persoalan tersebut adalah:

- i. Hukum melakukan kontrak ke atas suatu barang yang ghaib.
- ii. Hukum melakukan kontrak ke atas barang yang masih belum ada.

Melakukan kontrak ke atas barang yang ghaib sudah pastinya berlaku dalam e-dagang kerana majlis kontrak e-dagang tidak melibatkan pertemuan fizikal antara pembeli dan penjual. Kontrak yang berlaku pula ialah kontrak secara bertulis yang sudah semestinya tidak melibatkan kehadiran subjek kontrak semasa majlis kontrak berlangsung. Berhubung dengan

hukum melakukan kontrak ke atas barang yang ghaib, para ahli fiqh telah pun membincangkan perkara ini yang mana berlaku perselisihan pendapat dalam kalangan mereka.

Menurut Mazhab Hanafi, sesiapa yang membeli suatu barang yang tidak dilihatnya (ghaib) maka jual beli itu sah dan dia mempunyai hak khiyar untuk meneruskan jual beli itu atau tidak tanpa mengira barang tersebut menepati sifat-sifat yang dinyatakan atau sebaliknya (Ibn al-Humam t.th.: 137-138). Mazhab Maliki pula mengatakan sah jual beli barang yang ghaib tetapi disyaratkan dinyatakan sifatnya sekiranya barang tersebut tiada dalam majlis kontrak. Jika barang tersebut ada dalam majlis maka tidak sah jual beli dengan dinyatakan sifatnya sahaja yang mana barang itu mesti dilihat kecuali kalau barang itu dibuka ia boleh mendatangkan kerosakan. Apabila barang tersebut memenuhi sifat-sifat yang dinyatakan maka jual beli itu mengikat tetapi jika ia tidak menepati sifat yang dinyatakan maka pembeli berhak memulangkannya semula kepada penjual (al-Dardir t.th.: 42-43).

Mazhab Hanbali sependapat dengan Mazhab Maliki yang mana mereka mengatakan sah jual beli barang yang ghaib asalkan dinyatakan sifat-sifatnya seperti dalam jual salam (al-Buhuti t.th.: 163). Manakala Mazhab Shafi'i pula mengikut pendapat pertama mengatakan bahawa tidak sah sama sekali jual beli barang yang ghaib iaitu barang yang tidak dilihat oleh kedua-dua orang yang berkontrak atau salah seorang daripada mereka sekalipun barang itu ada semasa majlis kontrak kerana terdapat unsur-unsur penipuan. Pendapat kedua pula menyatakan bahawa sah jual beli barang yang ghaib dengan syarat hendaklah dinyatakan sifat-sifatnya dan pembeli mempunyai hak khiyar sebaik sahaja melihatnya (al-Khatib al-Sharbini.t.th.: 18).

Berdasarkan perbincangan ahli-ahli fiqh di atas boleh disimpulkan pendapat Mazhab Hanafi adalah mudah dan agak longgar kerana membenarkan jual beli barang yang ghaib sama ada dinyatakan sifatnya atau tidak malah jika barang tersebut disifatkan sekalipun, pembeli masih mempunyai hak khiyar setelah melihatnya sekalipun barang tersebut memenuhi sifat-sifat yang dipersetujui. Manakala pendapat Mazhab Maliki dan Mazhab Hanbali dalam salah satu pendapat lebih ketat kerana hanya membenarkan jual beli barang yang ghaib jika dinyatakan sifatnya. Pendapat pertama Mazhab Shafi'i adalah yang paling ketat kerana tidak membenarkan sama sekali jual beli barang yang ghaib.

