

# Model Kepercayaan Berdasarkan Etika Perniagaan Islam dan Analisis Rangkaian Sosial

Mohd Rizal Jasman  
Kamarul Azmi Jasmi

Akademi Tamadun Islam, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, UTM, qamar@utm.my; rizal\_dayang@yahoo.com

## Suggested Citation:

Jasman, Mohd Rizal; Jasmi, Kamarul Azmi (2020). Model Kepercayaan Berdasarkan Etika Perniagaan Islam dan Analisis Rangkaian Sosial. Dlm *Seminar Falsafah Sains dan Ketamadunan, 2 (2) 2020*, 12 May 2020, Dewan Maya, Akademi Tamadun Islam, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, UTM, hal. 43-54. eISBN: 978-967-2401-21-6.

## Abstract

Transaksi pembelian dan penjualan secara dalam talian mewujudkan satu rangkaian komuniti alam maya yang saling berinteraksi. Interaksi antara pembeli dan penjual lazimnya mengadaptasikan sistem maklumbalas dan reputasi untuk menilai, memberi maklumbalas dan pandangan terhadap transaksi yang dilakukan dalam urusan jual beli. Sistem reputasi yang sedia wujud di sesuatu laman sesawang perniagaan dengan mudah dimanipulasi oleh mereka yang berpakat secara berkumpulan memberikan maklumbalas yang palsu untuk meningkatkan reputasi perniagaan. Secara prinsipnya, kegiatan seperti ini bertentangan dengan etika perniagaan Islam. Kertas kerja kajian ini membincangkan kesesuaian model kepercayaan yang diguna pakai dalam sistem reputasi yang diterima secara meluas digabungkan bersama lima etika perniagaan Islam untuk membentuk algoritma yang bersesuaian dalam mengesan penipuan dan dalam transaksi pembelian dan jualan dalam talian berdasarkan Analisis Rangkaian Sosial (ARS). Keperluan untuk merealisasikan algoritma yang berasaskan ARS dalam mengesan penipuan dalam talian ini boleh dilihat sebagai langkah kearah memenuhi tuntutan amar makruf nahi mungkar. Kata Kunci: Model Kepercayaan, etika perniagaan Islam, analisa rangkaian sosial, amal makruf nahi mungkar.

## References

- Shazia Tabassum, Fabiola S. F. Pereira, Sofia Fernandes and João Gama, 2018, Social Network Analysis: An Overview. Volume 8, Issue 5
- Ab Halim, Fazlinda, & Muslaini, Mohammad Siraj Munir. 2018. "Impak Media Sosial Terhadap Tingkah Laku Sosial Pelajar di Kolej Vokasional". *Online Journal for TVET Practitioners*, 3(1).
- Abd Rahman, Zaharuddin. 2007. Isu Syariah dalam Perniagaan MLM. Tarikh akses pada, di laman <http://zaharuddin.net/pelaburan-&perniagaan/222-multi-level-marketing-menurut-shariah.html>
- Abdul Halim, Zainab Zakirah, Azmi, Dania Salsabila, & Marni, Nurazmallail. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Trend Penggunaan Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Abdullah, Mustafa, & Ariffin, Sedek. 2010. "Keruntuhan Moral dan Penyelesaian Al-Quran Berdasarkan Kaedah Amar Makruf dan Nahi Mungkar". *Kemelut Peradaban Remaja di Malaysia*.
- Ahmad, Muhammad Hambal. 2001. *Musnad al-Imam Ahmad bin Hambal*. Shu'ay al-Arna'ut & 'Adil Murshid (Ed.). Al-Qahirah: Mu'assah al-Risalah.
- Al-Bukhari, Muhammad. 2001. *Al-Jami' al-Musnad al-Sahih al-Mukhtasar min Umur Rasulullah SAW wa Sunanihi wa Ayyamihi – Sahih al-Bukhari*. Muhammad Zuhair Nasir Al-Nasir (Ed.). Jld. 1-9. Masurah: Dar Tuq al-Najat.
- Anwar, Fahmi. 2017. "Perubahan dan permasalahan media sosial". *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 1(1).
- Arif, M. Nur Rianto Al. 2013. "Penjualan on-line berbasis media sosial dalam perspektif ekonomi Islam". *Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan*, 13(1).
- Azman, Munirah. 2018. Kesan negatif budaya ikut trend media sosial. Tarikh akses pada, di laman <https://www.kosmo.com.my/k2/rencana-utama/kesan-negatif-budaya-ikut-trend-media-sosial-1.714782>
- Bahammam, Fahd Salem. 2005. "Makanan dan Pakaian: Penjelasan Tentang Makanan, Minuman dan Pakaian dalam Islam".
- Basiron, Bushrah. 2013. *Penggunaan & Pemilikan Harta Menurut Perspektif Islam*. Skudai, Johor: Penerbit UTM Press.

- Budiman, Ahmad. 2017. "Berita bohong (hoax) di media sosial dan pembentukan opini publik". *Majalah Info Singkat Pemerintahan Dalam Negeri Isu Aktual*, 9.
- Donthu, N., & Garcia, A. 1999. "The Internet Shopper". *Journal of Advertising Research*, 39, 52-58.
- Frank Wilkins, Luqman Hakeem, Batulmalai, Pragathesh, & Jasmi, Kamarul Azmi. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Dampak Positif Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Haronzah, Muhammad Fairman, Mani, Inthiran, & Wan Embong, Wan Hassan. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Facebook Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Hidayanto, M. Fajar. 2008. "Praktek Riba dan Kesenjangan Sosial". *Jurnal Ekonomi Islam*, 239-261.
- Ismail, Mohd Shawal, Khor, Shaw Zhan, & Mohamad, Ahmad Marzuki. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Impak Psikologi Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2002. *Paradigma Al-Imam al-Nawawi Dalam Pembangunan Insan: Satu Kajian Teks Terhadap Kitab Riyad al-Solihin*. Universiti Malaya: Projek Sarjana.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2016. Amar Makruf Nahi Mungkar. Dlm. Kamarul Azmi Jasmi (Ed.), *Ensiklopedia Pendidikan Islam*. Edisi Pertama ed., hlm. 11-13. Skudai Johor: Fakulti Tamadun Islam, Universiti Teknologi Malaysia & Persatuan Cendekiawan Pendidikan Islam [Malaysia] (AIES).
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2017a. Amar Makruf Nahi Mungkar. Dlm. Kamarul Azmi Jasmi (Ed.), *Ensiklopedia Pendidikan Islam*. Edisi Pertama ed., hlm. 11-13. Skudai Johor: Fakulti Tamadun Islam, Universiti Teknologi Malaysia & Persatuan Cendekiawan Pendidikan Islam [Malaysia] (AIES).
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2017b. Remaja dan Kehidupan Berbatasan dalam Beragama. Dlm. Kamarul Azmi Jasmi (Ed.), *Remaja Hebat Siri 4: Batasan dan Halangan Kecemerlangan*. Jld. 4, hlm. 15-34. Skudai Johor: Penerbit UTM Press.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2018. "Karakter 7B Mukmin Cemerlang". *Jurnal Tinta Artikulasi Membina Ummah (TAMU)*, 4(1), 1-22.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2019. *Halalan Tayyiban Asas Pemakanan Islam: Surah al-Baqarah (2: 168-173)*. Kertas Kerja dalam Siri 32: Program Budaya al-Quran, 12hb September 2019. Kolej Tun Fatimah, UTM.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2020a. *Halalan Tayyiban Asas Pemakanan Islam: Surah al-Baqarah (2: 168-173)*. Jld. 1-XX. Skudai Johor: Akademi Tamadun Islam, FSSK, UTM.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2020b. *Pembangunan Insan Soleh Menurut Perspektif Imam al-Nawawi*. Skudai Johor: Penerbit UTM Press.
- Jasmi, Kamarul Azmi, & Razali, Siti Suraini. 2017. Peranan Islam dalam Membentuk Peribadi Remaja Cemerlang. Dlm. Kamarul Azmi Jasmi (Ed.), *Remaja Hebat: Akhlak Sebagai Dasar Pembangunan Remaja Muslim*, p. Jld. 2, hlm. 1-18. Skudai Johor: Penerbit UTM Press.
- Jasmi, Kamarul Azmi, & Suratman, Azmi Shah. 2007. "Pembangunan Modal Insan yang Sempurna Menurut Perspektif Al-Imam-Al-Nawawi".
- Jensani, Muhammad Khairul Nizam, Eswaran, Kumanan, & Mohd Noor, Sulaiman Shakib. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Pembentukan Budaya Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Johari, Muhammad Hazwan, Baharuddin, Amirul Syafiq, & Ihwani, Siti Suhaila 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Kelestarian Penggunaan Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Lim, Yet Mee, & Cham, Tat Huei. 2015. "A Profile of the Internet Shoppers: Evidence from Nine Countries". *Telematics and Informatics*, 32(2), 344-354.
- Mayer, R.C. , Davis, J.H., & Schoorman, F.D. 1995. "An Integrative Model Of Organizational Trust". *Academy of Management Review*, 20(3), 709 -734.
- Md. Hussain, Muhammad Nasri , & Ahmad, Muhammad. 2006. *Etika Perniagaan: Pendekatan Perspektif Islam*. Petaling Jaya: Prentice Hall.
- Mena, Jesus. 2003. *Investigation Data Mining for Security and Criminal Detection*. Butterworth, Perak: Heinemann.
- Mohd Azmi, Mohamad Rafiuddin, Kamalanathan, Sasikumar, & Safar, Jimain. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Generasi Muda Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.

