

PEMBANGUNAN MODEL TRANSAKSI E-DAGANG PATUH SYARIAH BERASASKAN RUKUN JUAL BELI

DEVELOPMENT OF A SHARIAH-COMPLIANT E-COMMERCE TRANSACTION MODEL BASED ON THE PILLARS OF SALE

Roshaimizam bin Suhaimi¹
Hisyam bin Mohd Radzi²
'Imaaduddin bin Abdul Halim³
Muhammad bin Che Saad⁴
Dahlan bin Abdullah⁵
Saiful Nizam bin Warris⁶

¹Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Pulau Pinang, Malaysia, (E-mail: roshaimizam@uitm.edu.my)

² Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Pulau Pinang, Malaysia, (E-mail: hisyamr@uitm.edu.my)

³ Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Pulau Pinang, Malaysia, (E-mail: imaaduddin@uitm.edu.my)

⁴ Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Pulau Pinang, Malaysia, (E-mail: muhammad247@uitm.edu.my)

⁵ Fakulti Pengurusan Hotel dan Pelancongan, Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Pulau Pinang, Malaysia, (E-mail: dahla707@uitm.edu.my)

⁶ Jabatan Sains Komputer dan Matematik, Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Pulau Pinang, Malaysia, (E-mail: saifulwar@uitm.edu.my)

Article history

Received date : 23-2-2026

Revised date : 24-2-2026

Accepted date : 28-4-2026

Published date : 16-6-2026

To cite this document:

Suhaimi, R., Mohd Radzi, H., Abdul Halim, I., Che Saad, M., Abdullah, D., & Warris, S. N. (2026). Pembangunan model transaksi e-dagang patuh Syariah berasaskan rukun jual beli. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, 11 (83), 344 – 357.

Abstrak: Perkembangan dan kepesatan pasaran e-dagang atau jual beli dalam talian tidak dapat diketepikan dalam situasi semasa hari ini. Kecanggihan dunia teknologi dan komunikasi menjadi pemangkin kepada kerancakan pasaran e-dagang di seluruh dunia termasuklah di Malaysia. Pasar digital telah menjadi satu kaedah terbaik dan produktif bagi aktiviti jual beli di serata dunia hari ini. E-dagang adalah aktiviti jual beli yang biasa dilakukan melainkan kaedah sahaja yang berlainan kerana dilakukan secara dalam talian melalui rangkaian internet. Memandangkan e-dagang tertakluk juga kepada prinsip asas aktiviti jual beli, maka menurut persektif fiqh ianya tertakluk juga kepada rukun jual beli menurut fiqh muamalat. Kajian ini dijalankan dengan tujuan membangunkan satu kerangka asas bagi pembangunan model transaksi e-dagang patuh syariah dengan menjadikan rukun jual beli menurut fiqh sebagai landasan utama teorinya. Selain itu, teori dan model lain yang berhubungan juga dianalisis seperti syarat-syarat jual beli, akad al-salam dan Model SCE. Berteraskan prinsip-prinsip tersebut maka kajian ini dijalankan dengan menggunakan kaedah kajian kualitatif dengan membuat penelitian terhadap sumber-sumber primer dan sekunder bagi menyokong teori-teori yang dibincangkan. Oleh itu, hasil akhir kajian telah mencadangkan satu kerangka

model dengan teras penting yang mendasarinya bagi membangunkan satu model transaksi e-dagang patuh syariah.

Kata kunci: *Bayn al-gha'ibin, Majlis akad, Rukun akad, Gharar, Tawaran dan Penerimaan*

Abstract: *The rapid development and expansion of the e-commerce market cannot be overlooked in today's context. The advancement of technology and communication has become a catalyst for the growth and dynamism of the e-commerce market worldwide, including in Malaysia. The digital marketplace has emerged as one of the most effective and productive methods for conducting buying and selling activities globally. E-commerce is essentially a form of trade that is commonly practiced, with the primary difference being that it is conducted online through internet networks. Since e-commerce is also subject to the fundamental principles of sale and purchase, from a fiqh perspective it is likewise governed by the pillars (rukun) of sale according to fiqh al-muamalat. This study was conducted with the aim of developing a foundational framework for the construction of a Shariah-compliant e-commerce transaction model, using the pillars of sale in fiqh as its main theoretical foundation. In addition, related theories and models were also analyzed, including the conditions of sale, the contract of al-salam, and the SCE Model. Based on these principles, this study employed a qualitative research methodology by examining primary and secondary sources to support the theories discussed. Consequently, the final outcome of this study proposes a framework model with essential underlying components for the development of a shariah-compliant e-commerce transaction model.*

Keywords: *Bay' al-gha'ibin, majlis al-'aqd, pillars of contract, gharar, offer and acceptance.*

Pendahuluan

Pembentukan akad e-dagang melibatkan sekurang-kurangnya dua pihak yang saling berjauhan semasa proses pembentukan akad dijalankan. Sifat akad tersebut yang dilaksanakan melalui perantaraan elektronik memerlukan mereka berinteraksi melalui internet disebabkan kedudukan yang terpisah dan berjauhan. Pembentukan akad dilaksanakan dalam situasi pihak berakad tidak berinteraksi secara bersemuka antara satu sama lain. Namun demikian, rukun dan syarat yang terkandung dalam akad e-dagang secara prinsipnya adalah sama sebagaimana rukun dan syarat sah jual beli. Nasrul Hisyam (2008), Muhd Rosydi dan Marjan (2013) dan Ahmad Jazlan et al. (2015) menyatakan adalah lebih sesuai dan praktikal untuk akad e-dagang menerima pakai bentuk akad *bayn al-gha'ibin* sebagai asas penentuan bagi memenuhi syarat-syarat sah akad tersebut.

Oleh itu, rukun jual beli dalam fiqh menjadi tunjang bagi pembentukan teori rukun jual beli. Berpandukan kepada Najahudin (2016) yang menerima pakai teori hampir sama dikenali dengan Teori Rukun Akad (TRA) untuk pembangunan instrumen pelaburan emas patuh syariah. TRA tersebut adalah bersandarkan kepada rukun-rukun akad jual beli menurut pandangan jumhur fuqaha. Antara elemen yang dikenal pasti adalah rukun-rukun akad bagi membentuk dimensi dalam akad jual beli termasuklah dalam akad e-dagang.

Di samping itu, syarat-syarat sah jual beli yang bertujuan menyenaraikan syarat-syarat kepada rukun dalam melaksanakan akad jual beli adalah sesuai dipraktikkan dalam e-dagang. Ini kerana, akad e-dagang adalah juga satu bentuk jual beli biasa melainkan kaedah perantaraannya sahaja yang berlainan. Ada juga kajian yang mendapati e-dagang dianggap hampir menyamai

prinsip yang wujud dalam akad *al-salam* (Ainnur Hafizah et al., 2013; Zaharuddin, 2014). Ini juga membawa kepada hukum keharusan akad e-dagang dengan berlandaskan kepada keharusan *bay' al-salam* (Zaharuddin, 2014; Ahmad Jazlan et al., 2015). Teori akad jual beli ini juga perlu berpaksikan kepada perlindungan akad sebagai kaedah bagi melindungi kepentingan pengguna dalam melakukan jual beli.