Pendapat Mazhab Maliki, Hanbali dan pendapat kedua Mazhab Shafi'i amat praktikal dan sesuai sekali diamalkan dalam transaksi e-dagang kerana sifat e-dagang yang melibatkan transaksi barang yang tidak nampak semasa akad berlaku cuma barang tersebut dinyatakan sifat atau cirinya sahaja. Kalau berdasarkan pendapat Mazhab Hanafi adalah terlalu mudah sehingga membenarkan jual beli barang ghaib sekalipun tidak dinyatakan sifatnya manakala pendapat pertama Mazhab Shafi'i adalah terlalu ketat sehingga tidak membenarkan sama sekali jualan barang yang ghaib yang membawa maksud tidak boleh dilakukan urusan niaga secara e-dagang

Berdasarkan pelaksanaan e-dagang oleh syarikat yang terlibat dalam e-dagang contohnya syarikat Mphonline, ia memuatkan ke dalam laman webnya senarai buku yang dijual yang lengkap dengan harga, nama penerbit, jenis kulit sama ada tebal atau nipis, tahun terbitan, bilangan muka surat dan nombor sirinya (<http://www.mphonline.com/> 28 Jun 2015). Kesemua ini merupakan sifat-sifat buku tersebut dan ini menunjukkan pendekatan yang digunakan oleh syarikat dengan menawarkan jualan buku lengkap dengan sifat-sifatnya ini adalah selaras dengan pendapat Mazhab Maliki, Hanbali dan pendapat kedua dalam Mazhab Shafi'i.

Cuma persoalan yang timbul sama ada penyenaian buku-buku dalam laman web menunjukkan buku itu telah ada dalam simpanan syarikat atau akan hanya diperoleh apabila

mendapat pesanan. Berdasarkan apa yang berlaku di syarikat Mphonline, pada setiap buku yang disenaraikan pada laman web, syarikat menyatakan kebersediaan (availability) buku itu untuk dihantar. Menurut syarikat, kebersediaan bermaksud anggaran masa yang perlu diambil oleh syarikat bagi membolehkan buku tersebut sedia dihantar kepada pelanggan. Sebagai contoh jika kebersediaan itu dinyatakan satu hingga dua (1-2) hari, ia bermakna syarikat mengambil masa selama satu hingga dua hari untuk mendapatkan buku tersebut selepas mendapat pengesahan pesanan pembeli sebelum ia dihantar kepada pembeli. Kebersediaan ini berbeza untuk satu buku dengan buku yang lain.

Oleh kerana syarikat tidak menyatakan sama ada buku yang disenaraikan olehnya di dalam laman web itu memang telah ada dalam stok atau akan hanya diperolehi selepas mendapat pengesahan pesanan pembeli maka boleh disimpulkan bahawa subjek kontrak dalam urusan e-dagang Mphonline masih berada dalam status barang belum ada lagi (ghayr mawjud). Ini menyebabkan timbulnya persoalan yang kedua berhubung barang jualan secara e-dagang jika ia belum ada (ghayr mawjud) semasa kontrak e-dagang berlangsung.

Barang jualan e-dagang terdiri daripada pelbagai jenis seperti barang yang tahan lama seperti buku dan barang yang tidak tahan lama seperti barang basah yang terdiri daripada ikan, daging dan sayur-sayuran. Barang yang tahan lama mungkin telah ada dalam stok penjual atau sebaliknya semasa dipesan oleh pembeli. Pada masa yang sama bagi barang yang tidak tahan lama seperti sayur-sayuran, ikan dan daging pada kebiasaannya ia masih belum ada lagi semasa pesanan dibuat pembeli.

Bagi membuktikan kenyataan ini, penjual yang terlibat dengan barang basah (perishable goods) tidak akan mendapatkan barang yang tidak tahan lama seperti sayur-sayuran melainkan pembeli membuat pesanan terlebih dahulu. Tujuannya untuk memastikan kesegaran dan kualiti produk yang dihantar kepada pembeli (S. L. Huff et. al 2000 : 254). Berdasarkan kenyataan ini, semasa pembeli membuat pesanan, barang tersebut masih belum ada lagi di tangan penjual.

Berhubung dengan penjualan barang yang masih belum ada lagi semasa kontrak, ahli-ahli fiqh tidak sependapat yang mana terdapat dua pendapat di kalangan mereka. Pendapat pertama yang merupakan pendapat jumur menyatakan syarat sah barang jualan ialah ia mesti ada semasa kontrak itu berlangsung dan tidak sah jual beli barang yang belum ada (al-Buti 1998 : 58). Asas kepada pendapat ini ialah larangan Rasulullah (s.a.w) dalam Hadith berikut :

لا تبع ما ليس عندك

Maksudnya: Jangan kamu jual barang yang kamu masih belum ada.