- Muhamad, Siti Norlina, Ali, Maznah, Haron, Zulkifli, *et al.* 2005. "Kecenderungan Ibubapa Muslim Terhadap Pemakanan Halal: Kajian di Skudai, Johor Bahru Johor".
- Muhammad Azrin, Muhammad Fiqri, Moorthy, Vishnukumar Krishna, & Jasmi, Kamarul Azmi. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Perhubungan Sesama Manusia Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Muslim, al-Hajjaj. t.th. *Sahih Muslim*. Jld. 1-8. Beirut: Dar al-Fikr.
- Nazir, Muhammad Izzuddin, Che Noh, Muhammad Irfan Zikri, & Basiron, Bushrah. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Wanita Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Nor Jefri, Nurul Izzaty, Shaharin, Nuraisyah Syakirin, & Jasmi, Kamarul Azmi 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Pembentukan Masyarakat Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Nordin, Nur Hidayu, Mohammad, Nur Syuhada, & Mohamad, Ahmad Marzuki. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Instagram Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Noufidali, V.M., Thomas, J.S., & Jose, F.A. 2013. "E-Auction Frauds - A Survey". *International Journal of Computer Applications*, 61(14).
- Omar, Normah, Mohamed, Ismail, Mohd Sanusi, Zuraidah, *et al.* 2014. *Understanding Social Network Analysis (SNA) in Fraud Detection*. London: Taylor & Francis.
- Online, BH. 2018, 8 Okt 2018. 8318 Kes Penipuan Siber direkodkan. *Berita Harian*.
- Rahim, Khusnul Hanafi & Mohd. Helmi Abd. 2017. "Penggunaan Media Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terbentuknya Gerakan Sosial". *Journal of Social Sciences and Humanities*, 12(2), 87-101.
- Rajikin, M. H., Omar, B., & Sulaiman, S. 1997. *Pemakanan dan Kesihatan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa Dan Pustaka.
- Razali, Nurul Afiza, Hera, Noor, & Jasmi, Kamarul Azmi. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Impak Negatif Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Sabran, O. 2001. *Urus niaga Al-Qard Al-Hasan dalam pinjaman tanpa riba*. Skudai Johor: Penerbit Universiti Teknologi Malaysia.
- Samed, Murni Hayati, Salman, Maziah Mohd, & Jasmi, Kamarul Azmi. 2019. *Konsep Amar Makruf dan Nabi Mungkar dalam Kerukunan Keluarga*. Kertas Kerja dalam Seminar Institusi Islam 2019. 5.01 Bangunan Tun Razak (SPACE), Kuala Lumpur.
- Sherlyanita, Astrid Kurnia, & Rakhmawati, Nur Aini. 2016. "Pengaruh dan pola aktivitas penggunaan internet serta media sosial pada siswa SMPN 52 Surabaya". *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 2(1), 17-22.
- Talib al-Rembawi, Zakaria. 2003. *Pemakanan & Kesannya Terhadap Pembentukan Peribadi Muslim*. Selangor: Pustaka Ilmi.
- Watie, Erika Dwi Setya. 2016. "Komunikasi dan media sosial (communications and social media)". *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.
- Yaljan, Miqdad. 1986. "Peranan Pendidikan Islam Dalam Membangun Peribadi, Masyarakat dan Budaya Manusia".

# MODEL KEPERCAYAAN BERDASARKAN ETIKA PERNIAGAAN ISLAM DAN ANALISIS RANGKAIAN SOSIAL

Mohd Rizal Jasman  
Kamarul Azmi Jasmi

Akademi Tamadun Islam  
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,  
Universiti Teknologi Malaysia  
rizal\_dayang@yahoo.com

## Abstrak

*Transaksi pembelian dan penjualan secara dalam talian mewujudkan satu rangkaian komuniti alam maya yang saling berinteraksi. Interaksi antara pembeli dan penjual lazimnya mengadaptasikan sistem maklumbalas dan reputasi untuk menilai, memberi maklumbalas dan pandangan terhadap transaksi yang dilakukan dalam urusan jual beli. Sistem reputasi yang sedia wujud di sesuatu laman sesawang perniagaan dengan mudah dimanipulasi oleh mereka yang berpakat secara berkumpulan memberikan maklumbalas yang palsu untuk meningkatkan reputasi perniagaan. Secara prinsipnya, kegiatan seperti ini bertentangan dengan etika perniagaan Islam. Kertas kerja kajian ini membincangkan kesesuaian model kepercayaan yang diguna pakai dalam sistem reputasi yang diterima secara meluas digabungkan bersama lima etika perniagaan Islam untuk membentuk algorithma yang bersesuaian dalam mengesan penipuan dan dalam transaksi pembelian dan jualan dalam talian berdasarkan Analisis Rangkaian Sosial (ARS). Keperluan untuk merealisasikan algorithma yang berasaskan ARS dalam mengesan penipuan dalam talian ini boleh dilihat sebagai langkah kearah memenuhi tuntutan amar makruf nahi mungkar.*

*Kata Kunci: Model Kepercayaan, etika perniagaan Islam, analisa rangkaian sosial, amal makruf nahi mungkar*

## PENDAHULUAN

Kebanyakan sistem jual beli dalam talian atau online termasuk aktiviti lelongan menggunakan sistem reputasi untuk meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap barangan yang dijual. Melalui sistem reputasi yang terdapat di setiap laman sesawang perniagaan membenarkan pembeli untuk memberikan maklumbalas terutamanya terhadap tahap prestasi servis dan perkhidmatan kepada pelanggan. Namun, penggunaan sistem reputasi ini boleh dieksploitasi oleh pihak tertentu dengan memberikan penipuan maklumbalas yang positif bagi meningkatkan reputasi penjual.

Seperti yang dibincangkan oleh Noufidali *et al.* (2013) terdapat tiga teknik mengesan penipuan terhadap lelongan dalam talian dan didapati sistem reputasi ini masih terdapat kelemahan jika dibandingkan dengan data yang diperolehi melalui kaedah perlombongan data dan analisis rangkaian sosial. Perniagaan secara dalam talian kini menjadi sebahagian gaya hidup masyarakat Malaysia dan pergantungan kepada internet dalam urusan penjualan dan pembelian semakin meningkat dari masa ke semasa. Seperti yang dibincangkan oleh Donthu dan Garcia (1999) mendapati ramai pengguna internet lebih cenderung untuk berbelanja secara dalam talian disebabkan oleh beberapa faktor seperti mencari kepelbagaian produk, kepelbagaian harga, inovatif dan risiko yang lebih rendah berbanding secara tradisional. Menurut Lim dan Cham (2015) pula, pembelian dalam talian menarik minat pembeli disebabkan oleh faktor interaktif dan inovatif yang dilakukan oleh penjual melalui laman sesawang penjualan mereka.

