

# Trust Model Etika Perniagaan Islam dan Analisis Rangkaian Sosial

Muhammad Yusof Hakimi Kanafiah  
Muhammad Abu Naim Ziatol Ihazair  
Kamarul Azmi Jasmi

Akademi Tamadun Islam, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, UTM, muhammadyusofhakimi@graduate.utm.my,  
abunaim1996.ma@gmail.com, qamar@utm.my

## Suggested Citation:

Kanafiah, Muhammad Yusof Hakimi; Ziatol Ihazair, Muhammad Abu Naim ; Jasmi, Kamarul Azmi (2020). Trust Model 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. 55-66. eISBN: 978-967-2401-21-6.

## Abstract

Trust model adalah satu perkara yang dibina bagi pengguna seperti pembeli dan penjual yang berfokuskan dalam perniagaan secara virtual seperti e-dagang dan seumpamanya. Trust model yang dibangunkan berdasarkan etika Islam dan diperbaiki dengan menggunakan analisis rangkaian sosial atau dikenali sebagai SNA (social network analysis). Perkara ini menjadi isu dalam masyarakat kini dimana perkembangan hasil daripada kerangka konvensional yang menjalankan perniagaan secara alam maya (online). Etika perniagaan Islam sangat penting dalam membina trust model dan diperbaiki dengan berdasarkan sistem analisis rangkaian sosial untuk pembangunan dan kebaikan umum dan masyarakat Islam khususnya. Oleh itu, artikel ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis tentang pembinaan trust model berdasarkan etika perniagaan Islam dan analisis rangkaian sosial dengan menyatakan definisi etika perniagaan Islam dan analisis rangkaian sosial. Kajian ini menggunakan kaedah kajian kepustakaan untuk mengupas tentang etika perniagaan Islam dan analisis rangkaian sosial dalam pembinaan trust model daripada sumber sekunder seperti artikel, jurnal, buku dan literasi yang berkaitan. Hasil dapatan kajian menunjukkan bahawa terdapat empat etika perniagaan Islam dan juga empat perkara dalam analisis rangkaian sosial. Empat etika perniagaan Islam adalah merangkumi dari segi pemasaran produk, penghasilan produk, pengurusan kewangan dan pengurusan sumber manusia. Manakala analisis rangkaian sosial pula akan diterangkan tentang definisi, fungsi dalam perniagaan, bentuk dan kelebihan menggunakan analisis rangkaian sosial. Kata Kunci: trust model, etika, analisis rangkaian sosial, fungsi dan bentuk sistem

## References

Al-Quran

Ahmad, Mushtaq. 2001. *Etika Bisnis dalam Islam*. Pustaka Al-Kautsar.

Al-aaidroos, Mohammed, Jailani, Norleyza, & Mukhtar, Muriati. 2019. "Expert validation on a reference model for e-auctions that conform to Islamic trading principles". *Journal of King Saud University-Computer and Information Sciences*, 31(1), 62-71.

Al-Attas, Syed Muhammad al-Naqib. 1977. *Islam: Faham Agama dan Asas Akhlak*. Kuala Lumpur: Angkatan Belia Islam Malaysia (ABIM).

Al-Tirmidhi, Muhammad 'Isa. 1998. *Al-Jami' al-Kabir - Sunan al-Tarmidhi*. Bashir 'Awad Ma'ruf (Ed.). Jld. 1-6. Beirut: Dar al-Girb al-Islami.

Amanullah, M. 2018. "Islamic ethics for mediation: A maqāsidic analysis". *Islamic Quarterly*, 62(1), 169-192.

Basmeih, Abdullah. 1999. *Tafsir Pimpinan al-Rahman kepada Pengertian al-Quran*. Kuala Lumpur: Jabatan Perdana Menteri.

Beekum, Rafik Issa. 2004. Terj. *Etik Bisnis Islami: Pustaka Pelajar*, Yogyakarta.

Bertens, Kees. 2000. *Pengantar etika bisnis*. Kanisius.

Buang, Amriah. 2005. "Globalisasi Ekonomi dan Impaknya kepada Ruang Budaya Bandar Malaysia". *GEOGRAFIA Online*, 1(1), 46-55.

Cross, Rob, & Parker, Andrew. 2004. *The Hidden Power of Sosial Networks: Understanding How Work Really Gets Done in Organizations*. USA: Harvard Business School Publishing Corporation.

Denny, Matthew. 2014. *Sosial Network Analysis*. Massachusetts, USA: Institute for Social Science, Universe of Massachusetts Amherst.