(Hadith riwayat al-Tirmidhi, Kitab al-Buyuc, Bab Maa Jaa fi Karahiyyah Baic Maa Laisa cIndah, No. Hadith 1250)

Walau bagaimanapun mereka membenarkan jual beli barang yang belum ada melalui cara jual salam (al-Buti 1998 : 58). Pendapat kedua pula yang merupakan pendapat sebahagian ahli-ahli fiqh Mazhab Hanbali yang terdiri daripada Ibn Qayyim dan Ibn Taymiyyah yang membenarkan jual beli barang yang belum ada asalkan kontrak jual beli itu menentukan sifat barang tersebut dan tiada penipuan (al-Zuhayli.1989 : 429).

Mereka berpendapat demikian atas alasan larangan Rasulullah s.a.w. terhadap jual beli barang yang belum ada adalah bagi mengelakkan penipuan dan bimbang kemungkinan berlaku

perbalahan antara pihak yang berkontrak. Sekiranya suatu barang yang asalnya tiada itu berkemungkinan ada pada masa hadapan dan boleh diserahkan maka kontrak itu sah kerana ciri tipu telah hilang (Badran t.th. : 425).

Antara dua pendapat ini sebenarnya tidak berlaku pertentangan kerana pendapat pertama walaupun melarang jual beli barang yang belum ada tetapi larangan itu bukanlah secara mutlak kerana membuat pengecualian bagi jual beli barang yang belum ada melalui cara jual secara salam. Pendapat kedua pula walaupun membenarkan jual beli barang yang masih belum ada tetapi kebenaran itu bukan juga secara mutlak kerana ia mensyaratkan perlu disebut dalam kontrak jual beli sifat barang tersebut dan ini sebenarnya merupakan jual salam mengikut pandangan jumah. Kesimpulannya tidak berlaku perbezaan antara pendapat pertama dan kedua yang mana kedua-duanya membenarkan jual beli barang yang belum ada secara jual salam dan tidak sah jika dilakukan secara jual beli biasa.

Berdasarkan perbincangan ahli-ahli fiqh berhubung kontrak barang yang belum ada, hukumnya diharuskan jika dilakukan secara jual salam. Melihat kepada apa yang diamalkan dalam dunia perniagaan hari ini yang mana apabila seorang pembeli berhajat untuk memiliki sesuatu barang, dia akan membuat pesanan (order) kepada peniaga. Peniaga akan memproses pesanan tersebut dan setelah berpuashati dengan pesanan itu khususnya jaminan pembayaran, dia akan menghantar barang itu kepada pembeli maka sempurna jual beli. Jika dia belum berpuashati, dia boleh menghubungi pembeli bagi mendapatkan maklumat yang lebih lanjut atau untuk memastikan dia sedang berurusan dengan pembeli yang sebenar.

Order bermaksud permintaan membuat atau membekalkan barang-barang; pesanan (Hornby 2001 : 1284). Berdasarkan maksud ini, pesanan yang diamalkan dalam urusan perniagaan hari ini adalah merujuk kepada jual salam tanpa mengira sama ada barang yang dipesan itu telah ada atau masih belum ada lagi. Oleh kerana pesanan (order) itu merujuk kepada jual salam maka pelaksanaan e-dagang oleh Mphonline adalah menepati dan mematuhi kehendak syarak maka proses ini sah dan harus mengikut syarak.

Para ahli fiqh telah membincangkan perkataan yang boleh digunakan dalam kontrak jual salam. Mengikut Mazhab Hanafi, Maliki dan Hanbali terdapat tiga perkataan yang boleh digunakan dalam kontrak jual salam iaitu salam (مسلًا), salaf (فلسًا) dan jual beli (عيبًا) (al-Zuhayli. 1989: 599). Manakala dalam Mazhab Shafici pula terdapat dua pendapat. Pendapat pertama mengatakan kontrak salam tidak boleh berlaku melainkan dengan perkataan salam dan salaf sahaja kerana menurut mereka salam bukanlah jual beli maka tidak sah dengan menggunakan perkataan jual beli. Manakala pendapat kedua pula mengatakan kontrak salam boleh berlaku dengan perkataan jual beli di samping salam dan salaf kerana kontrak salam adalah satu daripada bentuk jual beli yang memerlukan adanya penerimaan dalam majlis kontrak (al-Zuhayli 1989 : 599). Oleh kerana pesanan (order) bermaksud permintaan membuat atau membekalkan barang -barang; pesanan maka ia termasuk dalam makna salam dan salaf mengikut perbincangan ahli-ahli fiqh.