Soroton Karya

Akad e-dagang melibatkan pihak berakad saling berjauhan atau dikenali sebagai akad *bayn al-gha'ibin* semasa proses pembentukan akad adalah diharuskan oleh syarak (Nor Adila & Nor Azlina, 2008; Nasrul Hisyam, 2008; Al-'Izz, 2008). Ini kerana, kemodenan dan kecanggihan penciptaan alatan komunikasi yang selari dengan kemunculan rangkaian internet menyaksikan transaksi perdagangan pada masa kini boleh dilaksanakan tanpa memerlukan pihak berakad bersemuka secara fizikal. Urus niaga tersebut dilaksanakan dalam bentuk *bayn al-gha'ibin* yang menemukan mereka melalui kaedah elektronik. Namun, akad e-dagang sama sahaja dengan akad jual beli yang telah sedia ada dipraktikkan iaitu persetujuan antara dua atau lebih pihak yang bertindak atas kapasiti sebagai pelaku *ijab* dan *qabul* dengan disusuli *qabul* bagi sesuatu subjek akad. Prinsip ini adalah perkara asas dalam pembentukan akad dalam mana-mana jenis undang-undang termasuklah perundangan Islam atau undang-undang sivil (Ahmad Shamsul, 2003). Cuma yang membezakan akad e-dagang adalah kaedah perantaraan yang digunakan menggunakan alatan seperti komputer, telefon pintar, rangkaian internet dan teknologi.

Elemen penting dalam akad e-dagang adalah sama sebagaimana bagi akad jual beli iaitu tawaran atau *ijab* dan penerimaan atau *qabul* perlu wujud bagi membentuk akad yang sah. Begitu juga, keperluan bagi kewujudan pihak yang berkontrak dan sesuatu yang menjadi subjek kepada pembentukan kontrak. Duryana (2011) menyatakan bahawa kontrak elektronik menjadi model kontrak kepada jual beli dan pembekalan produk serta perkhidmatan digital bagi kedua-dua pihak pembeli dan perdagangan. Kontrak elektronik adalah transaksi melalui kaedah elektronik yang dipersetujui oleh dua atau lebih pihak yang seterusnya dianggap satu perjanjian atau kontrak yang melibatkan pertukaran sesuatu produk. Di samping itu, aspek penting yang terdiri dari pihak berkontrak, subjek kontrak serta tawaran dan penerimaan menjadi asas kepada undang-undang kontrak Islam yang menunjukkan prinsip kepada akad e-dagang untuk mematuhi aspek syariah perlu dipastikan wujudnya aspek tersebut (Ahmad Shamsul, 2003; Nasrul Hisyam, 2008).

Nasrul Hisyam (2008) menyentuh secara khusus pembentukan akad e-dagang serta dikaitkan dengan pembentukan akad *bayn al-gha'ibin* berasaskan penggunaan alatan teknologi moden. Beliau menjelaskan bahawa kemunculan pelbagai peralatan teknologi moden telah mengubah kaedah manusia membentuk kontrak tanpa perlu menghadirkan diri secara fizikal. Kajian tersebut menghubungkan secara langsung teori jual beli dalam Islam yang berasaskan akad *bayn al-gha'ibin* dengan e-dagang bagi memastikan keharusan melaksanakan transaksi e-dagang. Keharusan bermuamalat menggunakan alatan sains dan teknologi adalah diharuskan dengan syarat segala peraturan yang telah ditentukan oleh syarak dipatuhi dengan sepenuhnya.

Asas keharusan akad e-dagang ini disokong oleh Nor Adila dan Nor Azlina (2008) yang menganalisis rukun jual beli iaitu *ijab* dan *qabul*, pihak berakad dan subjek akad dalam e-dagang menurut *fiqh* bagi memastikan akad tersebut menepati keperluan yang ditetapkan *fiqh*. Nor Adila dan Nor Azlina membandingkan antara teori akad menurut *fiqh* dengan elemen yang wujud dalam e-dagang dengan menumpukan perbincangan terhadap aspek syarat-syarat yang perlu dipatuhi bagi rukun akad. Syarat-syarat yang dinyatakan adalah saling berhubungan

dengan konsep jual beli dalam *fiqh* dengan praktis yang berlaku dalam e-dagang. Oleh itu, kajian tersebut menentukan prinsip bagi syarat-syarat sah jual beli yang sama antara akad jual beli konvensional dan e-dagang.

Siti Salwani (2007) membincangkan rukun-rukun dan syarat-syarat jual beli yang digariskan oleh *fiqh* iaitu *ijab* dan *qabul*, pihak yang berakad dan subjek akad. Penelitian selari bagi proses pembentukan akad antara jual beli konvensional dan e-dagang menghasilkan prinsip keharusan hukum kepada akad e-dagang serta prinsip yang bersesuaian dengan *fiqh* untuk diterima pakai dalam e-dagang. Manakala, Ahmad Jazlan et al. (2015) membincangkan aspek rukun akad dengan tujuan mengenal pasti bentuk akad yang berlaku, kewujudan barang jualan dan kelayakan pihak yang berakad dalam e-dagang. Menggunakan metodologi kajian yang berasaskan kajian literatur dan kajian kes syarikat MPH Bookstore sebuah syarikat yang menjalankan penjualan buku secara dalam talian di Malaysia. Kajian tersebut membincangkan perkaitan bentuk akad bertulis dengan e-dagang berasaskan ciri akad e-dagang yang menghasilkan mesej atau tulisan bercetak. Selain itu, ketiadaan barangan semasa proses pembentukan akad diharuskan dengan menyandarkannya kepada ciri yang sama dalam *bay' al-salam* serta penentuan kelayakan pihak berakad bagi melaksanakan akad e-dagang dengan disandarkan kepada undang-undang komersial yang wujud di Malaysia.

Hasbullah (2000) meneliti *majlis* akad dengan perkembangan semasa yang berlaku dalam dunia perdagangan. Tetapi kajian tersebut tidak meneliti aspek berkaitan akad e-dagang tetapi penelitian terhadap akad antara pihak berjauhan dalam kajian tersebut boleh dijadikan sandaran kepada bentuk akad e-dagang. Selain itu, Hasbullah membandingkan pandangan fuqaha bagi *sighah ijab* dan *qabul* serta merumuskan pandangan yang praktikal untuk disesuaikan dengan situasi transaksi jual beli semasa yang berkaitan.