- Dictionary of Ethics, Theologi, and Society*. (Ed.) 1996 Dictionary of Ethics, Theologi, and Society). New York: : Routledge.
- Djaelani, Moh. Solikodin 2013. "Peran Pendidikan Agama Islam Dalam Keluarga dan Masyarakat". *Jurnal Ilmiah WIDYA, Volume 1*, 100-104.
- Encyclopedia of Americana*. 1993. *Ethics Encyclopedia of Americana* (Vol. 10, pp. 610). New York: Grolier Inco.
- Haddad, Habib Abdullah 1985. *Nasihat agama dan wasiat iman*. Singapura: Pustaka Nasional Pte Ltd.
- Hadiyati, Ernani. 2009. "Pengaruh Etika Bisnis terhadap Kewirausahaan pada Usaha Kecil Bengkel Les di Pujon". *Jurnal Manajemen Gajayana*, 6(1), 59-70.
- Hamzah, Naemah, & Jasmi, Kamarul Azmi. 2020. *Wanita Bekerjaya Menurut Perspektif Islam*. Skudai Johor: Penerbit UTM Press.
- Hassan, Abul, Chachi, Abdelkader, & Abdul Latiff, Salma. 2008. "Islamic marketing ethics and its impact on customer satisfaction in the Islamic banking industry". *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics*, 21(1).
- Jailani, Norleyza, Mukhtar, Muriati, Al-aaidroos, Mohamad AbdualGader, et al. 2016. Agent-Based Auction E-Marketplace with Value Added Services and Islamic Shariah Compliance *Encyclopedia of E-Commerce Development, Implementation, and Management*. hlm. 888-904: IGI Global.
- Jalal, Burhanudin. 2017. Agama. In Kamarul Azmi Jasmi (Ed.), *Ensiklopedia Pendidikan Islam* (Kedua ed., Vol. 1, pp. 2-5). Skudai Johor: Fakulti Tamadun Islam, Universiti Teknologi Malaysia.
- 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. 2008. *Mengasimilasi Budaya Islam dalam Organisasi untuk Mempertingkatkan Modal Insan Para Pekerja*. Kertas Kerja dalam The 4th National Human Resource Management Conference 2008. Tiara Beach Resort, Port Dickson.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2016a. Pembangunan Akhlak. Dlm. Kamarul Azmi Jasmi (Ed.), *Ensiklopedia Pendidikan Islam*. Edisi Pertama ed., hlm. 99-100. Skudai Johor:: Fakulti Tamadun Islam UTM & Persatuan Cendekiawan Pendidikan Islam [Malaysia] (AIES).
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2016b. Remaja dan Kehidupan Berbatasan dalam Beragama. Dlm. Kamarul Azmi Jasmi (Ed.), *Remaja Hebat: Batasan dan Halangan Kecemerlangan Remaja Muslim*. Skudai Johor: Penerbit UTM Press.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2017. *Bicara Buku: Sekolah Agama Penjana Generasi Berakhlak*. Kertas Kerja dalam Bicara Karya. Perpustakaan Sultanah Zanariah, Universiti Teknologi Malaysia.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2018. "Karakter 7B Mukmin Cemerlang". *Jurnal Tinta Artikulasi Membina Ummah (TAMU)*, 4(1), 1-22.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2020. *Pembangunan Insan Soleh Menurut Perspektif Imam al-Nawawi*. Skudai Johor: Penerbit UTM Press.
- Jasmi, Kamarul Azmi, & Mohd Rashid, Nur Amirah. 2008. Kesan Negatif Globalisasi terhadap Wanita Islam dan Penyelesaiannya. Dlm. Arieff Salleh (Ed.), *Isu Wanita Dalam Perundangan Islam*. Johor Bahru, Johor: Penerbit Universiti Teknologi Malaysia.
- Jasmi, Kamarul Azmi, Mustari, Mohd, & Mohamed, Ahmad Kilani. 2004. "Pendidikan Akhlak kepada Allah SWT: Nadi Penggerak Pembangunan Peradaban Insan".
- Jasmi, Kamarul Azmi, & Suratman, Azmi Shah. 2007. "Pembangunan Modal Insan yang Sempurna Menurut Perspektif Al-Imam-Al-Nawawi".
- Kuang, Lau Chun, Sulaiman, Salwani, & Jasmi, Kamarul Azmi. 2012, 21 April 2012. *Islam: Agama, Sejarah, dan Tamadun*. Kertas Kerja dalam Seminar Tamadun 2012. Marbawy Hall, Faculty of Islamic Civilization, Universiti Teknologi Malaysia.
- Majd, Elham, & Balakrishnan, Vimala. 2017. "A trust model for recommender agent systems". *Soft Computing*, 21(2), 417-433.
- Mansor, Aminuddin. 2017, December 26. Bentuk anak dengan didikan agama. *Utusan Online*, 1.
- Marin, A., & Wellman, B. 2014. Social Network Analysis: An Introduction. Dlm. J. Scott & P. J. Carrington (Ed.). *The SAGE Handbook of Social Network Analysis*. hlm. 11-25. London: SAGE Publications Ltd.
- Mayer, Roger C, Davis, James H, & Schoorman, F David. 1995. "An integrative model of organizational trust". *Academy of management review*, 20(3), 709-734.
- Mohd Rashid, Nor Amirah, & Jasmi, Kamarul Azmi. 2005. *Kesan Negatif Globalisasi Terhadap Wanita Islam dan Penyelesaiannya*. Kertas Kerja dalam International Seminar On Muslim Women: Future & Challenges In Shaping The Ummah. Sofitel Palm Resort, Senai Johor. [http://eprints.utm.my/41146/1/Mohd%20RashidNA2005\\_PengaruhGlobalisasiTerhadapWanita.pdf](http://eprints.utm.my/41146/1/Mohd%20RashidNA2005_PengaruhGlobalisasiTerhadapWanita.pdf)

- Mohd Rashid, Nur Amirah, & Jasmi, Kamarul Azmi. 2006. *Pengaruh Globalisasi Terhadap Gaya Hidup Pelajar di Fakulti Pendidikan, Universiti Teknologi Malaysia*. Universiti Teknologi Malaysia.
- Mohd. Hairudin, Amin, & Kamarul Azmi, Jasmi. 2011. *Sekolah Agama: Penjana Generasi Berakhlak*. Ed. 1. ed. Johor Bahru, Johor Darul Ta'zim, Malaysia: Penerbit UTM Press, Universiti Teknologi Malaysia.
- Mohd. Zain, Akhmal 2015. *Asas Pengetahuan Agama Islam: Tauhid, Fiqh & Akhlak*. Batu Caves: Al-Hidayah Publisher.
- Muhamad, Hilman, & Jasmi, Kamarul Azmi. 2013, 17-18 September 2013. *Penerapan Akhlak Islamiah dalam P&P Guru Matematik di Daerah Kulaijaya, Johor: Satu Kajian Rintis*. Kertas Kerja dalam Seminar Pertama Pendidikan dan Penyelidikan Islam [SePPIM'13]. The Main Hall, Faculty of Islamic Civilization, Universiti Teknologi Malaysia.
- Muhammad, Azhar, & Jasmi, Kamarul Azmi. 2004. *Etika Islam Terhadap Peranan Institusi Keluarga dalam Pendidikan Kerjaya Anak-anak*. Kertas Kerja dalam Seminar Pembangunan Kerjaya Abad 21. Main Hall, Faculty of Education, Universiti Malaya. [http://eprints.utm.my/41121/1/MuhammadA2004\\_EtikaIslamTerhadapPerananInstitusiKeluargadalamPendidikanKerjayaAnak.pdf](http://eprints.utm.my/41121/1/MuhammadA2004_EtikaIslamTerhadapPerananInstitusiKeluargadalamPendidikanKerjayaAnak.pdf)
- Nurrisza, Annisa Fitrah. 2016. "Peran Media Sosial di Era Globalisasi Pada Remaja di Surakarta Suatu Kajian Teoritis dan Praktis Terhadap Remaja dalam Perspektif Perubahan Sosial". *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5 (1), 28-37.
- Ridzuan, Ahmad, Mior, Muhammad Fateh, Aziz, Syed Abd, *et al.* 2012, 21 April 2012. *Islam Sebagai Satu Agama*. Kertas Kerja dalam Seminar Tamadun 2012. Marbawy Hall, Faculty of Islamic Civilization, Universiti Teknologi Malaysia.
- Rowan, John, & Samuel Zinaich, JR. 2003. *Ethics for The Profession*. Canada: Wadsworth Thomson Learning.
- Scott, J. . 1992. *Sosial Network Analysis*. Newbury Park CA: : SAGE.
- Sidek, Baba. 2003. *Globalisasi dan cabaran pendidikan. Suzalie Mohamad (pnyt.). Memahami Isu-Isu Pendidikan di Malaysia*. Kuala Lumpur: Institut Kefahaman Islam Malaysia.
- Singh, Meera. 2012. "Marketing mix of 4P's for competitive advantage". *IOSR Journal of Business and Management*, 3(6), 40-45.
- Suhid, Asmawati. 2005. "Pemantapan Komponen Akhlak dalam Pendidikan Islam bagi Menangani Era Globalisasi". *Jurnal Kemanusiaan*, 6(S), 95-104.
- Wan Husin, Wan Norhasniah. 2012. "Work Ethic From Islamic Perspective in Malaysia". *European Journal of school Science*, 29(2012), 54.
- Yaacob, Hashim, & Othman, Abdul Jalil. 2007. "Dunia Pendidikan dalam Era Globalisasi: Peranan dan Cabaran". *Masalah Pendidikan*, 30(1), 143-149.