Walaupun syarikat tidak menyatakan urusan niaganya adalah berasaskan jual salam namun amalan syarikat dalam berurusan niaga dengan pembeli telah menunjukkan berlaku kontrak jual salam. Syarikat mensyaratkan pembeli membayar terlebih dahulu harga buku yang dipesan beserta kos penghantarannya menggunakan kad kredit atau menggunakan kemudahan pembayaran perbankan internet. Pembayaran ini dilakukan oleh pembeli semasa dia membalas e-mel penjual tadi dengan menyatakan butiran kad kreditnya atau mengikut prosedur

pembayaran perbankan internet. Begitu juga dengan subjek kontrak iaitu buku yang disenaraikan dalam web, ia telah memenuhi syarat jual salam kerana telah dinyatakan sifat-sifat malah disertakan dengan gambarnya sekali.

ISU SYARIAH KETIGA: KELAYAKAN PIHAK YANG BERKONTRAK

Kelayakan pihak yang berkontrak penting kerana ia akan menentukan sama ada sah atau tidak sesuatu kontrak. Oleh yang demikian, perbincangan tentang pihak yang berkontrak merupakan tajuk yang dibincangkan secara panjang lebar oleh ahli-ahli fiqh sekalipun mereka tidak sependapat dalam menentukan sama ada ia merupakan rukun kontrak atau bukan. Dalam menentukan rukun kontrak ahli-ahli fiqh berbeza pendapat.

Mengikut jumhur ahli-ahli fiqh yang terdiri daripada Mazhab Maliki, Shafici dan Hanbali, rukun kontrak terdiri daripada tiga iaitu orang yang berkontrak (penjual dan pembeli), subjek kontrak (barang dan harga) dan sighah kontrak (ijab dan qabul) (al-Dardir t.th. : 2, al-Khatib al-Sharbini t.th:3, al-Buhuti t.th. : 3). Manakala Mazhab Hanafi pula berpendapat rukun kontrak satu sahaja iaitu sighah kontrak (ijab dan qabul) (al-Kasani 1997 : 530)

Walaupun di kalangan ahli-ahli fiqh berlaku perbezaan pendapat berhubung bilangan rukun kontrak tetapi mereka sepakat menyatakan ketiga-tiga perkara iaitu sighah kontrak (ijab dan qabul) subjek kontrak (barang dan harga) dan orang yang berkontrak (penjual dan pembeli) merupakan asas (muqawwamat) kontrak kerana kontrak tidak sah melainkan dengan adanya ketiga-tiga perkara tersebut (al-Buti 1998 : 33).

Bagi membolehkan sesuatu kontrak dianggap sah oleh syarak, setiap orang yang berkontrak mestilah berkelayakan untuk melaksanakan kontrak. Semua ahli-ahli fiqh sepakat tentang keperluan orang yang berkontrak mempunyai keahlian (ahalliyyah) bagi membolehkan kontrak itu diambil kira dan mendatangkan kesan. (al-Buti 1998: 43).

Syarat bagi kelayakan yang sepenuhnya untuk mengadakan kontrak tanpa memerlukan persetujuan daripada orang lain, pihak yang berkontrak mestilah seorang yang baligh, berakal dan matang (rashid) (al-Baclı t.th.: 160). Maksud matang (rashid) mengikut Mazhab al- Shafici ialah seseorang itu mestilah mempunyai kepandaian dalam menguruskan harta dan dia juga mesti baik dari segi agama (al-Khatib al-Sharbini t.th.: 7). Ini bermakna jika dia seorang yang pandai menguruskan harta tetapi fasik maka dia bukan seorang yang matang (rashid). Pandangan ini berbeza dengan pandangan mazhab-mazhab lain yang mengatakan fasik tidak menjejaskan kelayakan seseorang asalkan dia pandai menguruskan harta (al-Baclı t.th.: 160).