Menurut rekod Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM), rakyat Malaysia membelanjakan wang yang agak tinggi untuk pembelian secara dalam talian. Di sepanjang tahun 2017 dan 2018 sahaja, hampir RM1,290 juta dibelanjakan untuk pembelian

dalam kategori percutian, peralatan elektronik dan media, perabot dan perkakas. Kecenderungan rakyat Malaysia berbelanja secara dalam talian ini membuka ruang dan peluang kepada peniaga yang tidak jujur untuk melakukan penipuan dalam transaksi penjualan dan pembelian. SKMM juga merekodkan transaksi dalam talian yang agak tinggi sehingga RM19,312,788 pada tahun 2017 dan RM19,562,025.09 pada tahun 2018. Daripada transaksi ini, kerugian akibat penipuan direkodkan sebanyak RM299 juta pada tahun 2017 dan RM 184 juta pada tahun 2018 (*Online*, 2018).

Syariat perniagaan kepada manusia merupakan satu tuntutan bagi memenuhi tuntutan fitrah semulajadi manusia bagi mendapatkan harta dan keperluan yang dihajatkan (Basiron, 2013). Perniagaan dalam Islam dianggap datu ibadah dan juga sebagai sunah Rasulullah SAW, namun etika perniagaan Islam yang sebenar adalah memberi keuntungan kepada kedua-dua pihak, pembeli dan penjual mesti dipatuhi berlandaskan al-Quran dan sunah bagi mendapat keberkatan daripada Allah SWT (Abd Rahman, 2007; Md. Hussain & Ahmad, 2006).

Tulisan ini cuba membincangkan kesesuaian model kepercayaan yang digunakan dalam sistem reputasi yang terdapat dalam sistem transaksi dalam talian dengan bertujukan kepada tiga prinsip utama, (kejujuran, kemampuan dan kebajikan) dan hubungkaitnya kepada etika perniagaan Islam. Kombinasi model kepercayaan bersama etika perniagaan Islam seterusnya digunakan sebagai platform pembangunan algoritma untuk mengesan penipuan perniagaan dalam talian melalui kaedah Analisa Rangkaian Sosial (ARS). Penggunaan ARS berupaya membantu pihak berwajib untuk menganalisa dan mengesan peniaga yang tidak jujur terutamanya terhadap peniaga yang memanipulasikan terhadap sistem reputasi yang terdapat dalam sesuatu laman perniagaan dalam talian.

## **TEORI DAN MODEL KEPERCAYAAN**

Dalam transaksi pembelian dan penjualan dalam talian, kepercayaan pembeli atau pelanggan terhadap penjual merupakan aspek yang paling penting. Kepercayaan pembeli terhadap penjual penting kerana setiap yang dilakukan hanya berlaku di alam maya. Kepercayaan ini boleh diukur dengan pelbagai cara dan seperti yang dibincangkan oleh (Mayer *et al.*, 1995) model kepercayaan merangkumi tiga ciri utama iaitu keupayaan, kebajikan dan kejujuran. Ciri keupayaan boleh dihuraikan sebagai pergantungan kepada kemahiran, kecekapan dan kepakaran dalam bidang tertentu. Ciri kebajikan pula boleh dihuraikan sebagai keupayaan pemegang amanah memberikan perkhidmatan terbaik kepada pemberi amanah. Manakala ciri kejujuran pula dihuraikan sebagai mematuhi prinsip yang boleh diterima oleh pemegang amanah. Ketiga-tiga ciri ini mungkin kelihatan berbeza antara satu sama lain, tetapi umumnya saling berkaitan dan secara keseluruhannya menyumbang kepada kredibiliti seorang individu.

## **Etika Perniagaan dalam Talian Menurut al-Quran dan Sunnah**

Aktiviti perniagaan adalah satu yang sangat digalakkan dalam Islam, namun manusia perlu mematuhi etika dan peraturan perniagaan yang digariskan oleh al-Quran dan sunnah. Kaedah perniagaan secara atas talian merupakan aktiviti yang kini menjadi tumpuan masyarakat yang menjadikan internet sebagai medium pengantaraan antara pembeli dan penjual (Abdul Halim *et al.*, 2019; Anwar, 2017; Arif, 2013; Frank Wilkins *et al.*, 2019; Haronzah *et al.*, 2019; Jensani *et al.*, 2019; Johari *et al.*, 2019; Mohd Azmi *et al.*, 2019; Muhammad Azrin *et al.*, 2019; Nazir *et al.*, 2019; Nor Jefri *et al.*, 2019; Nordin *et al.*, 2019; Rahim, 2017; Sherlyanita & Rakhmawati, 2016; Watie, 2016).

Perniagaan dalam talian umumnya masih mengekalkan konsep perniagaan seperti kaedah konvensional dimana konsep perniagaan dilakukan melalui dasar suka sama suka atau sukarela antara pembeli dan penjual seperti yang diperintahkan melalui firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Maksud: *Wahai orang yang beriman, janganlah kamu makan (gunakan) harta kamu sesama kamu dengan jalan yang salah (tipu, judi dan sebagainya), kecuali dengan jalan perniagaan yang dilakukan secara suka sama suka di antara kamu, dan janganlah kamu berbunuh-bunuhan sesama sendiri. Sesungguhnya Allah sentiasa Mengasihani kamu*”.

(Surah *al-Nisa*, 4: 29)

Bagi memastikan fitrah perhubungan antara manusia melalui perniagaan terjamin dan terpelihara secara komprehensif. Islam secara jelas memberi garis panduan yang perlu dipatuhi semasa aktiviti perniagaan dijalankan merangkumi perkara-perkara seperti berikut:

### Menipu dan Bersumpah bagi Melariskan Barangan

Pelbagai kaedah dan strategi yang dilakukan oleh penjual bagi mempromosi dan mempengaruhi pembeli untuk melariskan barangan jualan. Seorang peniaga yang beretika perlu menjauhkan dirinya dari menjalankan apa jua bentuk penipuan dalam urusan jual beli. Menipu untuk melariskan barangan jualan merupakan satu helah demi kepentingan diri sendiri dan seterusnya akan memberi kesan negatif terhadap pembeli dan orang lain.

Terdapat pelbagai kaedah dan cara penipuan yang boleh dilakukan oleh peniaga dalam urusan jual beli seperti memalsukan spesifikasi barangan, menjual barangan tiruan dan menipu pelanggan melalui iklan atau promosi yang palsu. Larangan menipu dalam perniagaan dijelaskan sebagaimana hadis riwayat Abu Hurairah, Rasulullah SAW bersabda iaitu (Muslim, t.th.: 102):

مَرَّ عَلَى صُبْرَةِ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا فَتَأَلَّتْ أَصَابِعُهُ بِلَلًا فَقَالَ: «مَا هَذَا يَا صَاحِبَ  
الطَّعَامِ.» قَالَ: «أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ.» قَالَ: «أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَمَا  
يَرَاهُ النَّاسُ مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي.»

Maksud: *Rasulullah SAW melalui setimbulan makanan lalu memasukkan tangannya ke dalam timbunan makanan tersebut dan mendapati jari-jemarinya basah. Rasulullah SAW bersabda, “Apakah semua ini wahai pemilik makanan?” Lelaki itu menjawab, “Makanan ini ditimpa hujan wahai Rasulullah. Lalu Rasulullah bersabda, “Kenapa tidak kamu jadikan yang basah itu disebelah atas makanan agar manusia dapat melihatnya, barang siapa yang menipu maka ia bukan dari kami orang yang menipu”*.

(Muslim)

Selain dari menipu, perbuatan bersumpah bertujuan untuk melariskan barangan turut ditegah dalam Islam. Larangan ini dijelaskan sebagaimana sabda Rasulullah SAW melalui hadis berikut (Al-Bukhari, 2001: 1981):

إِنَّ أَبَا هُرَيْرَةَ رضي الله عنه قَالَ: «سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صلى الله عليه وسلم يَقُولُ: «الْحَلْفُ مُنْفَقَةٌ لِلسَّلْعَةِ مُنْحِقَةٌ لِلْبَرَكَاتِ.»