Al-Ifan (2013) menyatakan *sighah* akad e-dagang boleh dihubungkan dengan *sighah* bertulis. Al-Ifan menyarankan pemakaian *sighah* e-dagang sebagai *sighah* bertulis dengan mengemukakan pandangan *fiqh* berkaitan akad melalui tulisan, walaupun tanpa kehadiran pihak berakad sebagaimana yang berlaku dalam e-dagang. Pembentukan akad menerusi kaedah perhubungan semasa yang menggunakan akad bertulis seperti faks, teleks, telegraf dan internet menunjukkan tidak wujud perbezaan dengan bentuk *sighah* secara bertulis. Bahkan, kaedah semasa dan moden yang berasaskan teknologi ini dianggap lebih berkesan, pantas, tepat dan selamat dalam membentuk akad.

Metodologi Kajian

Data-data dan maklumat mengenai rukun-rukun dan syarat-syarat jual beli dalam *fiqh* diperoleh daripada karya-karya *fiqh* dan hadis hukum yang mempunyai autoriti sama ada kitab klasik atau semasa, tesis dan disertasi serta artikel-artikel, kertas-kertas kerja dan bahan-bahan lain yang mempunyai kaitan dengan kajian. Proses pengumpulan maklumat kajian menggunakan kaedah kajian kepustakaan. Kajian kepustakaan adalah satu kaedah yang meneliti hasil-hasil kajian lalu dengan berasaskan sumber primer ataupun sekunder. Sumber primer berasaskan dokumen asal sama ada kitab-kitab *fiqh* yang muktabar dan hadis hukum. Manakal, sumber sekunder terdiri daripada dokumen bertulis lain yang diperolehi semasa menjalanka kajian lapangan, nota-nota lapangan, artikel, keratan akhbar, buku akademik, kertas persidangan, laporan kes dan penulisan ilmiah yang mempunyai kaitan dengan kajian secara langsung atau tidak langsung. Umumnya, data-data kajian yang dikumpul dianalisis berasaskan tiga prinsip penting iaitu:

- a. Konsep dan rukun jual beli menurut fiqh.
- b. Syarat-syarat sah jual beli.
- c. Kaedah perlindungan akad jual beli.

Selepas pengumpulan data yang perlu dilakukan, proses analisis dijalankan bagi mendapatkan satu bentuk kerangka bagi pembangunan model transaksi e-dagang patuh syariah. Pembangunan kerangka yang bersandarkan kepada tiga prinsip di atas menjadi elemen penting dalam model yang ingin dibangunkan.

Praktis *Ijab* dan *Qabul* Dalam E-Dagang

Ijab atau dikenali juga sebagai tawaran adalah pernyataan satu pihak kepada pihak lain bagi mengikat dirinya dengan sesuatu kontrak (Muhammad Fathi, 2005). Kepentingan rukun *ijab* dan *qabul* dalam pembentukan akad jual beli ini dinyatakan Ahmad Shamsul (2003) bahawa tawaran dan penerimaan adalah elemen utama kontrak sama ada menurut undang-undang Islam ataupun sivil. Di dalam Akta Kontrak 1950, tawaran dinyatakan sebagai cadangan yang dianggap bermula apabila salah satu pihak menunjukkan keinginannya untuk melaksanakan atau menahan diri daripada melakukan sesuatu dengan memberi gambaran persetujuan untuk meneruskan tindakan tersebut atau pun tidak berhasrat untuk meneruskannya.

Fuqaha mazhab Maliki, Syafi'i dan Hanbali mendefinisikan *ijab* sebagai pindah milik terhadap sesuatu oleh penjual atau pemberi sewa, meskipun pernyataan tersebut dinyatakan selepasnya (Al-Zuhaily, 2005). Oleh itu, *ijab* boleh dirujuk kepada dua aspek iaitu (i) pihak yang berkeinginan memulakan akad dengan menyatakan *ijab*, dan (ii) pindah milik sesuatu benda oleh penjual kepada pembeli dengan dimulakan *ijab* oleh penjual. Siti Salwani (2010) menyatakan tawaran dalam bentuk tersebut hanya dianggap sebagai pelawaan kepada tawaran dan tidak dianggap sebagai tawaran yang sebenar. Pandangan ini berasaskan kepada prinsip bahawa bentuk tawaran yang dikemukakan melalui medium elektronik adalah sama sebagaimana akad secara *mu'atah* yang dianggap sebagai pelawaan untuk berkontrak. Ulama mazhab Shafi'i berpegang kepada pandangan bahawa *sighah* akad perlu dinyatakan dengan jelas sama ada dengan perkataan, tulisan atau isyarat yang memberi gambaran bagi melaksanakan sesuatu akad, sedangkan pameran produk di kedai jualan tidak menunjukkan kehendak melaksanakan tawaran.

Pandangan ini dikembangkan Siti Salwani (2010) dalam konteks semasa dengan menyamakan pameran produk di kedai jualan dengan jual beli *mu'atah* yang tidak dianggap sebagai rukun *ijab* yang sebenar. Berasaskan analogi ini, paparan produk secara elektronik yang dilaksanakan dalam e-dagang dianggap sama sebagaimana pameran produk di kedai-kedai jualan dengan meletakkannya dalam konteks *mu'atah* sahaja. Ini disebabkan *ijab* melalui paparan produk e-dagang yang ditawarkan menggunakan medium elektronik adalah sesuatu yang sukar untuk dilaksanakan sebagai tawaran sebenar. Petunjuk yang menggambarkan persetujuan penjual untuk melaksanakan *ijab* melalui paparan elektronik dianggap tidak memadai bagi memenuhi rukun *ijab*.

Justeru, paparan tersebut hanya dianggap sebagai satu cara untuk menarik pelanggan yang berpotensi dan sebagai strategi komersial bagi membentuk akad dan *ijab* yang sah. Tetapi disebabkan sebahagian besar fuqaha hanya membincangkan rukun *ijab* dan *qabul* dalam undang-undang kontrak Islam tanpa memperincikan mengenai pelawaan untuk berakad atau syarat-syarat berkaitannya, maka *ijab* dalam e-dagang dianggap bermula dengan tindakan pihak yang memulakan keinginan membentuk akad dengan mengemukakan informasi produk yang

ditawarkan kepada pelanggan. Keinginan membentuk akad ini ditunjukkan melalui *ṣighah* tertentu sama ada portal e-dagang, kiriman emel atau media sosial.

Nuraisyah (2013) menyatakan tawaran dalam undang-undang kontrak berlaku dalam dua keadaan sama ada tawaran secara khusus atau umum. Tawaran secara khusus diberikan kepada satu pihak sahaja dengan Encik A menawarkan jualan satu produk kepada Encik B sahaja. Tawaran secara umum pula adalah tawaran jualan yang dibuat tanpa ditentukan kepada sesiapa. Ding (1999) menjelaskan pengiklanan menerusi laman web adalah tawaran yang sebenar dengan mengemukakan hujah jika laman web tersebut tidak dianggap sebagai mengemukakan tawaran, maka tiada sebarang kontrak yang dibentuk melainkan penjual menyatakan persetujuan untuk melaksanakan jualan dan memaklumkan pembeli keinginannya membekalkan produk yang berkaitan. Keadaan ini dianggap merumitkan proses transaksi e-dagang dan boleh merencatkan perkembangannya. Justeru, kajian ini cenderung untuk menerima prinsip *ṣighah ijab* telah dikemukakan dengan proses pengiklanan yang dimulakan oleh seseorang penjual.