Berhubung dengan jual beli kanak-kanak yang belum mumayyiz, para ahli fiqh sependapat mengatakan bahawa jual beli yang dilakukan oleh golongan ini tidak sah melainkan barangan yang rendah nilainya (al-Zuhayli. 1989: 500). Bagi kanak-kanak yang telah mumayyiz pula mereka berbeza pendapat. Mazhab Hanafi, Maliki dan Hanbali menyatakan sah kontrak jual beli yang dilakukan oleh kanak-kanak yang mumayyiz tetapi kontrak itu tidak mengikat melainkan dengan keizinan walinya (al-Kasani 1997 : 533, al-Dardir t.th.: 18, al-Buhuti t.th.: 151). Cuma Mazhab Hanbali mensyaratkan keizinan wali mestilah diperolehi sebelum kontrak (al-Buhuti t.th.: 151).

Mazhab Shafici pula mengatakan orang yang berkontrak mestilah telah baligh dan berakal. Tidak sah kontrak yang dilakukan oleh kanak-kanak yang belum baligh, orang gila dan orang yang bodoh (al-Khatib al-Sharbini.t.th.: 7). Ini bermakna, mengikut pendapat ini kontrak

yang dilakukan oleh kanak-kanak yang mumayyiz tidak sah kerana dia masih belum baligh. Berdasarkan dua aliran pendapat ini, pendapat Mazhab Shafici adalah lebih ketat kerana mensyaratkan seseorang yang berkontrak itu mestilah telah baligh berbanding pendapat jumhur yang menyatakan sah kontrak yang dilakukan kanak-kanak mumayyiz asalkan diizinkan oleh walinya.

Memandangkan kontrak e-dagang melibatkan antara dua pihak yang tidak mengenali antara satu sama lain maka menjadi suatu yang agak sukar bagi penjual untuk memastikan identiti pembeli dan begitulah sebaliknya. Bagi membolehkan satu pihak mengetahui identiti satu pihak lagi, apa yang biasa diamalkan dalam e-dagang hari ini ialah penjual menyediakan satu borang pendaftaran elektronik pada laman web untuk diisi oleh pembeli butiran peribadinya seperti nama, alamat surat-menyurat, alamat e-mel dan nombor telefon.

Perincian tentang butiran peribadi yang diperlukan oleh penjual mungkin berbeza antara laman-laman web e-dagang. Antara faktor yang mempengaruhi perbezaan butiran peribadi yang diperlukan oleh penjual ialah bentuk barang yang dipesan. Bagi barang yang perlu dihantar secara fizikal memerlukan sekurang-kurangnya pembeli menyatakan nama dan alamatnya (Whiteley 2000: 198).

Dalam bahagian Penafian (Disclaimer), syarikat menyatakan perkara berikut berhubung undang-undang yang mengawal dan perundangan yang dipakai dalam transaksi:

Governing Law and Jurisdiction

You agree that all contracts between you and MPHONLINE.COM will be deemed for all purposes to have been concluded in Malaysia.

You agree that these Terms and the Conditions of Sale will be governed exclusively by the law of Malaysia without regard its conflict of law rules and that you irrevocably submit to the exclusive jurisdiction of the Courts of Malaysia.”

(<http://www.mphonline.com/disclaimer/dis.aspx>, 28 Jun 2015)

Berdasarkan kehendak perundangan di Malaysia iaitu Seksyen 11, Akta Kontrak 1950 yang menyatakan : Setiap orang adalah layak membuat kontrak sekiranya dia telah dewasa mengikut undang-undang dirinya, berakal sempurna dan tidak hilang kelayakan untuk membuat kontrak mengikut mana-mana undang-undang yang dikenakan ke atasnya.

Ini bermakna seorang yang belum dewasa atau tidak siuman atau telah hilang kelayakan adalah tidak berhak untuk melakukan sebarang bentuk kontrak. Bagi menentukan umur dewasa pula, Seksyen 33, Akta Umur Dewasa 1971 menyatakan seseorang itu dikatakan mencapai usia dewasa apabila beliau berumur lapan belas tahun.