# TRUST MODEL ETIKA PERNIAGAAN ISLAM DAN ANALISIS RANGKAIAN SOSIAL

Muhammad Yusof Hakimi Kanafiah  
Muhammad Abu Naim Ziatol Ihazair  
Kamarul Azmi Jasmi

Akademi Tamadun Islam  
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,  
Universiti Teknologi Malaysia  
muhammadyusofhakimi@graduate.utm.my, abunaim1996.ma@gmail.com,  
qamar@utm.my

## Abstract

*Trust model adalah satu perkara yang dibina bagi pengguna seperti pembeli dan penjual yang berfokuskan dalam perniagaan secara virtual seperti e-dagang dan seumpamanya. Trust model yang dibangunkan berdasarkan etika Islam dan diperbaiki dengan menggunakan analisis rangkaian sosial atau dikenali sebagai SNA (sosial network analysis). Perkara ini menjadi isu dalam masyarakat kini dimana perkembangan hasil daripada kerangka konvensional yang menjalankan perniagaan secara alam maya (online). Etika perniagaan Islam sangat penting dalam membina trust model dan diperbaiki dengan berdasarkan sistem analisis rangkaian sosial untuk pembangunan dan kebaikan umum dan masyarakat Islam khususnya. Oleh itu, artikel ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis tentang pembinaan trust model berdasarkan etika perniagaan Islam dan analisis rangkaian sosial dengan menyatakan definisi etika perniagaan Islam dan analisis rangkaian sosial. Kajian ini menggunakan kaedah kajian kepustakaan untuk mengupas tentang etika perniagaan Islam dan analisis rangkaian sosial dalam pembinaan trust model daripada sumber sekunder seperti artikel, jurnal, buku dan literasi yang berkaitan. Hasil dapatan kajian menunjukkan bahawa terdapat empat etika perniagaan Islam dan juga empat perkara dalam analisis rangkaian sosial. Empat etika perniagaan Islam adalah merangkumi dari segi pemasaran produk, penghasilan produk, pengurusan kewangan dan pengurusan sumber manusia. Manakala analisis rangkaian sosial pula akan diterangkan tentang definisi, fungsi dalam perniagaan, bentuk dan kelebihan menggunakan analisis rangkaian sosial.*

Kata Kunci: *trust model, etika, analisis rangkaian sosial, fungsi dan bentuk sistem*

## PENGENALAN

Trust model merupakan perkara yang sangat penting terutama dalam perniagaan secara virtual atau atas talian dimana penipuan sangat berleluasa melalui medan ini. Jadi, satu trust model dibina berdasarkan etika perniagaan Islam dan ditambahbaik dengan menggunakan analisis rangkaian sosial. Terdapat banyak kajian yang membincangkan tentang trust model ini secara meluas namun hanya terdapat kajian yang minimum dimana perbincangan trust model berdasarkan sudut pandangan Islam (Al-aaidroos *et al.*, 2019; Jailani *et al.*, 2016).

Pada era pascamoden ini, masyarakat menganggap globalisasi merupakan satu proses gabungan dunia dibawah satu atap yang sama tanpa ada sempadan ataupun dikenali dengan "dunia tanpa sempadan" (Jasmi & Mohd Rashid, 2008; Buang, 2005; Mohd Rashid, Nor Amirah & Jasmi, 2005; Mohd Rashid, Nur Amirah & Jasmi, 2006; Nurrizka, 2016; Sidek, 2003; Suhid, 2005; Yaacob & Othman, 2007). Aktiviti seperti perniagaan ataupun kegiatan ekonomi dapat dibuat dengan senang antara negara melalui transaksi yang akan mewujudkan kerjasama antara negara. Agama menerima aktiviti perniagaan ini diterangkan melalui galakan Islam terhadap umatnya dalam mencari kesenangan hidup (Hamzah & Jasmi, 2020; Muhammad

& Jasmi, 2004) dimana penerapan etika perniagaan dalam Islam melalui atas talian. Sepertimana ayat al-Quran: (Basmeih, 1999)

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ  
كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Maksud: *Kemudian setelah selesai sembahyang, maka bertebaranlah kamu di muka bumi (untuk menjalankan urusan masing-masing), dan carilah apa yang kamu hajati dari limpah kurnia Allah, serta ingatlah akan Allah banyak-banyak (dalam segala keadaan), supaya kamu berjaya (di dunia dan di akhirat)*

(Surah *al-Jumu'ah*, 62: 10)

Ayat tersebut menjelaskan bahawa hendaklah kita bertebaran di bumi Allah SWT dalam mencari rezeki dan keperluan dengan cara yang halal dan baik setelah selesai beribadah. Oleh itu, berniaga merupakan amalan yang terpuji dan merupakan sumber rezeki terbesar dimana Islam menetapkan beberapa garis panduan supaya setiap perkara yang dilakukan mendapat keredaan Allah SWT. Perkara ini disokong oleh hadis nabi yang diriwayatkan oleh Abu Sa'id bahawa Rasulullah SAW bersabda (Al-Tirmidhi, 1998: 1209):

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ، وَالصَّدِيقِينَ، وَالشُّهَدَاءِ.

Maksud: *Peniaga yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang yang jujur dan orang uang syahid.*

(*Al-Tarmidhi*)

Penjelasan hadis ini adalah menyuruh kepada peniaga supaya berlaku jujur dalam urusan perniagaan. Barang yang dijual harus berkualiti dan dalam kondisi yang elok dan sempurna serta peniaga wajib menghindarkan diri daripada menipu demi memperoleh keuntungan semata-mata.

### **Trust Model**

Trust model didefinisikan sebagai model kepercayaan yang merupakan entiti berbagai dimensi dimana ditekankan kepada pelbagai sifat seperti integriti, keselamatan, kebolehpercayaan dan kejujuran (Majd & Balakrishnan, 2017). Kepercayaan pengguna merupakan perkara yang sangat penting terutama dalam konteks perniagaan secara dalam talian. Kepercayaan diukur dengan banyak cara antaranya adalah ketepatan maklumat yang berkaitan dengan produk, kualiti, perkhidmatan yang disediakan dan sikap pengguna. Selain itu, trust model dikemukakan sebagai ciri yang merangkumi kemampuan, kebajikan dan integriti sebagai asas utama dimana ciri kemampuan adalah pergantungan pada kemahiran, kecekapan dan kepakaran pemegang amanah secara khusus. Ciri kebajikan pula menunjukkan bahawa pemegang amanah yang meletakkan kepercayaan dalam memberikan perkhidmatan yang terbaik dan integriti pula melibatkan pengakuan oleh pemegang amanah yang boleh diterima oleh kedua belah pihak (Mayer *et al.*, 1995). Al-aaidroos *et al.* (2019) pula mengembangkan satu trust model berdasarkan etika bisnes Islam dengan mengkaji kedua dua sifat integriti dan kebajikan.

