

**POTENSI DAN CABARAN PERNIAGAAN E-DAGANG PASCA COVID-19: SUATU
CADANGAN PENYELESAIAN**
*THE POTENTIAL AND CHALLENGES OF POST COVID 19 E-COMMERCE BUSINESS: A
PROPOSED SOLUTION*

Muhammad Thoriq bin Baharun

Calon Sarjana, Jabatan Syariah dan Pengurusan, Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya, 50603
Kuala Lumpur, Malaysia.
thoriq.baharun@gmail.com

dan

Mohd Abd Wahab Fatoni bin Mohd Balwi (PhD)*

**Corresponding Author*, Pensyarah Kanan, Jabatan Syariah dan Pengurusan, Akademi Pengajian Islam
Universiti Malaya, 50603 Kuala Lumpur, Malaysia.
fatoni@um.edu.my

ABSTRAK

Wabak Covid-19 telah diisytiharkan sebagai pandemik berikutan penularannya yang semakin meningkat saban hari. Hal ini secara tidak langsung memberi kesan buruk terhadap pertumbuhan ekonomi Malaysia. Kesannya, kebanyakan daripada rakyat Malaysia, khususnya usahawan, kehilangan punca pendapatan dalam tempoh Covid-19 ini. Oleh yang demikian, makalah ini dihasilkan bagi mengetengahkan e-dagang sebagai alternatif yang terbaik dalam usaha mencari mata pencarian pasca Covid-19, khususnya kepada usahawan Muslim. Data-data yang diperolehi melalui kajian perpustakaan, akan digunakan untuk menganalisis potensi dan cabaran pelaksanaan perniagaan secara e-dagang kepada usahawan Muslim. Hasil daripada kajian mendapati bahawa, potensi perniagaan secara e-dagang adalah peluang dan pasarannya yang lebih luas, serta mampu memaksimumkan pencapaian matlamat keusahawanan dalam Islam. Manakala cabaran utama yang perlu diatasi untuk pelaksanaan perniagaan secara e-dagang pula ialah cabaran persaingan antara peniaga, ilmu pengetahuan, masalah disiplin, serta komitmen usahawan.

Kata kunci: perniagaan, pasca covid-19, usahawan Muslim, e-dagang

ABSTRACT

The Covid-19 epidemic has been declared as pandemic due to its increasing levels of spread and severity every single day. This indirectly affects the growth of Malaysian economy. As a result, most Malaysians, especially entrepreneurs, lost their source of income during the Covid-19 period. Therefore, the key purpose of this paper is to highlight e-commerce as the best alternative in the search for post-Covid-19 livelihoods, especially for Muslim entrepreneurs. The data obtained through library research will be used to analyze the potential and challenges of e-commerce business. The results of the study found that the potential of e-commerce business is its wider opportunities and markets as well as being able to maximize the achievement of entrepreneurial goals in Islam. While the main challenges that need to be overcome for the implementation of e-commerce business is, the competition between entrepreneurs, lack of knowledge and disciplinary problems as well as commitment of entrepreneurs.

Keywords: business, post covid-19, Muslim entrepreneurs, e-commerce

PENDAHULUAN

Covid-19 telah diisytiharkan sebagai pandemik oleh Pertubuhan Kesihatan Sedunia (WHO) pada 11 Mac 2020 (Berita Harian, 2020). Pengisytiharan tersebut secara tidak langsung menegaskan bahawa, penularan wabak ini berada pada tahap yang sangat membimbangkan. Oleh yang demikian, pelbagai usaha perlu diambil oleh setiap pihak, sama ada daripada pihak kerajaan mahupun individu dalam memastikan wabak ini tidak terus menular dalam kalangan masyarakat. Di Malaysia, kerajaan telahewartakan perintah kawalan pergerakan (PKP) bermula 18 Mac 2020. Hal ini bertujuan, mengehadkan pergerakan dan meminimumkan interaksi orang ramai, sekali gus bagi memutuskan rantai Covid-19. Antara peraturan yang ditetapkan dalam tempoh PKP ini adalah, larangan menyeluruh pergerakan dan perhimpunan orang ramai, penutupan semua institusi pendidikan, penutupan semua premis kerajaan dan swasta kecuali yang terlibat dengan perkhidmatan penting negara, dan sebagainya. Usaha baik kerajaan dalam melaksanakan PKP ini dilihat berjaya membendung penularan Covid-19 di Malaysia. Hal ini dapat dibuktikan apabila Malaysia berjaya melengkungkan graf penularan Covid-19 pada saat negara-negara lain terus mencatatkan peningkatan jangkitan.