Syarat ini adalah selaras dengan pendapat ahli-ahli fiqh berhubung dengan umur baligh kerana ia merupakan umur maksimum baligh mengikut perbincangan mereka sekalipun mereka berbeza-beza pendapat dalam menentukan umur baligh tersebut. Pada hari ini, kebiasaannya seseorang yang telah mencapai usia lapan belas tahun telah mencapai kematangan fikiran dan boleh menguruskan hartanya dengan baik. Syarat ini bertujuan untuk memastikan hanya mereka yang layak dan telah cukup umur dewasa sahaja berhak untuk berurusanniaga dengan syarikat dan seterusnya mengelakkan daripada berlaku penipuan.

Sekalipun syarikat mensyaratkan pembeli mematuhi perundangan dari segi kelayakan umur untuk melakukan transaksi perniagaan iaitu mestilah berumur lapan belas tahun ke atas namun masih timbul persoalan sejauh mana kejujuran pembeli tersebut kerana dia tidak bertemu secara langsung dengan penjual. Kemungkinan boleh berlaku pemalsuan identiti apabila terdapat pihak yang ketiga yang menyamar sebagai pembeli dengan menggunakan identiti orang lain lalu melakukan transaksi perniagaan dengan menggunakan identiti orang lain. Satu cadangan penyelesaian bagi merungkai permasalahan ini adalah pihak syarikat boleh mensyaratkan pelanggan yang mahu membeli daripada syarikat perlu membuat pengakuan bahawa identiti yang dinyatakan dalam borang biodata pelanggan adalah identiti pelanggan yang sebenarnya dan sebarang pemalsuan identiti adalah tertakluk kepada tindakan undang-undang.

Terdapat juga kemungkinan adanya pihak yang tidak bertanggungjawab membina laman web e-dagang palsu yang berpura-pura menjual sesuatu barangan. Masalah yang timbul adalah kalau ada pelanggan yang terpedaya yang tanpa usul periksa terus membuat pesanan melalui laman web palsu dengan menyerahkan nombor kad kreditnya sebagai pembayaran. Oleh kerana identiti penjual tidak pasti, ini akan menyusahkan pembeli tadi untuk membuat laporan penipuan. Bagi mengatasi masalah ini pihak berkuasa boleh mengenakan satu peraturan yang mensyaratkan setiap peniaga secara e-dagang perlu mendaftarkan perniagaan mereka bagi memastikan urusan mereka mematuhi perundangan dan memudahkan diambil tindakan terhadap pihak yang bertindak menyalahi undang-undang.

KESIMPULAN

Kontrak e-dagang menimbulkan persoalan-persoalan yang memerlukan pemerhatian dan penelitian terhadap pelaksanaannya bagi mengaitkannya dengan muamalah Islam yang telah dibincangkan secara mendalam oleh ahli-ahli fiqh sejak dari dahulu lagi. Kaitan antara pelaksanaan e-dagang dengan hukum-hakam muamalah Islam perlu dilakukan bagi mengenalpasti aspek-aspek yang selaras dan yang tidak selaras dan seterusnya memberi penyelesaian kepada persoalan-persoalan yang timbul.

Walaupun dari segi konsepnya, e-dagang harus menurut muamalah Islam namun adalah tidak tepat untuk menjadikan hukum harus ini meliputi keseluruhan aktiviti e-dagang yang berlaku hari ini tanpa melihat kepada pelaksanaannya secara langsung oleh syarikat-syarikat yang terlibat. Kajian langsung terhadap syarikat-syarikat yang terlibat dalam e-dagang memberikan kefahaman yang mendalam tentang operasi e-dagang bagi mengaitkan dengan hukum syarak.