## **Etika perniagaan Islam**

Etika merupakan bidang ilmu yang bercirikan kebiasaan kerana ia berperanan membuat keputusan apa yang patut dilakukan ataupun tidak boleh dilakukan kepada individu (Beekun, 2004).

Etika merupakan makna yang seerti dengan akhlak. Dalam bahasa etika memberi makna sebagai perangai atau kebiasaan (*Encyclopedia of Americana*, 1993; *Dictionary of Ethics*, 1996; Rowan & Samuel Zinaich, 2003; Jasmi *et al.*, 2004; Mohd. Hairudin & Kamarul Azmi, 2011; Wan Husin, 2012; Muhamad & Jasmi, 2013; Jasmi, 2016a, 2017; Amanullah, 2018). Maksud lain etika dapat dirumuskan dalam tiga pengertian iaitu pertama, digunakan dalam nilai moral yang teras kepada individu dalam menyusun tingkah lakunya. Kedua, digunakan dalam mengertikan kod etik dan yang ketiga, digunakan dalam ilmu tentang baik dan buruk (Bertens, 2000). Etika perniagaan adalah prinsip moral ataupun dikenali dengan kaedah etika atau aturan tingkah laku yang digunakan dalam melakukan sesuatu perniagaan. Etika perniagaan merupakan prinsip utama dalam sesuatu organisasi yang menjadi rujukan dalam melakukan keputusan dan tingkah laku (Hadiyati, 2009).

Disini dapat disimpulkan bahawa Islam bukanlah agama yang membiarkan sahaja individu dalam melakukan pekerjaan bagi mencapai keinginannya dengan menghalalkan semua cara walaupun terdapat unsur penipuan, riba, sumpah yang palsu dan lain-lain. Islam meletakkan batasan ataupun garis panduan untuk dijadikan pedoman bagi masyarakat untuk mengetahui mana yang halal dan haram dan inilah yang dikenali sebagai etika.

## **Analisis Rangkaian Sosial**

Berdasarkan kajian yang dilakukan, pengujian dan penerapan analisis rangkaian sosial (SNA) adalah untuk mendapatkan pelbagai informasi terhadap sesuatu perkara. Sebagai contoh adalah kepada organisasi perniagaan yang ingin mencari pemimpin yang bagus dan banyak pengaruh dalam kalangan ahli perniagaan, atau ingin mengukur tahap komunikasi dan hubungan pemimpin dengan orang bawahannya. Selain itu, SNA dapat membantu dalam permulaan perniagaan atau memasarkan sesuatu produk. Faktor, trend dan matlumat tentang perniagaan serta produk yang dihasilkan dapat dinilai oleh SNA.

## **ETIKA PERNIAGAAN ISLAM**

Etika perniagaan Islam boleh diertikan kepada akhlak yang berada dalam konteks perniagaan. Umat Islam terutamanya haruslah didedahkan dengan prinsip akhlak dalam perniagaan. Setiap usahawan Islam haruslah melaksanakan etika kerana tuntutan Islam dan bukan mengamalkan etika semata-mata. Hal ini yang membezakan umat Islam dengan yang lain iaitu niat dimana ia menentukan hala tuju sesuatu perkara. Niat dan kaedah pelaksanaan yang betul akan menjadikan setiap perbuatan adalah ibadah kepada Allah SWT. Prinsip asas yang utama dalam etika perniagaan Islam adalah taqwa dan ibadah kepada Allah. Secara ringkasnya, terdapat empat perkara utama dalam etika perniagaan Islam dan akan diperincikan setiap etika perniagaan Islam dalam empat perkara tersebut, iaitu pemasaran produk, penghasilan produk, pengurusan kewangan, dan pengurusan sumber manusia.

### **Pemasaran Produk**

Pemasaran produk bertujuan bagi mengenal pasti apa yang diperlukan oleh pengguna dan dapat menentukan sasaran produk serta perkhidmatan terutama kepada kualiti dan juga kepuasan pengguna (Singh, 2012). Pemasaran menggunakan strategi pemasaran campuran dimana terdapat empat item iaitu produk, harga, tempat dan promosi dimana gabungan ini dapat mencapai apa yang ingin disasarkan oleh pemasaran. Hal ini dapat dilihat etika perniagaan Islam dalam pemasaran adalah dengan menyatukan prinsip nilai dan ekuiti serta keadilan bagi melahirkan kebajikan untuk masyarakat. Terdapat perbezaan antara etika pemasaran konvensional

dengan Islam berdasarkan prinsip adil dan saksama dalam beberapa keadaan (Ahmad, 2001). Perbezaan ini menyebabkan peniaga Islam disarankan agar mengamalkan konsep yang terdiri daripada lima item iaitu produk, harga, promosi, tempat dan kemanusiaan (Hassan et al., 2008).

Selain itu, pensijilan halal amatlah dititikberatkan kerana ia memberi banyak manfaat kepada peniaga dan secara langsung tidak terlibat dengan perkara yang melibatkan unsur haram seperti riba, monopoli, rasuah, manipulasi dan sebagainya. Jadi, untuk mengiklankan sesuatu produk haruslah ditekankan kepada ciri-ciri yang benar dan penetapan harga yang berpatutan serta tiada unsur penipuan dan jelas. Etika yang baik juga digunakan untuk menaikkan kadar jualan syarikat dimana menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan.

### **Penghasilan Produk**

Penghasilan produk dibincangkan kepada tiga perkara yang utama iaitu kepentingan dari segi pensijilan halal, keluaran produk mengikut etika serta cabaran untuk mengeluarkan produk secara beretika. Dalam penghasilan produk yang halal, perkara utama yang ditekankan adalah dengan memastikan bahan mentah yang digunakan adalah halal serta melakukan prosedur atau etika kerja yang halal dimana tiada unsur penipuan, riba dan menjaga kebersihan. Bagi pihak yang memenuhi syarat dan peraturan oleh pihak yang berautoriti mereka berusaha mendapatkan pensijilan halal sebagai pelengkap dan pentingnya mendapat sijil halal adalah untuk meningkatkan taraf syarikat serta dapat menaikkan tahap keyakinan pembeli. Hal ini secara tidak langsung akan mendapatkan jadual pemantauan yang tetap bagi pematuhan syariah.

Seterusnya penghasilan produk secara beretika termasuk amanah serta tanggungjawab dalam penjagaan dan mengekalkan kebersihan premis, membuat penyelidikan kepada produk, bahan mentah yang digunakan mestilah suci dan bersih. Bagi memastikan pekerjaan dilakukan dengan penuh etika haruslah mempunyai rasa yakin bahawa Allah SWT memerhatikan pada setiap masa segala perbuatan kita. Disamping itu, faktor seperti halal dan suci, kelebihan daripada produk yang dibuat dan kadar daya saing produk merupakan salah satu usaha yang dilakukan bagi memastikan produk adalah sah mengikut perspektif syariah dan landasan Islam.