Maksud: *Sesungguhnya Abu Hurairah RA berkata, “Aku mendengar Rasulullah SAW bersabda, “Sumpah itu dapat melariskan barang dan menghilangkan barakah”.*

(Al-Bukhari)

Berlandaskan kepada kedua-dua hadis ini, penjual yang melaksanakan urusanniaga perlu mengelak dirinya dari melakukan sebarang penipuan dan bersumpah sebagai usahanya untuk melaris dan mengejar keuntungan perniagaan.

## Riba

Perkataan riba diambil dari maksud asalnya al-ziyādah, iaitu pertambahan atau bertambah (Abdullah, 2017) melalui transaksi jual beli merupakan satu amalan keji dan diharamkan dalam Islam (Yaljan, 1986; Rajikin *et al.*, 1997; Sabran, 2001; Jasmi, 2002; Talib al-Rembawi, 2003; Muhamad *et al.*, 2005; Bahammam, 2005; Jasmi & Suratman, 2007; Hidayanto, 2008; Jasmi & Razali, 2017; Jasmi, 2017b, 2018, 2019, 2020b, 2020a). Perbuatan ini mewujudkan situasi yang tidak adil antara peniaga dan pembeli. Bertentangan dengan syariat Islam yang menekankan hubungan yang adil semasa manusia, amalan keji ini bukan sahaja menzalimi tetapi juga merugikan pihak yang dikenakan riba. Amalan riba merupakan satu dosa besar dalam Islam dan pengharamannya dirakamkan secara jelas berasaskan firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾  
 فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِنَّ أَمْوَالَكُمُ  
 لَا تَطْلُمُونَ وَلَا تَظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Maksud: *Wahai orang yang beriman! Bertaqwalah kamu kepada Allah dan tinggalkanlah sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang beriman. Jika kamu tidak melaksanakannya, maka umumkanlah perang dari Allah dan RasulNya. Tetapi jika kamu bertaubat, maka kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan).*

(Surah al-Baqarah, 2: 278-279)

Perniagaan yang berlandaskan riba mesti dijauhi oleh peniaga Islam kerana amalan ini memberi impak sosiologi dan ekonomi yang negatif terhadap sesuatu masyarakat dalam masa yang panjang. Keuntungan dan kekayaan yang diperolehi dari amalan riba akan menjadikan pemberi riba akan terus rakus mengumpulkan hartanya dengan cara yang zalim dan secara tidak langsung menindas dan memudaratkan masyarakat sekeliling.

## Larangan Mengurangkan Kadar Sukatan dan Timbangan

Strategi penipuan seperti mengurangkan kadar sukatan dan timbangan adalah antara perbuatan yang sering dilakukan oleh peniaga yang tidak jujur dalam urusan perniagaan. Keghairahan mendapatkan keuntungan melalui aktiviti penipuan seperti ini adalah dilarang dan larangan ini dijelaskan melalui firman Allah SWT:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوا لَهُمْ أَوْزَ نُحُسْرُونَ ﴿٣﴾

Maksud: *Celakalah bagi bagi orang yang curang (dalam menyukat dan menimbang). (Iaitu) orang yang apabila menerima sukatan dari orang lain mereka minta dicukupkan. Dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain, mereka menguranginya.*

(Surah *al-Mutaffifin*, 84: 1-3)

Antara ayat lain mengenai perintah Allah SWT supaya disempurnakan timbangan dan sukatan berasaskan firman Allah SWT :

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ ﴿٩﴾

Maksud: *Dan tegakkanlah keseimbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi keseimbangan itu”.*

(Surah *al-Rahman*, 55: 9)

Perintah dan amaran yang diberikan oleh Allah SWT melalui ayat-ayat ini mesti dipatuhi kerana keingkaran terhadap suruhanNya boleh mengundang azab seperti yang berlaku kepada kaum Nabi Syuib yang mempraktikkan amalan mengurangkan timbangan sebagai bentuk kepandaian dan kelicikan dalam urusan jual beli.

### **Memonopoli Barangan (Ihtikar)**

Ihtikar yang bermaksud memonopoli barangan merupakan satu tindakan terkutuk yang dilarang dalam Islam kerana mendatangkan kesulitan pada masyarakat. Peniaga yang tamak biasanya akan membeli barangan secara monopoli terutamanya terhadap barangan keperluan asasi ketika disituasi kritikal atau kecemasan. Barangan itu kemudiannya dikumpul, disorok dan kemudiannya dijual dengan harga yang mahal secara sedikit demi sedikit untuk mendapatkan keuntungan berlipat kali ganda. Perbuatan haram ini dijelaskan sebagaimana hadis (Muslim, t.th.: 1605):

أَنَّ مَعْمَرًا، قَالَ: «قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: «مَنْ احْتَكَرَ فَهُوَ خَاطِيٌّ».

Maksud: *Dari Ma'mar bahawa Rasulullah SAW bersabda; Barang siapa memonopoli barangan (ihtikar) maka ia melakukan kesalahan”.*

(Muslim)

Peniaga yang tidak beretika akan menganggap keuntungan yang terhasil dari tindakannya ini adalah lebih utama berbanding kesulitan yang dialami terutamanya pada orang yang sangat memerlukan. Sesungguhnya keindahan hukum Islam dalam mengharamkan tindakan memonopoli barangan adalah untuk menjauhi kezaliman dan melindungi kepentingan masyarakat umum terutamanya di waktu yang kritikal.

### **Haram Menjual Najis**

Perniagaan yang melibatkan barangan yang dikategorikan najis seperti babi, arak dan bangkai secara jelas diharamkan dalam Islam. Pengharaman Islam terhadap barangan yang ternyata najis pada zatnya ini dilakukan kerana semua yang najis ini mendatangkan kemudaratan dan kerosakan kepada manusia sejagat. Pengharaman ini dijelaskan sebagaimana hadis (Ahmad, 2001: 14495):



جَابِرُ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ يَقُولُ: «سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ يَقُولُ: «عَامَ الْفَتْحِ إِنَّ اللَّهَ ﷻ  
وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَنَازِيرِ وَبَيْعَ الْمَيْتَةِ وَبَيْعَ الْحُمْرِ وَبَيْعَ الْأَصْنَامِ»»

Maksud: “Dari Jabir bin Abdullah katanya, ia mendengar Rasulullah SAW bersabda pada tahun pembukaan kota Mekah, sesungguhnya Allah SWT dan Rasulnya mengharamkan jual beli babi, bangkai, arak dan patung berhala”.

(Ahmad)

Justeru, berdasarkan kepada hadis ini secara zahirnya menjelaskan keharaman kepada umat Islam utk mengurus niaga yang melibatkan kepada tiga perkara yang dinyatakan oleh Nabi SAW. Pengharaman demikian, adalah disebabkan ketiga-tiga perkara demikian dikategorikan sebagai najis yang dinyatakan oleh ulama silam

## ANALISA RANGKAIAN SOSIAL (ARS)

Gaya hidup manusia kini yang banyak bergantung kepada perniagaan secara atas talian membuka ruang kepada peniaga yang tidak beretika atau penjenayah di alam maya mengeksploitasi kelemahan pengguna melalui pelbagai cara termasuk rangkaian dan entiti sosial pengguna. Kecanggihan teknologi ini juga membuka peluang kepada mereka menggunakan identiti palsu untuk mengelakkan diri dari dijejaki, dikesan dan seterusnya mengelirukan pihak berkuasa (Ab Halim & Muslaini, 2018; Anwar, 2017; Arif, 2013; Azman, 2018; Budiman, 2017; Ismail *et al.*, 2019; Jensani *et al.*, 2019; Johari *et al.*, 2019; Rahim, 2017; Razali *et al.*, 2019). Tugasan untuk menganalisa dan mengesan aktiviti yang melanggar undang-undang ini memerlukan satu peralatan dan juga kaedah yang bersesuaian seperti bagi menjejaki mereka di dunia digital sebelum dibawa ke muka pengadilan.