Fuqaha Hanafi pula menjelaskan *qabul* adalah susulan kepada tindakan daripada pihak pertama bagi menyatakan penerimaan atau persetujuan terhadap pernyataan yang terlebih dahulu dilakukan oleh pihak pertama. Tindakan yang dilakukan tersebut adalah dengan tujuan melaksanakan pemindahan hak milik (*tasarruf*) dan dengannya akad menjadi sempurna (Majallat, 1968; Ibn 'Abidin, 2012). Imam al-Nawawi (1991) menyatakan *qabul* adalah pernyataan yang terbit oleh pihak yang menerima milikan, meskipun pernyataan tersebut keluar terlebih dahulu. Pengertian ini disokong oleh al-'Izz (2008) dengan menjelaskan maksud *qabul* adalah pernyataan yang keluar daripada pihak yang akan menerima milikan, walaupun dinyatakan terlebih dahulu pernyataan tersebut daripada lafaz *ijab*. Manakala, Md. Abdul Jalil (2011) merumuskan *qabul* sebagai ciri penting dalam pembentukan kontrak serta menjadi keperluan bagi menentukan kaedah melaksanakan *qabul* dengan tujuan menghasilkan akad yang lengkap.

Qabul diertikan juga dengan pernyataan daripada pihak yang ingin melaksanakan akad dengan mengisi segala maklumat yang dikehendaki serta bersetuju dengan butiran yang diisi serta melengkapkan proses yang telah ditentukan oleh penjual (Nor Adila dan Nor Azlina, 2008). Di dalam transaksi perbankan *qabul* adalah dari pihak yang ingin membentuk akad dalam transaksi setelah diisi segala maklumat yang diperlukan dan bersetuju dengan kaedah khusus berasaskan mekanisme yang telah diatur oleh pihak bank. *Qabul* oleh pengguna perbankan internet tidak berlaku secara serta merta setelah melihat tawaran perkhidmatan yang disediakan kerana selain pelanggan terpaksa mengisi segala maklumat yang diperlukan, pelanggan terlebih dahulu perlu memilih perkhidmatan yang ingin dilaksanakan (Anitha Rosland dan Joni Tamkin, 2013). Manakala, Marjan Muhammad et al. (2013) menjelaskan tanda persetujuan pembeli adalah melalui tindakan mengetik butang kekunci bagi meneruskan proses transaksi jual beli, maka berlaku proses *qabul* melalui kaedah dalam talian.

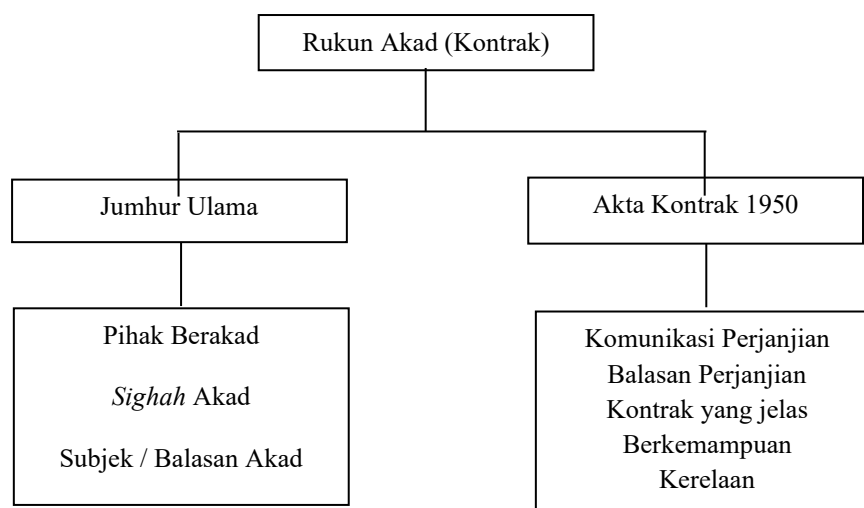
Selain itu, *qabul* daripada pihak yang berhasrat meneruskan pembentukan akad perlulah dilaksanakan menerusi tindakan yang ditentukan oleh pemberi *ijab* seperti mengisi segala maklumat yang diperlukan serta menerima segala syarat dan terma yang ditentukan bagi membentuk kontrak yang sah. Kaedah *qabul* akan ditentukan oleh pemberi *ijab* dalam pernyataan *ijab* yang dikemukakan oleh mereka dan kaedah yang ditentukan adalah sah selagi boleh mencapai maksud menyampaikan *ṣighah qabul* kepada pemberi *ijab* yang menggambarkan kerelaan kesemua pihak melengkapkan akad e-dagang tersebut.

Pembangunan Teori Berasaskan Rukun Jual Beli

Akad adalah persetujuan antara dua pihak untuk memenuhi sesuatu tujuan dengan setiap pihak melaksanakan perkara yang telah dipersetujui secara bersama seperti akad jual beli dan akad pernikahan. Di sisi syarak pula, akad dijelaskan sebagai ikatan berbentuk pindah milikan melalui *ijab* dan *qabul*. Fuqaha Maliki menyatakan akad sebagai *ijab* dan *qabul*, Majallat (1968) menjelaskannya sebagai kewajipan dua pihak yang berakad dan gambaran bagi perkaitan antara *ijab* dan *qabul* (al-Qamus al-Fiqhi, 1982). Pengertian tersebut menunjukkan wujudnya ikatan atau perjanjian antara dua pihak yang berlainan dan boleh juga dirujuk kepada firman Allah SWT yang bermaksud: “*Wahai orang-orang yang beriman, sempurnakanlah perjanjian*”. (al-Ma’idah: 1)

Sebahagian fuqaha membataskan pengertian akad kepada perjanjian antara dua pihak dalam keadaan yang diterima undang-undang, memberi kesan dan mengikat (Ibn ‘Abidin, 1966). Akad juga boleh terhasil daripada perundingan antara dua pihak yang bersetuju melakukan sesuatu seperti ikatan *ijab* dan *qabul* (Majallat, 1968). Secara khususnya, perkara yang dimaksudkan dengan akad adalah merujuk kepada pertemuan untuk melaksanakan *ijab* dan *qabul* berasaskan prinsip yang telah digariskan oleh syarak terhadap subjek akad (Al-Zuhayli, 2005). Kesimpulannya, penggunaan istilah akad banyak digunakan bagi menunjukkan transaksi berbentuk *mu‘awadat* (pertukaran) yang disempurnakan melalui *ijab* dan *qabul*.