### **Pengurusan Kewangan**

Pengurusan kewangan berlandaskan Islam sangat penting dalam perniagaan bagi mengelakkan masyarakat terdedah kepada perkara yang berunsurkan riba, gharar dan manipulasi dimana ianya jelas haram dalam Islam dan setiap muslim mempunyai batasan dalam segala aspek kehidupan (Al-Attas, 1977; Haddad, 1985; Jasmi, 2002; Jasmi & Suratman, 2007; Kuang *et al.*, 2012; Ridzuan *et al.*, 2012; Djaelani, 2013; Mohd. Zain, 2015; Jalal, 2017; Jasmi, 2018, 2020, 2016b; Mansor, 2017). Ringkasnya, terdapat tiga perkara yang menjadi keutamaan dalam pengurusan kewangan iaitu mestilah bebas dari unsur riba, gharar dan judi sepertimana dijelaskan dalam al-Quran dan hadis. Para peniaga haruslah memastikan bahawa segala sumber perniagaan dari segi perbelanjaan dan pendapatan berlandaskan dengan ketetapan Islam.

Selain itu, terdapat beberapa isu yang penting dalam pengurusan kewangan ini iaitu modal perniagaan dimana para peniaga menggunakan simpanan mereka sendiri, ahli keluarga dan juga sahabat karib bagi mengelakkan terlibat dengan sumber haram. Mereka lebih memilih institusi kewangan berasaskan Islam jika perlu melalui pertolongan institusi kewangan dan memohon bantuan dari pihak yang tidak mengambil faedah. Garis panduan asas dalam Islam dikemukakan dalam dua cara iaitu perbelanjaan hanya terhad kepada perkara dan tujuan yang halal dan perbelanjaan dibuat mengikut keutamaan. Islam menjelaskan bahawa perbelanjaan itu terbahagi kepada dua iaitu halal dan haram dimana halal itu merangkumi yang wajib dan sunat. Masyarakat haruslah prihatin terhadap larangan perbelanjaan agar dapat menjadikan diri lebih berhati-hati dalam urusan perbelanjaan dimana cuba hindarkan diri daripada perbelanjaan yang tidak perlu dan elakkan pembaziran dan boros. Hal ini kerana dalam al-Quran jelas menyatakan tentang perkara ini iaitu:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Maksud: *Dan juga mereka (yang diredai Allah itu ialah) yang apabila membelanjakan hartanya, tiadalah melampaui batas dan tiada bakhil kedekut; dan (sebaliknya) perbelanjaan mereka adalah betul sederhana antara kedua-dua cara (boros dan bakhil) itu.*

(Surah *al-Furqan*, 25: 67)

Jadi, disini dapat difahami bahawa Islam melarang perbuatan boros dan membazir dan menyuruh untuk umat Islam bersifat hemah. Masyarakat Islam khususnya haruslah mengambil sifat pertengahan dimana bersifat hemah dalam mengeluarkan perbelanjaan iaitu tidak terlalu kikir dan tidak pula terlalu membazir.

### **Pengurusan Sumber Manusia**

Aset yang sangat bernilai dalam sesebuah syarikat adalah pekerja dimana mereka memainkan peranan yang sangat besar yang membawa kepada kejayaan sebuah syarikat. Jadi, pekerja dan majikan haruslah mempunyai hubungan yang erat sepertimana yang dijelaskan dalam Islam (Jasmi, 2008). Oleh itu, Islam menyuruh kita membina hubungan yang baik antara dua pihak berteraskan ajaran Islam dimana pekerja sebagai amanah kepada syarikat dan bukannya semata-mata dianggap sebagai pekerja. Perlu difahami bahawa semua rezeki adalah dari Allah SWT merupakan nikmat yang sangat besar dan harus dikongsi kepada semua secara adil.

Hal ini akan menyebabkan para peniaga Islam tidak akan melakukan kezaliman dan menganiayai pekerja dan akan menunaikan tanggungjawab serta hak kepada para pekerja seperti hak dalam jawatan, gaji dan sebagainya. Jika dilihat dari segi perjawatan, ia dilantik mengikut kelayakan, kemampuan dan semangat untuk bekerja. Perlulah mengambil kira dari semua sudut serta dari segi penetapan gaji pula haruslah mengambil kira dari segi garis kemiskinan, kos hidup dan kewangan syarikat itu sendiri. Maka, pengurusan sumber manusia merupakan elemen yang penting dalam etika perniagaan Islam kerana saling menjaga hubungan sesama manusia sesuai dengan perintah Allah SWT dalam al-Quran:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴿١٠﴾

Maksud: *Sebenarnya orang yang beriman itu adalah bersaudara, maka damaikanlah antara dua saudara kamu (yang bertelingkah) itu; dan bertaqwalah kepada Allah supaya kamu beroleh rahmat.*

(Surah *al-Hujuraat*, 49: 10)

Ayat ini menjelaskan kepada kita semua agar menjaga hubungan sesama manusia khususnya dalam satu syarikat atau institusi kerana Allah SWT berfirman iaitu orang yang beriman adalah bersaudara dan disuruh kepada kita semua agar melakukan perdamaian.

### **ANALISIS RANGKAIAN SOSIAL**

Analisis rangkaian sosial merupakan satu kaedah untuk membantu menilai dan menguji keberkesanan sesuatu produk atau perkara dalam satu rangkaian. SNA juga membantu dalam proses penambahbaikan dalam sesuatu permasalahan yang dihadapi. Pengaruh, faktor dan sebab boleh diperolehi dengan menggunakan kaedah SNA dalam menyelesaikan satu masalah.



## **Defenisi**

Apakah itu analisis rangkaian sosial (SNA)? SNA merupakan satu kajian untuk menilai, mengukur dan memetakan hubungan antara entiti yang bermatlumut untuk mengenal pasti dan memperbaiki masalah. Menurut Marin dan Wellman (2014), analisis rangkaian sosial (SNA) adalah pemetaan dan pengukuran hubungan dan aliran antara manusia, kumpulan, organisasi, komputer, URL, dan entiti bermaklumat. Scott (1992) pula mendefinisikan sebagai sejumlah kaedah untuk menganalisa faktor atau aspek pada struktur sosial. Nod dalam rangkaian adalah manusia dan kumpulan, sementara pautan menunjukkan hubungan atau aliran antara nod. SNA memberikan analisis visual dan matematik dalam perhubungan manusia. Dengan menggunakan SNA ini, dapat diketahui perhubungan sesuatu perkara ke satu perkara yang lain melalui rangkaian antara nod ke satu nod yang lain. SNA juga digunakan untuk melihat perkara yang berkait rapat antara satu individu ke individu yang lain sama ada dalam bentuk formal ataupun tidak. Dengan menggunakan analisis ini, dapat diketahui pelbagai perkara yang mempengaruhi sesuatu entiti bermatlumut dan dari analisis itu juga dapat digunakan sebagai rujukan untuk jangka masa yang panjang. Jika ingin memulakan sesuatu perniagaan, SNA amat berguna kerana dapat menilai terlebih dahulu potensi awal perniagaan yang ingin dilaksanakan. Apabila perniagaan sudah bermula, SNA juga dapat membantu dalam mengembangkan potensi perniagaan ke arah lebih tinggi dengan menganalisa perkara-perkara yang mempengaruhi dari sudut positif mahupun negatif dalam perniagaan tersebut.