Secara umumnya, ARS merupakan satu kaedah yang dipraktikkan dalam menganalisa rangkaian sosial dalam dunia digital tanpa sempadan pada hari ini. Ia adalah teknik tambahan kepada statistik biasa untuk menganalisa rangkaian data dan seterusnya membantu penganalisa dalam memahami kebergantungan antara entiti sosial dalam data terkumpul. Menurut Mena (2003), ARS adalah perlombongan data teknik yang mendedahkan struktur dan kandungan badan maklumat dengan mewakilinya sebagai satu set yang saling berkaitan, objek atau entiti yang dikaitkan.

Kaedah pengumpulan data di era digital ini boleh dilakukan melalui pengumpulan dari pelbagai aplikasi dan sumber yang dikenali sebagai interconnected object. Berbanding kaedah konvensional pengumpulan maklumat dilakukan melalui pengumpulan data secara berasingan dan ianya akan menjadi lebih kompleks.

Melalui kaedah ARS, data yang diperolehi berupaya untuk mengenal pasti hubungan antara entiti sosial, menganalisa kandungan dan corak hubungan didalam rangkaian sosial bagi memahami kaitan antara pelaku dan implikasinya dengan lebih terperinci. Data yang diperolehi mampu dinilai dan diklasifikasikan sebagai set entiti individu, kumpulan dan organisasi yang membentuk satu rangkaian sosial. Corak hubungan didalam rangkaian sosial ini mampu dianalisa melalui interaksi pelaku dalam rangkaian dengan lebih terperinci.

Peranan utama kaedah ARS adalah untuk mengenalpasti pengaruh dan pelaku melalui kaedah statistik, mengenalpasti hub dan penyebaran maklumat didalam rangkaian hanya dengan menggunakan algorithma dan parameter yang tertentu. Kaedah ini sangat bermanfaat dalam mengumpul maklumat daripada rangkaian dan secara tidak langsung mampu menyelesaikan masalah melalui analisa yang dilakukan dan menjadikan penggunaan ARS popular dalam pelbagai bidang penganalisaan terutamanya pengesanan penipuan di alam maya.

Penggunaan ARS sebagai kaedah utama pengesanan penipuan dalam sistem perniagaan dalam talian seperti yang dibincangkan oleh Omar *et al.* (2014) tidak boleh dilihat sebagai satu penyelesaian secara komprehensif. Masih terdapat beberapa limitasi yang dikenalpasti dalam penggunaan ARS merangkumi perkara berikut;

Proses analisa data yang kompleks. Penggunaan ARS memerlukan masa dan kos yang tinggi dalam proses penganalisaan data. Proses analisa data ini boleh dilaksanakan dengan berkesan tetapi bergantung kepada jenis dan sejauh mana permasalahan yang dihadapi, maklumat yang diperolehi dan tahap kepakaran juruanalisa yang digunakan.

Proses pemetaan antara individu yang rumit. Proses ini memerlukan perisian khusus dan penganalisa yang terlatih. Peralatan dan perisian untuk mengesan penipuan melalui ARS tidak sesuai bagi organisasi kecil kerana melibatkan kos penganalisaan yang besar dan masa yang lama untuk dibangunkan berbanding kesukaran dalam proses pemetaan individu.

Risiko kehilangan data. Proses ARS berkemungkinan mengalami risiko yang tinggi terhadap kehilangan data yang sensitif kerana data-data ini dikumpul dari pelbagai sumber. Oleh yang sedemikian, penyimpanan data perlu dibuat dengan teliti bagi mengurangkan risiko kehilangan. Penggunaan algoritma melalui kaedah ARS dilihat mampu mengesan penipuan perniagaan dalam talian, namun limitasi yang dibincangkan diatas boleh diatasi dengan langkah yang bersesuaian oleh pihak yang berkenaan.

Penggabungan model kepercayaan bersama etika perniagaan Islam dalam ARS berpotensi untuk membantu penganalisa mengesan penipuan perniagaan dalam talian dengan tepat. Penambahan data berdasarkan ciri yang dicadangkan melalui etika perniagaan Islam ini berupaya mewujudkan skop pengesanan lebih terfokus kepada penjual yang tidak beretika dan menipu.

## **PENCEGAHAN PENIPUAN DAN TUNTUTAN DALAM AMAR MAKRUH NAHI MUNGKAR**

Banyak perintah terhadap orang Islam dalam tuntutan terhadap amar makruh nahi mungkar baik dalam al-Quran mahupun hadis (Abdullah & Ariffin, 2010; Jasmi, 2016, 2017a; Samed et al., 2019). Perbincangan seterusnya adalah melibatkan melalui pendekatan ARS. Melalui penggunaan ARS ini, ianya merupakan sebagai satu kaedah yang boleh membantu pihak berwajib untuk mengesan dan seterusnya membanteras penipuan yang dibuat oleh peniaga yang tidak beretika. Peringatan tegas daripada Rasulullah akan azab Allah SWT apabila umat Islam berdiam diri daripada melakukan amar makruh nahi mungkar. Kewajipan amar makruh nahi mungkar kepada manusia dijelaskan sebagaimana hadis riwayat Abu Sa' id al-Khudri bahawa Rasulullah SAW bersabda (Muslim, t.th.: 49):

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ  
وَذَلِكَ أَوْعَفُ الْإِيمَانِ

Maksud: "Siapa sahaja di antara kalian yang melihat kemungkaran, maka hendaklah dia merubahnya dengan tangannya. Jika tidak mampu, maka dengan lisannya. Jika tidak mampu, maka dengan hatinya, dan itulah (dengan hati) selemah-lemah iman".

(Muslim)

Apabila seseorang itu mengabaikan tuntutan amar makruh nahi mungkar, sedangkan dia berupaya melakukannya, dia bukan sahaja berdosa kerana berdiam diri tetapi akan menyebabkan Allah SWT menurunkan azab kepada dirinya dan masyarakat sekelilingnya. Peringatan ini dijelaskan sebagaimana hadis riwayat Mujahid yang berkata Mawla kami

mendengar daripada Datukku berkata bahawa Rasulullah SAW pernah bersabda (Ahmad, 2001: 17720):

إِنَّ اللَّهَ ﷻ لَا يُعَذِّبُ الْعَامَّةَ بِعَمَلِ الْخَاصَّةِ حَتَّى يَرَوْا الْمُنْكَرَ بَيْنَ ظَهْرَانِيهِمْ وَهُمْ قَادِرُونَ عَلَى أَنْ يُنْكِرُوهُ فَلَا يُنْكِرُوهُ فَإِذَا فَعَلُوا ذَلِكَ عَذَّبَ اللَّهُ الْخَاصَّةَ وَالْعَامَّةَ.

Maksud: *Sesungguhnya Allah SWT tidak akan mengazab masyarakat secara umum kerana perbuatan orang tertentu, kecuali jika mereka (masyarakat) melihat kemungkaran di tengah-tengah mereka, sementara mereka mampu mencegahnya, tetapi mereka tidak mencegahnya. Jika mereka melakukan demikian (tidak mencegah kemungkaran), Allah mengazab orang tertentu itu dan masyarakat secara umumnya”.*

(Ahmad)

Gambaran yang jelas dihuraikan oleh Rasulullah SAW kepada sebuah masyarakat yang mengabaikan tuntutan melakukan amar makruf nahi mungkar, akan memusnahkan masyarakat itu sendiri secara keseluruhan. Satu hadis menjelaskan (Al-Bukhari, 2001: 2493):

التُّعْمَانُ بْنُ بَشِيرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ ﷺ: «قَالَ مَثَلُ الْقَائِمِ عَلَى حُدُودِ اللَّهِ وَالْوَاقِعِ فِيهَا كَمَثَلِ قَوْمٍ اسْتَهَمُوا عَلَى سَفِينَةٍ فَأَصَابَ بَعْضُهُمْ أَعْلَاهَا وَبَعْضُهُمْ أَسْفَلَهَا فَكَانَ الَّذِينَ فِي أَسْفَلِهَا إِذَا اسْتَقَوْا مِنَ الْمَاءِ مَرُّوا عَلَى مَنْ فَوْقَهُمْ فَقَالُوا لَوْ أَنَّا خَرَقْنَا فِي نَصِيبِنَا خَرْقًا وَلَمْ نُؤْذِ مَنْ فَوْقَنَا فَإِنْ يَتْرُكُوهُمْ وَمَا أَرَادُوا هَلَكُوا جَمِيعًا وَإِنْ أَخَذُوا عَلَى أَيْدِيهِمْ نَجَوْا وَنَجَّوْا جَمِيعًا.»