Pembentukan elemen dalam rukun akad dengan berpandukan kepada pandangan jumbuh fuqaha terdiri daripada tiga rukun iaitu; (i) pihak berakad, (ii) subjek akad atau produk, dan (iii) *sighah* *ijab* dan *qabul*. Begitu juga dalam akad *bayn al-ghā’ibīn*, rukun-rukun ini menjadi rukun yang penting bagi membentuk akad yang sah. Namun, aspek *gha’ib* atau ketiadaan yang dibenarkan dengan melibatkan pihak berakad dan subjek akad perlu ditentukan dengan jelas bagi mengelakkan unsur *gharar* dalam rukun akad tersebut. Tambahan pula, rukun akad jual beli dalam talian masih dilihat mempunyai persamaan dengan undang-undang kontrak yang dipraktikkan di Malaysia sebagaimana ditunjukkan pada Rajah 1.



Rajah 1: Rukun Kontrak Berasaskan Muamalat dan Undang-undang Kontrak

Sumber: Diubahsuai daripada al-Zuhaily (2005) dan Nurasyiah (2013)

Berdasarkan Rajah 1 menunjukkan rukun akad e-dagang dibangunkan bersumberkan daripada pandangan jumbuh fuqaha dan undang-undang kontrak yang bersandarkan Akta Kontrak 1950. Di dalam Akta Kontrak 1950, penggunaan istilah ‘perjanjian’ kepada asas bagi pembentukan

sesuatu kontrak, tetapi istilah tersebut tetap merujuk kepada kontrak yang dipersetujui secara bersama oleh pemberi janji dan penerima janji. Syarat utama sesuatu kontrak adalah perjanjian dengan adanya dua pihak bagi membentuk satu perjanjian iaitu satu pihak sebagai pemberi tawaran dan satu pihak lagi sebagai penerima tawaran atau penerima janji (Ahmad Shamsul, 2003).

Adalah tidak memadai jika hanya satu pihak sahaja yang terlibat dalam sesuatu proses pembentukan kontrak atau perjanjian. Rumusannya, elemen utama kedua-dua bentuk perundangan sama ada fiqh atau undang-undang kontrak adalah berpaksikan kepada tiga asas iaitu; (i) pihak yang berkontrak (ii) *sighah* kontrak dan (iii) subjek atau balasan bagi sesuatu kontrak yang dibentuk menunjukkan keperluan ketiga-tiganya menjadi prinsip penting bagi pembentukan rukun akad, walaupun pembentukan akad adalah berasaskan akad *bayn al-gha'ibin*.

Pembangunan Teori Berasaskan Syarat-Syarat Sah Jual Beli

Syarat merupakan sesuatu yang menjadi kebergantungan kepada kewujudan suatu perkara yang lain. Syarat bukanlah sebahagian daripada hakikat perkara tersebut tetapi dengan syarat sesuatu perkara itu menjadi wujud. Contohnya, berwuduk bagi menunaikan solat tetapi wuduk tidak menjadi sebahagian daripada solat. Namun, untuk menjadikan solat yang ditunaikan sah, maka wuduk menjadi suatu keperluan atau syarat bagi menunaikannya. Begitu juga, syarat dalam akad jual beli menyebabkan akad tersebut menjadi sah dan diiktiraf. Justeru, untuk membangunkan prinsip penting model transaksi e-dagang berlandaskan syariah, maka syarat-syarat jual beli juga perlu diteliti. Al-Zuhayli (2005) menyatakan bahawa syarat-syarat sah jual beli di sisi mazhab Hanafi mengandungi 23 syarat, mazhab Maliki mempunyai 11 syarat, mazhab Shafi'i terdapat 22 syarat dan bagi mazhab Hanbali terdapat 11 syarat yang diringkaskan pada Jadual 1.

Jadual 1: Syarat-Syarat Sah Jual Beli Berdasarkan Pandangan Mazhab

Elemen	Bil.	Syarat Jual Beli	HF	MK	SY	HB
Pihak berakad	1	Berakal / <i>mumaiyyiz</i>	√	√		
	2	Matang fikiran (<i>rushd</i>) dan baligh		√	√	√
	3	Muslim bagi pembeli al-Quran, <i>hadith</i> atau buku mengandungi al-Quran dan <i>hadith</i>			√	
	4	Pihak yang memusuhi Islam tidak boleh membeli barangan perang			√	
	5	Pemilik, wakil atau walinya		√		
	6	Dengan kerelaan sendiri		√	√	√
	7	Pihak berakad adalah orang yang berlainan	√			
Produk dan harga	8	Barangan adalah harta yang bermanfaat	√	√		
	9	Barangan adalah berharga, bermanfaat dan tidak dilarang oleh syariat	√	√	√	√
	10	Barangan sesuatu yang bersih dan suci		√	√	
	11	Barangan dimiliki sepenuhnya oleh penjual	√			√
	12	Barangan wujud semasa akad	√			
	13	Barangan diketahui jenis, jumlah dan sifatnya serta bukan sesuatu yang tidak diketahui (<i>majhul</i>)	√	√	√	√
	14	Barangan yang boleh dipindah atau yang dibimbangi boleh rosak hendaklah berada di tangan penjual	√			
	15	Barangan sejenis hendaklah ada di tangan dan sama berat serta kuantitinya	√			

	16	Tidak boleh barang atau harga berupa hutang dalam jual beli secara hutang	√			
	17	Barang menjadi hak milik penjual atau memiliki kawalan ke atasnya kecuali jual beli <i>salam</i> (pembeli berhak menjulkannya)	√		√	
	18	Barang jualan tidak dipunyai hak oleh orang lain seperti jualan gadaian atau sewaan	√			
	19	Barangan / harga boleh diserahkan semasa berlaku akad.	√	√	√	√
	20	Harga diketahui dengan jelas semasa atau sebelum berlaku akad.				√
	21	Harga hendaklah sesuatu yang bernilai.	√			
	22	Harga dalam jual beli amanah seperti <i>murābahah</i> , <i>tawliyah</i> dan <i>wadī'ah</i> hendaklah diketahui.	√			
	23	Memenuhi semua syarat jual beli secara <i>salam</i> .	√			
Akad <i>ijab</i> dan <i>qabul</i>	24	Pihak berakad melafazkan <i>ijab</i> dan <i>qabul</i> .			√	
	25	Lafaz <i>ijab</i> oleh penjual hendaklah ditujukan kepada pembeli.			√	
	26	Lafaz <i>qabul</i> oleh pembeli yang dimaksudkan dalam lafaz <i>ijab</i> oleh penjual.			√	
	27	Pihak yang memulakan lafaz <i>ijab</i> atau <i>qabul</i> perlu menyebut barang dan harganya.			√	
	28	Lafaz <i>ijab</i> dan <i>qabul</i> hendaklah menepati dengan maksud yang dikehendaki oleh pihak berakad.			√	
	29	Pihak yang memulakan lafaz <i>ijab</i> hendaklah tetap memiliki kemampuan sehingga sempurna <i>qabul</i> .			√	
	30	Pihak yang berakad mendengar lafaz akad antara satu sama lain.	√		√	
	31	Kandungan <i>ijab</i> dan <i>qabul</i> adalah sama dan selari.	√		√	
	32	<i>Ijab</i> dan <i>qabul</i> berlaku dalam satu majlis sebelum berpisah.	√			√
	33	<i>Ijab</i> dan <i>qabul</i> tidak dipisahkan oleh tindakan yang menunjukkan penolakan terhadap akad atau bagi suatu tempoh masa yang lama.		√	√	√
	34	<i>Ijab</i> dan <i>qabul</i> tidak dipisahkan atau diselangi dengan ucapan yang lain.			√	
	35	Pihak yang melafazkan <i>ijab</i> tidak boleh mengubah lafaznya itu sebelum pihak penerima menerimanya			√	
	36	Akad bukan sementara dan tidak dihadkan tempohnya	√		√	√
	37	Akad mengandungi sesuatu yang bermanfaat	√			
	38	Lafaz <i>ijab</i> dan <i>qabul</i> tidak mengandungi syarat yang merosakkan akad	√	√	√	√
	39	Akad tidak mengandungi syarat <i>khiyār</i> yang boleh membatalkan akad	√			