## **Fungsi SNA dalam Perniagaan**

SNA amat berguna untuk menghasilkan kualiti perniagaan yang baik dengan menilai segala faktor positif dan negatif keatas perniagaan tersebut. Terdapat pelbagai fungsi SNA dalam melakukan analisis terhadap sesuatu perkara. Antaranya ialah keberkesanan dan pemetaan, mengetahui trend dan corak serta mencari nilai dan menguji hipotesis.

### ***Keberkesanan dan Pemetaan***

Kaedah pemetaan di sini dapat membantu dalam merangka atau menganalisa matlumut dalam rangkaian dengan lebih baik. Ianya dapat memberi keberkesanan yang menyeluruh dalam rangkaian sama ada di atas talian mahupun luar talian. Ianya juga dapat memetakan aliran matlumut dalam rangkaian untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara satu rangkaian ke rangkaian yang lain. Dalam kaedah pemetaan juga dapat mencari nilai, jarak mahupun angka dalam satu rangkaian.

### ***Mengetahui Trend dan Corak***

Dengan menggunakan SNA ini, dapat diketahui trend mahupun corak untuk sesuatu rangkaian tersebut. Dalam perniagaan perkara seperti ini amat penting sebelum memasarkan produk kerana melalui SNA, dapat diketahui dari sudut positif dan negatifnya sesuatu produk tersebut sebelum dipasarkan. Perkara ini dapat membantu pengusaha untuk membuat strategi sebelum memasarkan produk mereka supaya produk mereka mengikut trend dan corak terkini.

### ***Mencari Nilai dan Menguji Hipotesis***

Selain daripada untuk mencari trend dan corak, SNA juga dapat digunakan untuk mencari nilai serta menguji hipotesis dalam sesuatu rangkaian. Apabila nilai dan hipotesis dibuat, dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi sesuatu rangkaian tersebut. Melalui matlumut yang dikumpul, penambah baikkan serta pelaksanaan strategi untuk mengatasi masalah dapat dilakukan untuk kebaikan sesuatu rangkaian.

## **Bentuk SNA**

SNA memberikan matlumat berkaitan hubungan manusia dalam bentuk analisis visual dan matematik. Perunding pengurus menggunakan metodologi ini dengan pelanggan perniagaan mereka dan dikenali sebagai Analisis Rangkaian Organisasi [ONA]. ONA membolehkan anda melakukan pemeriksaan yang menyeluruh dalam organisasi anda dan mendedahkan sistem pengurusan yang menghubungkan segalanya.

Untuk memahami rangkaian dan hubungannya, proses menilai lokasi dan mengenal pasti faktor dalam rangkaian. Langkah ini memberikan gambaran mengenai pelbagai peranan dan pengumpulan dalam rangkaian. Dalam SNA juga boleh digunakan untuk menilai dan menguji rangkaian sesebuah perniagaan. Dalam SNA ada pelbagai bentuk untuk mengenal pasti sesuatu rangkaian. Menurut Denny (2014) terdapat empat bentuk SNA untuk mengenal pasti sifat sesebuah nod. Antaranya:

### ***Degree Centrality***

Degree Centrality adalah ukuran rangkaian yang paling asas dan menangkap jumlah hubungan dengan yang tertentu. Terdapat dua bahagian untuk pengukuran: *Indegree* ialah bilangan pautan masuk, atau bilangan nod terutama; *Outdegree* adalah bilangan pautan keluar, atau bilangan nod pengganti. Sebagai contoh, anda boleh menggunakan sentraliti darjah untuk mengukur seberapa kerap rangkaian berkongsi matlumat yang akan dikira sebagai ukuran dalam darjah. Penting untuk mengukur darjah kerana ianya merangkumi pautan bersama nod lain dalam rangkaian, sementara simpul itu sendiri menentukan pautan keluar.

### ***Betweenness Centrality***

Pusat jarak antara mengukur sejauh mana nod terletak pada laluan antara nod lain. Node dengan jarak yang lebih tinggi mempunyai pengaruh yang lebih besar pada rangkaian dan mengeluarkannya dari rangkaian boleh menyebabkan gangguan.

### ***Closeness Centrality***

Pusat jarak dekat dalam grafik mengukur panjang purata jalan terpendek dari nod ke nod lain dalam rangkaian. Sebagai contoh, jika anda mengukur pusat jarak dekat untuk laman web dan pautannya, anda akan mendapati bahawa pautan keluar mempunyai kedekatan yang lebih tinggi berbanding dengan pautan masuk.

### ***Eigenvector Centrality***

Eigenvector Centrality mengukur pengaruh nod dalam rangkaian. Skor relatif diberikan kepada setiap nod berdasarkan hubungan antara nod tinggi dan nod rendah. Sebagai contoh, halaman Google merupakan salah satu dari Eigenvector Centrality.

## **Kelebihan Menggunakan SNA**

Penggunaan SNA dalam mengenal pasti hubungan dalam sesuatu rangkaian akan memberi impak yang besar dalam proses penambahbaikan untuk sesuatu perniagaan. Terdapat banyak faedah yang boleh didapati dengan menggunakan SNA sebagai model atau analisa permulaan dalam perniagaan. Menurut Cross dan Parker (2004), mereka membincangkan tentang faedah menggunakan SNA diantaranya ialah meningkatkan keberkesanan fungsi atau unit perniagaan, menggalakkan koordinasi lateral di sesebuah organisasi, memacu inovasi dalam perkembangan produk baru, memudahkan perubahan berskala besar atau penggabungan, membentuk perkongsian strategik atau menilai hubungan pelanggan dan Pengurusan bakat dan pembangunan kepimpinan.

### ***Meningkatkan Keberkesanan Fungsi atau Unit Perniagaan***

SNA dapat membantu pemimpin menilai sejauh mana kolaborasi di seluruh unit mereka diselaraskan dengan objektif strategik dan menghasilkan nilai perniagaan yang dapat diukur.

### ***Menggalakkan Koordinasi Lateral di Seluruh Organisasi***

SNA dapat membantu mengenal pasti peluang dalam rangkaian yang merangkumi fungsi, geografi, atau langkah proses.

### ***Memacu Inovasi dalam Pengembangan Produk Baru***

SNA dapat mengasingkan bagaimana dan di mana memanfaatkan kepakaran dalam rangkaian yang menyokong atau menghalang usaha inovasi.