Oleh kerana kajian pelaksanaan e-dagang yang dinyatakan dalam perbincangan ini hanya melibatkan sebuah syarikat sahaja iaitu Mphonline adalah tidak tepat untuk menjadikan ia sebagai model kepada penilaian hukum-hakam muamalah Islam terhadap syarikat-syarikat lain yang terlibat dengan e-dagang. Ini kerana pelaksanaan e-dagang antara satu syarikat dengan syarikat lain adalah berbeza bergantung kepada beberapa faktor seperti jenis barang yang diniagakan, cara pembayaran dan pihak yang terlibat. Di samping itu terdapat beberapa syarikat yang menjalankan perniagaan secara e-dagang hari ini terlibat dalam jenis-jenis perniagaan yang tidak selaras dengan Islam seperti menjual minuman keras, majalah-majalah lucah dan perkhidmatan perjudian secara atas talian.

RUJUKAN

- al-Bacli, cAbd al-Hamid Mahmud. (t.th.) Dawabit al-cuqud: dirasat muqaranat fi al-fiqh al-islami wa muwazanah bi al-qanun al-wadci wa al-fiqh. Kahera : Maktabat al-Wahbah.
- al-Buhuti, Mansur ibn Yunus. (t.th.) Kashshaf al-qinac can matn al-ignac. t. tp: Maktabat al-Nasr al-Hadithah.
- al-Buti, Muhammad Tawfiq Ramadan, (1419H/1998). al-Buyuc al-shaichah wa athar dawabit al-mabic cala sharciyyatiha. Damshik: Dar al-Fikr.
- al-Dardir, Abu al-Barakat Ahmad bin Muhammad. (t.th). al-Sharh al-saghir. Mesir : Dar al-Macarif.
- al-Kasani, cAla' al-Din Abu Bakr bin Mascud. (1418H/1997). Bada'I' al-sana'ic fi tartib al-sharaic. Beirut : Dar al-Kutub al-cIlmiyyah.
- al-Khatib al-Sharbini, Shams al-Din Muhammad bin Muhammad. (t.th.) Mughni al-muhtaj. t.tp.: Dar al-Fikr. Madkur, Muhammad al-Salam. (1383H/1963). al-Madkhal li al-fiqh al-islami : tarikhuh wa masadiruh wa nazariyyatuh al-cammah. Kaherah : Dar al-Nahdah al-CArabi
- al-Sanhuri, cAbd al-Razzak. (t.th.) Masadir al-haq fi al-fiqh al-islami. Beirut: Majmac al-cIlm al-cArabi al-Islami.
- al-Tirmidhi, Muhammad bin cIsa. (t.th.). al-Jamic al-sahih. Beirut: Dar Ihya al-Turath al-cArabi.
- al-Zarqa', Mustafa Ahmad, (1418H/1998). al-Madkhal al-fiqh al-cam. Damshik : Dar al-Qalam.
- al-Zuhayli, Wahbah. (1409H/1989). al-Fiqh al-islami wa adillatuh. Beirut: Dar al-Fikr.
- Badran, Abu al-cAynayn. (t.th.) al-Sharicah al-islamiyyah tarikhuha wa nazariyyat al-milkiyyah wa al-cuqud. Iskandariah : Muassasat Shabab al-Jamicah.
- David Whitely. (2000). E-commerce: strategy, technologies and aplications. London : The McGraw-Hill Companies.
- Huff, S.L., Wade, M., Parent, M., Schneberger, S. & Newson, P. (2000). Cases in electronic commerce. Boston: Irwin Mcgraw Hill.
- Ibn al-Humam, Kamal al-Din Muhammad ibn cAbd al-Wahid. (t.th.) Fath al-qadir. Mesir : Matbacah Mustafa Muhammad.
- Ibn cAbidin, Muhammad Amin. (1995). Hashiat radd al-muhtar cala al-durr al-mukhtar. Beirut: Dar al-Fikr.
- Mphonline.com, <http://www.mphonline.com/disclaimer/dis.aspx> (28 Jun 2015)
- Shalabi, Muhammad Mustafa. (1404 H/ 1983). al-Madkhal fi al-tacrif bi al-fiqh al-islami wa qawa'id al-milkiyyah wa al-cuqud fih. Beirut: Dar al-Nahdah al-'Arabiyyah.
- Zamzuri Zakaria dan Mat Noor Mat Zain (2003). dalam Prosiding Seminar Kebangsaan Fiqh Semasa 2003. Kuala Lumpur: Mashii Publication.