Petunjuk: HF (Mazhab Hanafi), MK (Mazhab Maliki), SY (Mazhab Shafi'i), dan HB (Mazhab Hanbali)

Sumber: Al-Zuhayli (2005) dan Najahudin (2016)

Pembangunan Teori Berasaskan Akad Salam

Kebanyakan kajian dan sarjana *fiqh* semasa menetapkan keharusan menjalankan akad e-dagang berlandaskan kepada keharusan berakad secara *bay' al-salam*. Keharusan ini disebabkan ketiadaan produk yang ditransaksikan semasa proses pembentukan akad atau dikenali dengan *bay' al-gha'ib*, sedangkan pembayaran telah diterima dalam *majlis* akad sebagaimana akad *salam*. Oleh yang demikian, rukun yang membentuk akad e-dagang atau *bay' al-salam* adalah sama sebagaimana dengan rukun jual beli yang umum. Sebahagian besar fuqaha mengharuskan jual beli *salam* ini antaranya ulama mazhab Maliki dan Hanbali dengan disokong oleh ulama mazhab Shafi'i. Pandangan mereka mengharuskan berlakunya penyerahan sesuatu produk pada

masa hadapan sebagaimana yang dipersetujui dalam akad disebabkan ketiadaan subjek akad semasa proses pembentukan akad dengan pembayaran diterima dalam *majlis* (al-Zuhayli, 2002). Ini juga menepati pandangan yang dikemukakan oleh Imam Ahmad berasaskan pendapat 'Auza'i, Ishaq, Abi Thur dan Ibn Munzir bahawa jual beli *salam* diharuskan berlakunya penangguhan. Namun, tempoh masa bagi penangguhan tersebut perlu dinyatakan dengan jelas dan dipersetujui secara bersama antara pihak berakad (Ibn Qudamah, 1986).

Tambahan pula, al-Zuhayli (2002) menjelaskan *bay' al-salam* adalah satu bentuk jual beli sesuatu barangan yang masih berada dalam pemilikan penjual dengan jualannya dilakukan melalui perincian sifat dan jenis barangan tersebut. Namun, penyerahan sesuatu barangan berasaskan *bay' al-salam* dilaksanakan pada masa hadapan dengan pembayaran telah dilaksanakan semasa *majlis* disebabkan keperluan penjual untuk menyediakannya terlebih dahulu kepada pembeli. Al-Khinn, al-Bugha, dan al-Sharbaji (2011) menjelaskan *bay' al-salam* adalah jual beli yang diharuskan syarak, meskipun barangan tersebut tiada semasa akad dilaksanakann. Justeru, akad e-dagang diharuskan dengan berasaskan keharusan *bay' al-salam* berdasarkan ciri-ciri transaksi yang wujud dalamnya dengan ketiadaan produk secara fizikal dan tidak mampu diteliti oleh pembeli. E-dagang yang dilaksanakan penyerahan produk dengan selang masa tertentu menunjukkan proses serah terima berlaku pada masa hadapan adalah tidak dilarang oleh syarak. Keharusan ini bersandarkan kepada keharusan akad *salam* dengan dinyatakan secara jelas dalam akadnya tempoh masa bagi serah terima produk kepada pembeli yang dipersetujui secara bersama.

Al-Zuhayli (2005) menyatakan bahawa keempat-empat fuqaha mazhab bersepakat bagi *bay' al-salam* perlu mematuhi enam syarat yang berkaitan dengan harga dan subjek akad. Syarat-syarat ini terdiri daripada (i) diketahui jenisnya, (iii) diketahui sifatnya, (iii) diketahui jumlahnya, (iv) tempoh penyerahan dinyatakan, (v) dimaklumi kadar nilai harganya, dan (vi) tempat serahan dimaklumi jika ianya memerlukan perbelanjaan. Penentuan syarat-syarat sah *bay' al-salam* menurut pandangan fuqaha mazhab dipaparkan pada Jadual 2.

Jadual 2: Syarat-Syarat Akad Salam Berdasarkan Pandangan Mazhab

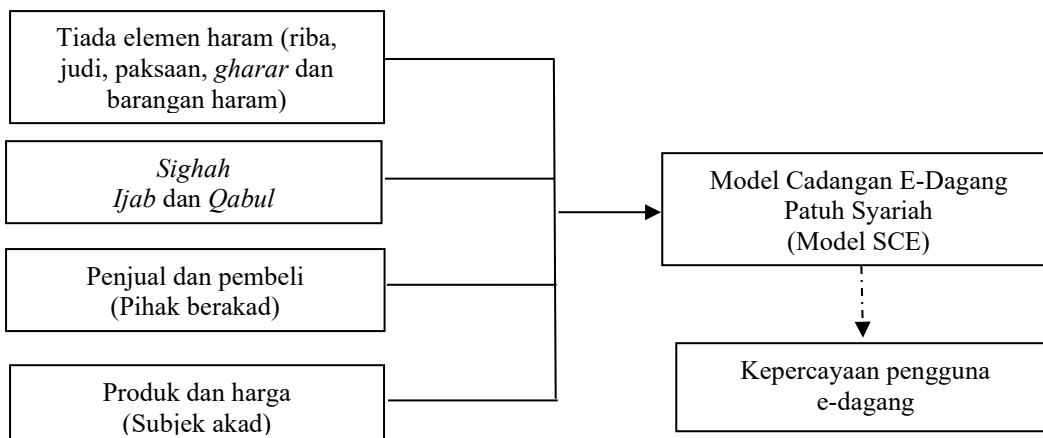
Elemen	Bil	Syarat Akad Salam	HF	SY	MK	HB
<i>Ijab dan Qabul</i>	1	<i>Ijab dan qabul</i> boleh dilakukan dengan lafaz tempah atau jual.	√	√	√	√
	2	<i>Ijab dan qabul</i> hanya boleh dilakukan dengan lafaz tempah atau <i>salam</i> sahaja.		√		
	3	Akad yang pasti atau penuh tanpa ada syarat <i>khiyār</i> dalam akad untuk kedua-dua pihak atau mana-mana satu pihak.	√	√		
Barangan dan harga	4	Hendaklah diketahui jenis barangan tersebut	√	√	√	√
	5	Hendaklah diketahui sifat barangan tersebut	√	√	√	√
	6	Hendaklah diketahui kadar dan jumlah barangan tersebut	√	√	√	√
	7	Tempoh masa bagi penyerahan ditentukan dengan jelas dan nyata	√	√	√	√
	8	Mengetahui kadar nilai bagi harga barangan berkenaan	√	√	√	√
	9	Tempat bagi serah terima dimaklumi sekiranya melibatkan perbelanjaan bagi penyerahannya	√	√	√	√
	10	Menyatakan jenis harga bayaran seperti dinar atau dirham	√			
	11	Menyatakan jenis harga seperti jenis dinar	√			