Maksud: *Nu'man bin Bashir RA menceritakan bahawa Nabi SAW bersabda, “Perumpamaan orang yang menegakkan hukum Allah dan orang yang melanggarnya bagaikan suatu kaum yang berbahagi-bahagi tempat dalam sebuah kapal. Sebahagian mereka berada di bahagian atas kapal, dan sebahagian yang lain berada di bahagian bawahnya. orang yang berada di bahagian bawah, apabila ingin mengambil air, akan melalui orang yang berada di atas mereka. Mereka berkata, “Seandainya kita menebuk sahaja bahagian kita daripada kapal ini, nescaya kita tidak akan mengganggu orang yang berada di atas kita.” Apabila mereka semua membiarkan orang (di bawah) tersebut menunaikan keinginannya, nescaya mereka semua akan binasa. Jika mereka mencegah orang tersebut, nescaya mereka semua akan selamat dan menyelamatkan semuanya”.*

(Al-Bukhari)

Kesemua hadis ini menunjukkan wajibnya melakukan amar makruf nahi mungkar dan salah satu punca kepada turunnya azab Allah SWT ialah kerana diamnya umat Islam daripada melakukan kewajipan tersebut tatkala mereka melihatnya, sedangkan mereka mampu melakukannya. Azab Allah SWT kepada manusia pasti akan berlaku sekiranya kegiatan seperti penipuan perniagaan dalam talian ini dipandang ringan.

## RUMUSAN

Pembinaan algoritma berdasarkan gabungan model kepercayaan yang diterima secara meluas dan etika perniagaan Islam boleh dijadikan platform untuk mengesan urusan penipuan dalam perniagaan dalam talian. Penambahan dalam mengambil kira etika perniagaan Islam akan menjadikan data pengesanan terhadap kes penipuan lebih terperinci disebabkan penambahan sumber untuk proses penganalisaan oleh pihak yang berwajib. Kaedah pengesanan penipuan melalui pelbagai cara dan teknik yang menggabungkan konsep Barat dan Islam ini bukan sahaja membantu pihak berwajib tetapi juga sebagai usaha untuk memenuhi tuntutan Islam dalam amar makruf nahi mungkar.

## RUJUKAN

- Shazia Tabassum, Fabiola S. F. Pereira, Sofia Fernandes and João Gama, 2018, Social Network Analysis: An Overview. Volume 8, Issue 5
- Ab Halim, Fazlinda, & Muslaini, Mohammad Siraj Munir. 2018. "Impak Media Sosial Terhadap Tingkah Laku Sosial Pelajar di Kolej Vokasional". *Online Journal for TVET Practitioners*, 3(1).
- Abd Rahman, Zaharuddin. 2007. Isu Syariah dalam Perniagaan MLM. Tarikh akses pada, di laman <http://zaharuddin.net/pelaburan-&-perniagaan/222-multi-level-marketing-menurut-shariah.html>
- Abdul Halim, Zainab Zakirah, Azmi, Dania Salsabila, & Marni, Nurazmallail. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Trend Penggunaan Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Abdullah, Mustafa, & Ariffin, Sedek. 2010. "Keruntuhan Moral dan Penyelesaian Al-Quran Berdasarkan Kaedah Amar Makruf dan Nahi Mungkar". *Kemelut Peradaban Remaja di Malaysia*.
- Ahmad, Muhammad Hambal. 2001. *Musnad al-Imam Ahmad bin Hambal*. Shu'ay al-Arna'ut & 'Adil Murshid (Ed.). Al-Qahirah: Mu'assah al-Risalah.
- Al-Bukhari, Muhammad. 2001. *Al-Jami' al-Musnad al-Sahih al-Mukhtasar min Umur Rasulullah SAW wa Sunanihi wa Ayyamihi – Sahih al-Bukhari*. Muhammad Zuhair Nasir Al-Nasir (Ed.). Jld. 1-9. Masurah: Dar Tuq al-Najat.
- Anwar, Fahmi. 2017. "Perubahan dan permasalahan media sosial". *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 1(1).
- Arif, M. Nur Rianto Al. 2013. "Penjualan on-line berbasis media sosial dalam perspektif ekonomi Islam". *Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan*, 13(1).
- Azman, Munirah. 2018. Kesan negatif budaya ikut trend media sosial. Tarikh akses pada, di laman <https://www.kosmo.com.my/k2/rencana-utama/kesan-negatif-budaya-ikut-trend-media-sosial-1.714782>
- Bahammam, Fahd Salem. 2005. "Makanan dan Pakaian: Penjelasan Tentang Makanan, Minuman dan Pakaian dalam Islam".
- Basiron, Bushrah. 2013. *Penggunaan & Pemilikan Harta Menurut Perspektif Islam*. Skudai, Johor: Penerbit UTM Press.
- Budiman, Ahmad. 2017. "Berita bohong (hoax) di media sosial dan pembentukan opini publik". *Majalah Info Singkat Pemerintahan Dalam Negeri Isu Aktual*, 9.
- Donthu, N., & Garcia, A. 1999. "The Internet Shopper". *Journal of Advertising Research*, 39, 52-58.
- Frank Wilkins, Luqman Hakeem, Batumalai, Pragathesh, & Jasmi, Kamarul Azmi. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Dampak Positif Menurut Islam*. Kertas Kerja

- dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Haronzah, Muhammad Fairman, Mani, Inthiran, & Wan Embong, Wan Hassan. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Facebook Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Hidayanto, M. Fajar. 2008. "Praktek Riba dan Kesenjangan Sosial". *Jurnal Ekonomi Islam*, 239-261.
- Ismail, Mohd Shawal, Khor, Shaw Zhan, & Mohamad, Ahmad Marzuki. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Impak Psikologi Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2002. *Paradigma Al-Imam al-Nawawi Dalam Pembangunan Insan: Satu Kajian Teks Terhadap Kitab Riyad al-Solihin*. Universiti Malaya: Projek Sarjana.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2016. Amar Makruf Nahi Mungkar. Dlm. Kamarul Azmi Jasmi (Ed.), *Ensiklopedia Pendidikan Islam*. Edisi Pertama ed., hlm. 11-13. Skudai Johor: Fakulti Tamadun Islam, Universiti Teknologi Malaysia & Persatuan Cendekiawan Pendidikan Islam [Malaysia] (AIES).
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2017a. Amar Makruf Nahi Mungkar. Dlm. Kamarul Azmi Jasmi (Ed.), *Ensiklopedia Pendidikan Islam*. Edisi Pertama ed., hlm. 11-13. Skudai Johor: Fakulti Tamadun Islam, Universiti Teknologi Malaysia & Persatuan Cendekiawan Pendidikan Islam [Malaysia] (AIES).
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2017b. Remaja dan Kehidupan Berbatasan dalam Beragama. Dlm. Kamarul Azmi Jasmi (Ed.), *Remaja Hebat Siri 4: Batasan dan Halangan Kecemerlangan*. Jld. 4, hlm. 15-34. Skudai Johor: Penerbit UTM Press.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2018. "Karakter 7B Mukmin Cemerlang". *Jurnal Tinta Artikulasi Membina Ummah (TAMU)*, 4(1), 1-22.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2019. *Halalan Tayyiban Asas Pemakanan Islam: Surah al-Baqarah (2: 168-173)*. Kertas Kerja dalam Siri 32: Program Budaya al-Quran, 12hb September 2019. Kolej Tun Fatimah, UTM.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2020a. *Halalan Tayyiban Asas Pemakanan Islam: Surah al-Baqarah (2: 168-173)*. Jld. 1-XX. Skudai Johor: Akademi Tamadun Islam, FSSK, UTM.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2020b. *Pembangunan Insan Soleh Menurut Perspektif Imam al-Nawawi*. Skudai Johor: Penerbit UTM Press.
- Jasmi, Kamarul Azmi, & Razali, Siti Suraini. 2017. Peranan Islam dalam Membentuk Peribadi Remaja Cemerlang. Dlm. Kamarul Azmi Jasmi (Ed.), *Remaja Hebat: Akhlak Sebagai Dasar Pembangunan Remaja Muslim*, p. Jld. 2, hlm. 1-18. Skudai Johor: Penerbit UTM Press.
- Jasmi, Kamarul Azmi, & Suratman, Azmi Shah. 2007. "Pembangunan Modal Insan yang Sempurna Menurut Perspektif Al-Imam-Al-Nawawi".
- Jensani, Muhammad Khairul Nizam, Eswaran, Kumanan, & Mohd Noor, Sulaiman Shakib. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Pembentukan Budaya Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Johari, Muhammad Hazwan, Baharuddin, Amirul Syafiq, & Ihwani, Siti Suhaila 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Kelestarian Penggunaan Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Lim, Yet Mee, & Cham, Tat Huei. 2015. "A Profile of the Internet Shoppers: Evidence from Nine Countries". *Telematics and Informatics*, 32(2), 344-354.