### ***Memudahkan Perubahan Berskala Besar atau Penggabungan***

Pra-perubahan SNA dapat mengenal pasti perkara utama yang perlu dikendalikan dan dikekalkan. Semasa perubahan, ia dapat memberitahu campur tangan utama. Selepas perubahan, ia dapat memastikan penyatuan yang sesuai.

### ***Membentuk Perkongsian Strategik atau Menilai Hubungan Pelanggan***

SNA dapat menerangkan keberkesanan hubungan luaran dengan rakan strategik atau pelanggan dari segi aliran maklumat, pertukaran matlumat, dan membuat keputusan.

### ***Pengurusan Bakat dan Pembangunan Kepimpinan***

SNA dapat membantu meningkatkan keberkesanan kepemimpinan dan mempraktikkan prestasi tertinggi di seluruh organisasi.

Dapat diketahui terdapat banyak kelebihan apabila kita menggunakan SNA dalam pengurusan perniagaan kita untuk memantapkan perniagaan kearah yang lebih baik.

## **RUMUSAN**

Berdasarkan apa yang dibincangkan dalam kajian ini, dapat disimpulkan bahawa pembinaan trust model yang berasaskan etika perniagaan Islam dan diperbaiki atau ditambah baik dengan menggunakan satu sistem analisis rangkaian sosial adalah bersifat melengkapi antara satu sama lain. Oleh itu, etika perniagaan mengikut dasar Islam amatlah perlu dititikberatkan bagi mengelakkan berlakunya urusan yang melibatkan unsur penipuan, riba, gharar dan sebagainya. Sebagai kesimpulannya, trust model yang dibina dengan penambahbaikan daripada analisis rangkaian sosial seperti yang dibincangkan haruslah memenuhi prinsip etika perniagaan Islam supaya masyarakat tidak lari daripada landasan agama yang betul dan dapat dijadikan panduan kepada semua.

## **RUJUKAN**

Al-Quran

Ahmad, Mushtaq. 2001. *Etika Bisnis dalam Islam*. Pustaka Al-Kautsar.

Al-aaidroos, Mohammed, Jailani, Norleyza, & Mukhtar, Muriati. 2019. "Expert validation on a reference model for e-auctions that conform to Islamic trading principles". *Journal of King Saud University-Computer and Information Sciences*, 31(1), 62-71.

Al-Attas, Syed Muhammad al-Naquib. 1977. *Islam: Faham Agama dan Asas Akhlak*. Kuala Lumpur: Angkatan Belia Islam Malaysia (ABIM).

- Al-Tirmidhi, Muhammad 'Isa. 1998. *Al-Jami' al-Kabir - Sunan al-Tarmidhi*. Bashir 'Awad Ma'ruf (Ed.). Jld. 1-6. Beirut: Dar al-Girb al-Islami.
- Amanullah, M. 2018. "Islamic ethics for mediation: A maqāsidic analysis". *Islamic Quarterly*, 62(1), 169-192.
- Basmeih, Abdullah. 1999. *Tafsir Pimpinan al-Rahman kepada Pengertian al-Quran*. Kuala Lumpur: Jabatan Perdana Menteri.
- Beekun, Rafik Issa. 2004. Terj. Etik Bisnis Islami: Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Bertens, Kees. 2000. *Pengantar etika bisnis*. Kanisius.
- Buang, Amriah. 2005. "Globalisasi Ekonomi dan Impaknya kepada Ruang Budaya Bandar Malaysia". *GEOGRAFIA Online*, 1(1), 46-55.
- Cross, Rob, & Parker, Andrew. 2004. *The Hidden Power of Sosial Networks: Understanding How Work Really Gets Done in Organizations*. USA: Harvard Business School Publishing Corporation.
- Denny, Matthew. 2014. *Sosial Network Analysis*. Massachusetts, USA: Institute for Social Science, Universe of Massachusetts Amherst.
- Dictionary of Ethics, Theologi, and Society*,. (Ed.) 1996 *Dictionary of Ethics, Theologi, and Society*). New York: : Routledge.
- Djaelani, Moh. Solikodin 2013. "Peran Pendidikan Agama Islam Dalam Keluarga dan Masyarakat". *Jurnal Ilmiah WIDYA, Volume 1*, 100-104.
- Encyclopedia of Americana*. 1993. *Ethics Encyclopedia of Americana* (Vol. 10, pp. 610). New York: Grolier Inco.
- Haddad, Habib Abdullah 1985. *Nasihat agama dan wasiat iman*. Singapura: Pustaka Nasional Pte Ltd.
- Hadiyati, Ernani. 2009. "Pengaruh Etika Bisnis terhadap Kewirausahaan pada Usaha Kecil Bengkel Les di Pujon". *Jurnal Manajemen Gajayana*, 6(1), 59-70.
- Hamzah, Naemah, & Jasmi, Kamarul Azmi. 2020. *Wanita Bekerjaya Menurut Perspektif Islam*. Skudai Johor: Penerbit UTM Press.
- Hassan, Abul, Chachi, Abdelkader, & Abdul Latiff, Salma. 2008. "Islamic marketing ethics and its impact on customer satisfaction in the Islamic banking industry". *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics*, 21(1).
- Jailani, Norleyza, Mukhtar, Muriati, Al-aaidroos, Mohamad AbdualGader, et al. 2016. Agent-Based Auction E-Marketplace with Value Added Services and Islamic Shariah Compliance *Encyclopedia of E-Commerce Development, Implementation, and Management*. hlm. 888-904: IGI Global.
- Jalal, Burhanudin. 2017. Agama. In Kamarul Azmi Jasmi (Ed.), *Ensiklopedia Pendidikan Islam* (Kedua ed., Vol. 1, pp. 2-5). Skudai Johor: Fakulti Tamadun Islam, Universiti Teknologi Malaysia.
- 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. 2008. *Mengasimilasi Budaya Islam dalam Organisasi untuk Mempertingkatkan Modal Insan Para Pekerja*. Kertas Kerja dalam The 4th National Human Resource Management Conference 2008. Tiara Beach Resort, Port Dickson.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2016a. Pembangunan Akhlak. Dlm. Kamarul Azmi Jasmi (Ed.), *Ensiklopedia Pendidikan Islam*. Edisi Pertama ed., hlm. 99-100. Skudai Johor:: Fakulti Tamadun Islam UTM & Persatuan Cendekiawan Pendidikan Islam [Malaysia] (AIES).
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2016b. Remaja dan Kehidupan Berbatasan dalam Beragama. Dlm. Kamarul Azmi Jasmi (Ed.), *Remaja Hebat: Batasan dan Halangan Kecemerlangan Remaja Muslim*. Skudai Johor: Penerbit UTM Press.