12	Menjelaskan sifat harga seperti bermutu tinggi, sederhana atau rendah	√				
13	Menyatakan nilai harga yang berkaitan dengan kadar sukatan, timbangan atau bilangan yang sepatutnya bagi harga	√				
14	Meneliti mata wang yang digunakan sama ada dinar atau dirham	√				
15	Bayaran harga atau modal didahulukan dan menerimanya secara hakiki dalam majlis kontrak sebelum kedua-dua pihak berpisah sama ada harga tersebut secara barangan atau kredit	√	√	√	√	√
16	Jelas jenis barangan seperti gandum, barli	√				
17	Jelas pecahan jenis barangan seperti gandum sawah atau gandum bukit	√				
18	Jelas sifat barangan sama ada elok, pertengahan atau tidak elok	√				
19	Dimaklumi kadar jumlah barangan tersebut melalui sukatan, timbangan, bilangan atau ukuran seperti yang dijelaskan dalam syarat harga	√				
20	Barangan hendaklah benda yang boleh ditentukan	√				
21	Barangan hendaklah bertanggung	√	√	√	√	√
22	Tempoh masa penangguhan / serahan hendaklah ditentukan dengan tepat tanpa menimbulkan perselisihan	√	√			√
23	Jenis barangan terlibat mestilah wujud dalam pasaran semasa dan berkemampuan untuk diserahkan kepada pembeli	√	√	√	√	√
24	Menyatakan tempat bagi serahan sekiranya melibatkan perbelanjaan bagi serah terima	√				
25	Barangan hendaklah sesuatu yang boleh ditentukan dengan menyatakan sifat yang membezakannya dengan nyata	√				
26	<i>Khiyār al-ru'yah</i> tidak diharuskan jika barangan diperihalkan dengan cukup teliti dan jelas	√	√	√	√	√
27	<i>Khiyār al-'ayb</i> diharuskan bagi barangan yang memiliki kekurangan dan kecacatan	√	√	√	√	√
Pihak yang berakad	28 Pembeli mendahulukan harga bagi barangan berkenaan dan penjual menerima bayarannya	√	√	√	√	√

Petunjuk: HF (Mazhab Hanafi), MK (Mazhab Maliki), SY (Mazhab Shafi'ī), dan HB (Mazhab Hanbalī)
Sumber: Al-Zuhayli (2002, 2005)

Model Cadangan E-Dagang Patuh Syariah (SCE)

Model Cadangan E-Dagang Patuh Syariah (SCE) oleh Muhd Rosydi dan Marjan Muhammad (2013) menjadi asas penting dalam membangunkan model transaksi e-dagang syariah ini. Model cadangan SCE tersebut bertujuan membina elemen kepercayaan dalam kalangan pengguna Muslim untuk terlibat sama dalam aktiviti e-dagang. Model cadangan SCE ini sebagaimana ditunjukkan pada Rajah 3.

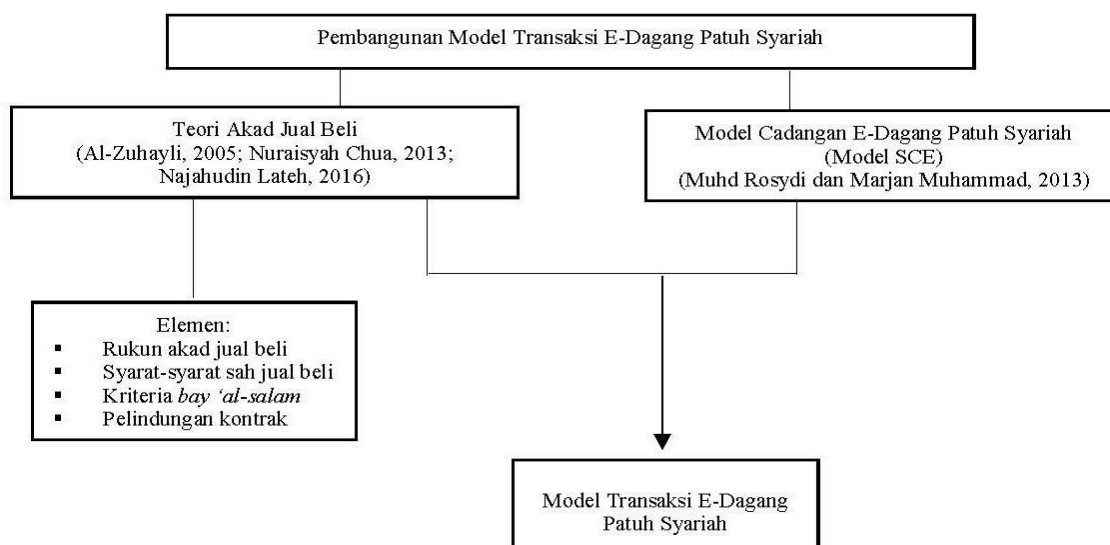


Rajah 3: Model Cadangan E-Dagang Patuh Syariah (SCE)

Berdasarkan Rajah 3 menunjukkan cadangan model yang dihasilkan bagi meningkatkan kepercayaan pengguna Muslim terlibat sama dalam aktiviti e-dagang dengan menerapkan prinsip *fiqh* dalam akad tersebut. Perincian cadangan model ditumpukan kepada pematuhan garis panduan *fiqh* dalam jual beli. Rumusannya, model tersebut masih berpaksikan kepada rukun-rukun dan syarat-syarat jual beli menurut *fiqh* sebagai tunjang untuk memastikan kepatuhannya kepada syariah.