- Mayer, R.C. , Davis, J.H., & Schoorman, F.D. 1995. "An Integrative Model Of Organizational Trust". *Academy of Management Review*, 20(3), 709 -734.
- Md. Hussain, Muhammad Nasri , & Ahmad, Muhammad. 2006. *Etika Perniagaan: Pendekatan Perspektif Islam*. Petaling Jaya: Prentice Hall.
- Mena, Jesus. 2003. *Investigation Data Mining for Security and Criminal Detection*. Butterworth, Perak: Heinemann.
- Mohd Azmi, Mohamad Rafiuddin, Kamalanathan, Sasikumar, & Safar, Jimain. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Generasi Muda Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Muhamad, Siti Norlina, Ali, Maznah, Haron, Zulkifli, *et al.* 2005. "Kecenderungan Ibubapa Muslim Terhadap Pemakanan Halal: Kajian di Skudai, Johor Bahru Johor".
- Muhammad Azrin, Muhammad Fiqri, Moorthy, Vishnukumar Krishna, & Jasmi, Kamarul Azmi. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Perhubungan Sesama Manusia Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Muslim, al-Hajjaj. t.th. *Sahih Muslim*. Jld. 1-8. Beirut: Dar al-Fikr.
- Nazir, Muhammad Izzuddin, Che Noh, Muhammad Irfan Zikri, & Basiron, Bushrah. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Wanita Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Nor Jefri, Nurul Izzaty, Shaharin, Nuraisyah Syakirin, & Jasmi, Kamarul Azmi 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Pembentukan Masyarakat Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Nordin, Nur Hidayu, Mohammad, Nur Syuhada, & Mohamad, Ahmad Marzuki. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Instagram Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Noufidali, V.M., Thomas, J.S., & Jose, F.A. 2013. "E-Auction Frauds - A Survey". *International Journal of Computer Applications*, 61(14).
- Omar, Normah , Mohamed, Ismail, Mohd Sanusi, Zuraidah, *et al.* 2014. *Understanding Social Network Analysis (SNA) in Fraud Detection*. London: Taylor & Francis.
- Online, BH*. 2018, 8 Okt 2018. 8318 Kes Penipuan Siber direkodkan. *Berita Harian*.
- Rahim, Khusnul Hanafi & Mohd. Helmi Abd. 2017. "Penggunaan Media Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terbentuknya Gerakan Sosial". *Journal of Social Sciences and Humanities*, 12(2), 87-101.
- Rajikin, M. H., Omar, B., & Sulaiman, S. 1997. *Pemakanan dan Kesihatan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa Dan Pustaka.
- Razali, Nurul Afiza, Hera, Noor, & Jasmi, Kamarul Azmi. 2019, 15 Disember 2019. *Media Sosial dan Impak Negatif Menurut Islam*. Kertas Kerja dalam Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19). DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM Johor.
- Sabran, O. 2001. *Urus niaga Al-Qard Al-Hasan dalam pinjaman tanpa riba*. Skudai Johor: Penerbit Universiti Teknologi Malaysia.
- Samed, Murni Hayati , Salman, Maziah Mohd , & Jasmi, Kamarul Azmi. 2019. *Konsep Amar Makruf dan Nahi Mungkar dalam Kerukunan Keluarga*. Kertas Kerja dalam Seminar Institusi Islam 2019. 5.01 Bangunan Tun Razak (SPACE), Kuala Lumpur.

- Sherlyanita, Astrid Kurnia, & Rakhmawati, Nur Aini. 2016. "Pengaruh dan pola aktivitas penggunaan internet serta media sosial pada siswa SMPN 52 Surabaya". *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 2(1), 17-22.
- Talib al-Rembawi, Zakaria. 2003. *Pemakanan & Kesannya Terhadap Pembentukan Peribadi Muslim*. Selangor: Pustaka Ilmi.
- Watie, Errika Dwi Setya. 2016. "Komunikasi dan media sosial (communications and social media)". *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.
- Yaljan, Miqdad. 1986. "Peranan Pendidikan Islam Dalam Membangun Peribadi, Masyarakat dan Budaya Manusia".

**PROSIDING**  
**SEMINAR FALSAFAH SAINS DAN KETAMADUNAN**  
**2(2) 2020**

Tema

**Etika Islam untuk Kehidupan yang Gemilang**

Tarikh

**12 May 2020**

Tempat

**Dewan Maya**

**Akademi Tamadun Islam**

**Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan**

**Universiti Teknologi Malaysia**

Editor

**Kamarul Azmi Jasmi**

**Ahmad Muhyuddin Hassan**

**Wan Hassan Wan Embong**

**Akademi Tamadun Islam**

**Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan**

**Universiti Teknologi Malaysia**



**PROSIDING  
SEMINAR FALSAFAH SAINS DAN KETAMADUNAN  
2(2) 2020**

**Tema**  
Etika Islam untuk Kehidupan yang Gemilang

**Tarikh**  
12 May 2020

**Tempat**  
Dewan Maya  
Akademi Tamadun Islam  
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan  
Universiti Teknologi Malaysia

**Editor**  
Kamarul Azmi Jasmi  
Ahmad Muhyuddin Hassan  
Wan Hassan Wan Embong

Akademi Tamadun Islam  
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan  
Universiti Teknologi Malaysia

Cetakan Pertama 2020 Edisi Pertama

© Kamarul Azmi Jasmi

Hak Cipta Terpelihara. Tidak dibenarkan mengeluarkan mana-mana bahagian, artikel, ilustrasi, dan isi kandungan buku ini dalam apa jua bentuk dan dengan cara apa jua sama ada secara elektronik, fotokopi, mekanik, rakaman, atau cara lain sebelum mendapat izin bertulis daripada Akademi Tamadun Islam, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Teknologi Malaysia. Perundingan tertakluk kepada perkiraan royalti atau honorarium.

Perpustakaan Negara Malaysia

Data Pengkatalogan-dalam-Penerbitan

Seminar Falsafah Sains dan Ketamadunan (2 : 2020 : Johor)

PROSIDING SEMINAR FALSAFAH SAINS DAN KETAMADUNAN. 2(2) 2020 :  
Etika Islam untuk Kehidupan yang Gemilang, 12 May 2020, Dewan Maya, Akademi  
Tamadun Islam, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Teknologi Malaysia /  
Editor: Kamarul Azmi Jasmi, Ahmad Muhyuddin Hassan, Wan Hassan Wan Embong.