- Jasmi, Kamarul Azmi. 2017. *Bicara Buku: Sekolah Agama Penjana Generasi Berakhlak*. Kertas Kerja dalam Bicara Karya. Perpustakaan Sultanah Zanariah, Universiti Teknologi Malaysia.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2018. "Karakter 7B Mukmin Cemerlang". *Jurnal Tinta Artikulasi Membina Ummah (TAMU)*, 4(1), 1-22.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2020. *Pembangunan Insan Soleh Menurut Perspektif Imam al-Nawawi*. Skudai Johor: Penerbit UTM Press.
- Jasmi, Kamarul Azmi, & Mohd Rashid, Nur Amirah. 2008. Kesan Negatif Globalisasi terhadap Wanita Islam dan Penyelesaiannya. Dlm. Arieff Salleh (Ed.), *Isu Wanita Dalam Perundangan Islam*. Johor Bahru, Johor: Penerbit Universiti Teknologi Malaysia.
- Jasmi, Kamarul Azmi, Mustari, Mohd, & Mohamed, Ahmad Kilani. 2004. "Pendidikan Akhlak kepada Allah SWT: Nadi Penggerak Pembangunan Peradaban Insan".
- Jasmi, Kamarul Azmi, & Suratman, Azmi Shah. 2007. "Pembangunan Modal Insan yang Sempurna Menurut Perspektif Al-Imam-Al-Nawawi".
- Kuang, Lau Chun, Sulaiman, Salwani, & Jasmi, Kamarul Azmi. 2012, 21 April 2012. *Islam: Agama, Sejarah, dan Tamadun*. Kertas Kerja dalam Seminar Tamadun 2012. Marbawy Hall, Faculty of Islamic Civilization, Universiti Teknologi Malaysia.
- Majd, Elham, & Balakrishnan, Vimala. 2017. "A trust model for recommender agent systems". *Soft Computing*, 21(2), 417-433.
- Mansor, Aminuddin. 2017, December 26. Bentuk anak dengan didikan agama. *Utusan Online*, 1.
- Marin, A., & Wellman, B. 2014. Social Network Analysis: An Introduction. Dlm. J. Scott & P. J. Carrington (Ed.). *The SAGE Handbook of Social Network Analysis*. hlm. 11-25. London: SAGE Publications Ltd.
- Mayer, Roger C, Davis, James H, & Schoorman, F David. 1995. "An integrative model of organizational trust". *Academy of management review*, 20(3), 709-734.
- Mohd Rashid, Nur Amirah, & Jasmi, Kamarul Azmi. 2005. *Kesan Negatif Globalisasi Terhadap Wanita Islam dan Penyelesaiannya*. Kertas Kerja dalam International Seminar On Muslim Women: Future & Challenges In Shaping The Ummah. Sofitel Palm Resort, Senai Johor. [http://eprints.utm.my/41146/1/Mohd%20RashidNA2005\\_PengaruhGlobalisasi TerhadapWanita.pdf](http://eprints.utm.my/41146/1/Mohd%20RashidNA2005_PengaruhGlobalisasiTerhadapWanita.pdf)
- Mohd Rashid, Nur Amirah, & Jasmi, Kamarul Azmi. 2006. *Pengaruh Globalisasi Terhadap Gaya Hidup Pelajar di Fakulti Pendidikan, Universiti Teknologi Malaysia*. Universiti Teknologi Malaysia.
- Mohd. Hairudin, Amin, & Kamarul Azmi, Jasmi. 2011. *Sekolah Agama: Penjana Generasi Berakhlak*. Ed. 1. ed. Johor Bahru, Johor Darul Ta'zim, Malaysia: Penerbit UTM Press, Universiti Teknologi Malaysia.
- Mohd. Zain, Akhmal 2015. *Asas Pengetahuan Agama Islam: Tauhid, Fiqh & Akhlak*. Batu Caves: Al-Hidayah Publisher.
- Muhamad, Hilman, & Jasmi, Kamarul Azmi. 2013, 17-18 September 2013. *Penerapan Akhlak Islamiah dalam P&P Guru Matematik di Daerah Kulaijaya, Johor: Satu Kajian Rintis*. Kertas Kerja dalam Seminar Pertama Pendidikan dan Penyelidikan Islam [SePPIM'13]. The Main Hall, Faculty of Islamic Civilization, Universiti Teknologi Malaysia.
- Muhammad, Azhar, & Jasmi, Kamarul Azmi. 2004. *Etika Islam Terhadap Peranan Institusi Keluarga dalam Pendidikan Kerjaya Anak-anak*. Kertas Kerja dalam Seminar Pembangunan Kerjaya Abad 21. Main Hall, Faculty of Education, Universiti Malaya.

[http://eprints.utm.my/41121/1/MuhammadA2004\\_EtikaIslamTerhadapPerananInstitusiKeluargadalamPendidikanKerjayaAnak.pdf](http://eprints.utm.my/41121/1/MuhammadA2004_EtikaIslamTerhadapPerananInstitusiKeluargadalamPendidikanKerjayaAnak.pdf)

- Nurrizka, Annisa Fitrah. 2016. "Peran Media Sosial di Era Globalisasi Pada Remaja di Surakarta Suatu Kajian Teoritis dan Praktis Terhadap Remaja dalam Perspektif Perubahan Sosial". *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(1), 28-37.
- Ridzuan, Ahmad, Mior, Muhammad Fateh, Aziz, Syed Abd, *et al.* 2012, 21 April 2012. *Islam Sebagai Satu Agama*. Kertas Kerja dalam Seminar Tamadun 2012. Marbawy Hall, Faculty of Islamic Civilization, Universiti Teknologi Malaysia.
- Rowan, John, & Samuel Zinaich, JR. 2003. *Ethics for The Profession*. Canada: Wadsworth Thomson Learning.
- Scott, J. . 1992. *Sosial Network Analysis*. Newbury Park CA: : SAGE.
- Sidek, Baba. 2003. *Globalisasi dan cabaran pendidikan. Suzalie Mohamad (pnyt.). Memahami Isu-Isu Pendidikan di Malaysia*. Kuala Lumpur: Institut Kefahaman Islam Malaysia.
- Singh, Meera. 2012. "Marketing mix of 4P's for competitive advantage". *IOSR Journal of Business and Management*, 3(6), 40-45.
- Suhid, Asmawati. 2005. "Pemantapan Komponen Akhlak dalam Pendidikan Islam bagi Menangani Era Globalisasi". *Jurnal Kemanusiaan*, 6(S), 95-104.
- Wan Husin, Wan Norhasniah. 2012. "Work Ethic From Islamic Perspective in Malaysia". *European Journal of school Science*, 29(2012), 54.
- Yaacob, Hashim, & Othman, Abdul Jalil. 2007. "Dunia Pendidikan dalam Era Globalisasi: Peranan dan Cabaran". *Masalah Pendidikan*, 30(1), 143-149.



**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,

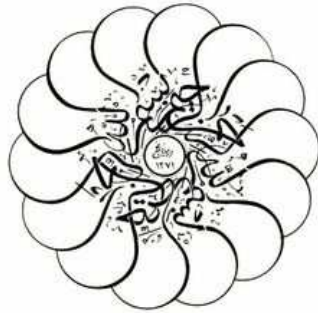
Johor Darul Takzim

## 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