Dapatan Kajian

Dengan berpandukan Teori Akad Jual Beli yang diubahsuai dari perbincangan mengenai rukun akad jual beli (al-Zuhaily, 2005; Najahudin, 2016) dan rukun kontrak (Nuraisyah, 2013) serta Model SCE yang dibangunkan oleh Muhd Rosydi dan Marjan (2013), maka teras utama bagi membangunkan model transaksi e-dagang patuh syariah perlu mematuhi elemen-elemen berkaitan antaranya rukun jual beli dan syarat-syaratnya, perincian akad *al-salam* dan perlindungan akad. Oleh itu, berdasarkan teori dan model yang dibincangkan di atas, maka kajian merumuskan satu kerangka pembangunan model transaksi e-dagang patuh syariah sebagaimana dipaparkan pada Rajah 4.



Rajah 4: Kerangka Pembangunan Model

Rujukan

- Al-'Izz, 'Ali Abu. (2008). *Al-tijarah al-iliktruniyyah: Wa ahkamuha fi al-fiqh al-Islamiy*. Jordan: Dar al-Nafa'is.
- Ahmad Jazlan Mat Jusoh. (2009). *E-Dagang menurut perspektif Islam: Satu kajian tentang konsep, amalan dan instrumen berkaitan*. Disertasi sarjana tidak diterbitkan, Fakulti Pengajian Islam Universiti Kebangsaan Malaysia, Bangi.
- Ahmad Jazlan Mat Jusoh, Joni Tamkin Borhan, & Mohd Borhanuddin Zakaria. (2015). Isu-isu syariah dalam pelaksanaan e-dagang. *Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporari*, 10(2), 68-80.
- Ahmad Shamsul Abd Aziz. (2003). Elemen tawaran dan penerimaan dalam pembentukan kontrak jual beli dari perspektif undang-undang sivil dan undang-undang syariah. *Ulum Islamiyyah*, 2(1), 1-10.
- Al-Khin, M., al-Bughā, M., & al-Sharbajī, A. (1992). *al-Fiqh al-manhajī 'alā mazhab al-imām al-Shāfi'ī*. Damsyik: Dār al-Qalam.
- 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-Nawawī. (1991). *Raudah al-tālibīn wa 'umdat al-muftīn*. Beirut: al-Maktab al-Islāmīy.
- Al-Qāmūs al-Fiqhī. (1982). *Al-qāmūs al-fiqhī*. Damsyik: Dar al-Fikr.
- Al-Zuhaylī, W. (2005). *al-Fiqh al-Islāmī wa-adillatuh: al-shāmil lil-adillah al-shar'īyah wa-al-ārā' al-madhhabīyah*. Dār al-fikr.
- Al-Zuhayli, W. (2002). *al-Muamalat al-maliyah al-muasirah: buhuth wa-fatawa wa-hulul*. Dar al-Fikr al-Muasir.
- Anitha Rosland & Joni Tamkin Borhan. (2013). Akad dalam perbankan internet. *Jurnal Teknologi Universiti Teknologi Malaysia*, 65(1), 45-50.
- Ding, J. (1999). *E-Commerce law & practice*. Petaling Jaya: Sweet & Maxwell Asia.
- Duryana Mohamed. (2011). E-commerce and its practice in Malaysia: An overview. Dalam Mohammad Naqib Ishan Jan (Ed.), *Law and Commerce: The Malaysian perspective* (h. 181-202). Kuala Lumpur: IIUM Press.
- Elistina Abu Bakar & Naemah Amin. (2010). Consumer protection in the supply of services: A comparative study between the consumer protection act 1999 and Islamic law. *IIUM Law of Journal*, 18(1), 143-163.
- Hasbullah Abd Rahman. (2000). Offer and acceptance in Islamic law of contract. *Journal of Shariah*, 8(2), 15-32.
- Ibn 'Ābidīn, M. A. (1966). *Hashiyat radd al-muhtar 'ala al-durr al-mukhtar: Sharh tanwir al-abshar fi fiqh madhhab al-imam Abi Hanifah al-nu'man*. Beirut: Dar al-Fikr.
- Ibn 'Abidin, M. A. (2012). *The book of sales: Kitab al-buyū'*, Muhammad Anas al-Muhsin & Amer Bashir (terj.). Kuala Lumpur: IBFIM.
- Ibn Qudāmah, Abi Muhammad 'Abd Allah ibn Aḥmad. (1972). *Al-mughnī wa yalīhi al-sharh al-kabīr*. Beirut: Dār al-Kitāb al-'Arabī.
- Ibn Qudāmah, Abī Muhammad 'Abd Allah ibn Aḥmad. (1986). *Al-mughnī*. Riyadh: Dār 'Alami al-Kutub.
- Majallat al-ahkam al-'adliyyah*. (1968).
- 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.
- Md. Abdul Jalil. (2011). Clarification of rules of acceptance in making business contracts. *Journal of Politics and Law*, 4(1), 109-122.

- Md. Abdul Jalil. (2011). Sale of goods law: A prologue. Dalam Mohammad Naqib Ishan Jan (Ed.), *Law and Commerce: The Malaysian perspective* (h. 245-269). Kuala Lumpur: IIUM Press.
- Muhd Rosydi Muhammad & Marjan Muhammad. (2013). Building trust in e-commerce: A proposed shariah compliant model. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 18(3), 2-13.
- Muhammad Fathi Yusof. (2005). *Soal jawab undang-undang kontrak di Malaysia*. Kuala Lumpur: PTS.
- Najahuddin Lateh. (2016). *Pembangunan insrumen pelaburan emas patuh syariah (iPEPS) di Malaysia*. Tesis kedoktoran tidak diterbitkan, Universiti Teknologi MARA Shah Alam.
- 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.
- Niazi, Liaquat Ali Khan. (1991). *Islamic law of contract*. Lahore, Pakistan: Research Cell, Dyal Singh Trust Library.
- Nor Adila Mohd Noor & Nor Azlina Mohd Noor. 2008. *Kontrak E-Dagang:Perbandingan Aqad (Kontrak) Dalam Muamalah Islam*. http://www.internationalconference.com.my/proceeding/ice2008_proceeding/PAPER_027_KontrakEDagang.pdf
- Nuraisyah Chua Abdullah. (2013). *Questions & answers on Malaysian courts, statutes, cases & contract, tort and criminal law*. Selangor: International Law Book Services.
- Shofian Ahmad. (2007). *Pelindungan pengguna dalam jualan barangan menurut undang-undang kontrak Islam*. Tesis doktor falsafah tidak diterbitkan, Universiti Malaya Kuala Lumpur.
- Siti Salwani Razali. (2007). *Formation of contract in the internet under Islamic law*. Tesis doktor falsafah diterbitkan, Universiti Putra Malaysia Serdang.
- Siti Salwani Razali. (2010). *Islamic law of contract*. Singapura: Cengage Learning.
- Zaharudin Abd Rahman. (2014). *Fiqh kewangan Islam: Halal dan haram dalam sistem jual beli Islam*. Kuala Lumpur: PTS Islamika Sdn Bhd.