Mode of access: Internet

eISBN 978-967-2401-21-6

1. Science-Philosophy-Congresses.
  2. Civilization-Philosophy-Congresses.
  3. Islamic civilization-Congresses.
  4. Government publications-Malaysia.
  5. Electronic books.
- I. Kamarul Azmi Jasmi, 1973-. II. Ahmad Muhyuddin Hassan.  
III. Wan Hassan Wan Embong. IV. Judul.  
901

### **Editor Bahasa, Kulit, dan Pengatur Huruf**

**Kamarul Azmi Jasmi**  
Akademi Tamadun Islam  
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan (FSSK)  
Universiti Teknologi Malaysia,  
81310 UTM Johor,  
Johor Darul Takzim

### **Penerbitan**

T07, Akademi Tamadun Islam  
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan (FSSK)  
Universiti Teknologi Malaysia,  
81310 UTM Johor,

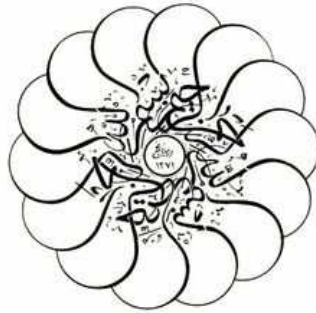
Johor Darul Takzim

## KANDUNGAN

<b>1</b>	<b>Permasalahan Ibadah Haji dan Umrah dalam Kalangan Transgender</b> <i>Nur Izzah Isa, Nurul Aini A Kadir, &amp; Ahmad Muhyuddin Hassan</i>	<b>01-06</b>
<b>2</b>	<b>Pelaksanaan Kod Etika Tempat Kerja</b> <i>Muhammad Abu Naim Ziatol Ihazair &amp; Diaya Ud-Deen Deab Mahmoud al-Zitawi</i>	<b>07-18</b>
<b>3</b>	<b>Fake News on Social Media during Covid-19 Crisis</b> <i>Mohd Haniff Mohamed Din, Nurulain Nadhirah Kamal, &amp; Akmaliza Abdullah</i>	<b>19-30</b>
<b>4</b>	<b>Peranan Etika Islam Mencegah Penipuan dalam Korporat</b> <i>Mohd Rizal Jasman, Aimi Wafa Ahmad, &amp; Kamarul Azmi Jasmi</i>	<b>31-42</b>
<b>5</b>	<b>Model Kepercayaan Etika Perniagaan Islam dan Analisis Rangkaian Sosial</b> <i>Mohd Rizal Jasman &amp; Kamarul Azmi Jasmi</i>	<b>43-54</b>
<b>6</b>	<b>Trust Model Etika Perniagaan Islam dan Analisis Rangkaian Sosial</b> <i>Muhammad Yusof Hakimi Kanafiah, Muhammad Abu Naim Ziatol Ihazair &amp; Kamarul Azmi Jasmi</i>	<b>55-66</b>
<b>7</b>	<b>Peranan Etika Pemasaran Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan</b> <i>Aimi Wafa Ahmad &amp; Kamarul Azmi Jasmi</i>	<b>67-72</b>
<b>8</b>	<b>Jual Beli atas Talian (E-Dagang) Menurut Perspektif Islam dan Moden</b> <i>Ahmad Muzakkir Rohaizat, Nur Hidayah Idris, &amp; Ajmain Safar</i>	<b>73-78</b>
<b>9</b>	<b>Prinsip Etika Islam dalam Komoditi Kontrak Derivatif</b> <i>Muhammad Yusof Hakimi Kanafiah &amp; Kamarul Azmi Jasmi</i>	<b>79-90</b>
<b>10</b>	<b>Analisis Penggunaan Bitcoin Sebagai Mata Wang dalam Perspektif Islam</b> <i>Wan Noor Hisbyam Wan Zainal Ala, Muhamad Zhafri Irfan Ibrahim, &amp; Ahmad Muhyiddin Hassan</i>	<b>91-100</b>
<b>11</b>	<b>Acceptance and Attitudes Towards the LGBT</b> <i>Fauzan Fahmi Mohamad Nora'eni, Siti Nur Syamimi Mohd Na'im, Nur'afini Dzulkifli, Norsahrina Wakidan, &amp; Ahmad Marzuki Mohamad</i>	<b>101-120</b>
<b>12</b>	<b>The Ethics of Social Media Technology from the Islamic Perspectives</b> <i>Siti Hajar Mansor, Azlina Narawi, &amp; Kawthar Bayoumi</i>	<b>121-132</b>
<b>13</b>	<b>China VS USA Trade War: Challenges</b> <i>Imannina Zaidy &amp; Tan Li Xian</i>	<b>133-144</b>



## PRAKATA



*Al-Hamdulillah* bersyukur kami kehadiran Allah SWT yang mencurahkan ilmu kepada umat manusia agar mereka dapat hidup makmur di permukaan alam ini. Selawat dan salam ke atas junjungan Nabi Muhammad SAW, ahli keluarganya, dan para sahabatnya.

Kami munajat kesyukuran kepada Allah SWT kerana dengan limpah kurnia-Nya kami dapat menyudahkan penyusunan Prosiding Seminar Falsafah Sains dan Ketamadunan dengan tema “*Etika Islam untuk Kehidupan yang Gemilang.*”

Pada asasnya Seminar ini diadakan sebagai memenuhi keperluan kursus Falsafah Sains dan Ketamadunan dalam bentuk kerja kursus berkumpulan. Terdapat 13 tajuk kertas kerja yang ditulis dan dibentangkan oleh para pelajar yang dibantu oleh Pensyarah merangkap penyelia kertas kerja untuk tatapan umum dalam seminar ini. Keseluruhan tajuk dalam seminar ini ialah:

- (1) Permasalahan Ibadah Haji dan Umrah dalam Kalangan Transgender
- (2) Pelaksanaan Kod Etika Tempat Kerja
- (3) Fake News on Social Media during Covid-19 Crisis
- (4) Peranan Etika Islam Mencegah Penipuan dalam Korporat
- (5) Model Kepercayaan Etika Perniagaan Islam dan Analisis Rangkaian Sosial
- (6) Trust Model Etika Perniagaan Islam dan Analisis Rangkaian Sosial
- (7) Peranan Etika Pemasaran Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan
- (8) Jual Beli atas Talian (E-Dagang) Menurut Perspektif Islam dan Moden
- (9) Prinsip Etika Islam dalam Komoditi Kontrak Derivatif
- (10) Analisis Penggunaan Bitcoin Sebagai Mata Wang dalam Perspektif Islam
- (11) Acceptance and Attitudes Towards the LGBT
- (12) The Ethics of Social Media Technology from the Islamic Perspectives
- (13) China VS USA Trade War: Challenges

Berdasarkan kepada tajuk seminar yang ditulis dan dibentangkan oleh para pelajar dan editor, seminar kali ini menyingkap secara mendalam tentang aspek etika Islam tentang kehidupan yang cemerlang dalam Islam yang dilihat menurut perspektif ajaran Islam dan kesannya kepada individu, keluarga, masyarakat, dan negara. Bermula daripada persoalan ibadat, pekerjaan, perniagaan, dan sosial hinggalah kepada persoalan krisis antara negara.

Prosiding seminar ini diharap dapat menjadi medan penting kepada para pelajar untuk melatih mereka menulis tulisan separuh akademik dalam satu skop tajuk yang berkaitan dengan pelbagai kod etika kehidupan menurut perspektif Islam dan manfaatnya kepada kesejahteraan umat manusia sejagat. Selain itu, himpunan kertas kerja ini pula diharapkan mampu memberi input kepada semua para pelajar tentang kod etika kehidupan menurut Islam sehingga mereka memahami kod etika kehidupan menurut Islam ini dalam bentuk kajian yang dihasilkan oleh berkat daya usaha mereka sendiri. Akhirnya, tulisan mereka ini

dapat dikongsikan kepada masyarakat awam dalam bentuk tulisan yang mempunyai nilai akademik untuk dimanfaatkan pula oleh masyarakat Malaysia.

Kamarul Azmi Jasmi  
Ahmad Muhyuddin Hassan  
Wan Hassan Wan Embong  
2020