Walau bagaimanapun, penularan wabak Covid-19 dan pelaksanaan PKP ini sebenarnya secara tidak langsung memberi impak negatif kepada negara dan masyarakat, khususnya daripada aspek ekonomi. Menurut Perdana Menteri Malaysia, Tan Sri Muhyiddin Yassin, negara mengalami kerugian sebanyak RM 2.4 bilion setiap hari sepanjang tempoh kawalan pergerakan dilaksanakan (Rafidah, 2020). Individu juga tidak terkecuali menanggung kerugian ini. Menurut Zubir Sulaiman (2020), hampir 100,000 rakyat Malaysia bakal kehilangan pekerjaan jika wabak Covid-19 berterusan sehingga penghujung tahun 2020. Selain itu, usahawan-usahawan yang menjalankan perniagaan secara fizikal juga menghadapi kesukaran dalam melaksanakan perniagaan sepanjang tempoh PKP dilaksanakan. Hal ini disebabkan oleh kewajipan pematuhan peraturan yang ditetapkan oleh kerajaan sepanjang PKP. Impak negatif terhadap ekonomi ini tidak akan terus terhenti dengan hilangnya wabak Covid-19, ia sudah tentu memerlukan tempoh yang agak lama untuk dipulihkan. Oleh yang demikian, usaha-usaha menangani masalah ekonomi ini seharusnya dirancang dengan baik dan teratur untuk kemudahan rakyat Malaysia dalam tempoh Covid-19 atau pasca Covid-19.

Oleh itu, kerajaan Malaysia telah melaksanakan pakej rangsangan ekonomi bersifat jangka pendek dan panjang. Hal ini bagi memastikan *fundamental* ekonomi terus kukuh. Walau bagaimanapun, usaha kerajaan semata-mata tidak cukup untuk mengatasi masalah ini. Masyarakat dan individu, khususnya mereka yang hilang punca pendapatan disebabkan Covid-19 juga seharusnya berfikir secara kreatif dan inovatif dalam menghadapi situasi yang dihadapi sekarang. Antara cara terbaik yang sesuai dilaksanakan selari dengan keadaan semasa adalah, memanfaatkan teknologi dengan menggunakan platform e-dagang bagi menjalankan aktiviti perniagaan.

Perniagaan secara atas talian atau e-dagang ini dilihat mempunyai potensinya tersendiri dalam membantu usahawan memperoleh pendapatan tambahan pasca Covid-19. Hal ini demikian kerana, permintaan terhadap barangan secara atas talian dilihat terus meningkat dari semasa ke semasa. Hasil penjualan atas talian dianggarkan bakal meningkat kepada 4.5 trilion USD pada tahun 2021 berbanding 1.3 trilion USD pada tahun 2014 (Mohsin, 2019). Peningkatan ini secara tidak langsung bakal mengurangkan permintaan pelanggan terhadap barangan jualan secara fizikal. Peluang dan potensi ini seharusnya digunakan dengan baik oleh masyarakat khususnya para usahawan untuk memastikan kelangsungan pendapatan mereka dalam keadaan ekonomi mencabar pasca Covid-19 ini. Walau bagaimanapun, cabaran perniagaan secara e-dagang juga perlu diambil kira sebelum memulakan langkah pelaksanaan perniagaan atas talian, hal ini bagi meminimumkan risiko yang bakal dihadapi oleh usahawan.

KONSEP USAHAWAN MENURUT PERSPEKTIF ISLAM

Dewan Bahasa dan Pustaka mendefinisikan usahawan sebagai orang yang mengusahakan sesuatu perusahaan, pengusaha. Usahawan kebiasaannya dinisbahkan kepada orang yang memulakan sesuatu perniagaan dengan usaha sendiri. Menurut Mamdouh Farid (2009), usahawan adalah individu yang memiliki tenaga dan semangat tinggi, lebih bertoleransi daripada orang lain terhadap risiko dan ketidakpastian, mendambakan autonomi, dan kecekalan mencapai matlamat di sebalik pelbagai cabaran dan kekurangan sumber. Seseorang usahawan itu menanggung risiko dan memerlukan sistem pengurusan yang cekap bagi memastikan perniagaannya dapat diteruskan. Oleh yang demikian, dapat difahami bahawa, usahawan adalah mereka yang berusaha memulakan sesuatu perniagaan sendiri, serta mengamalkan ciri-ciri keusahawanan seperti bersemangat tinggi, berani menghadapi risiko, dan sebagainya.

Agama Islam mengiktiraf usahawan sebagai salah satu pekerjaan yang baik, dengan syarat ia dilaksanakan dengan jujur dan amanah tanpa melibatkan perkara-perkara yang dilarang seperti *riba*, *gharar* dan sebagainya. Bertepatan dengan sabda Nabi Muhammad S.A.W:

التاجر الصدوق الأمين مع النبيين، والصديقين، والشهداء

“Peniaga yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang yang jujur dan orang yang syahid.”

Berdasarkan hadis tersebut, jelas difahami bahawa perniagaan merupakan pekerjaan yang baik, dengan jaminan bersama-sama para nabi dan sahabat. Dengan syarat, ia harus dilaksanakan dengan jujur dan amanah.

Sebagai usahawan, khususnya usahawan Muslim, pengamalan sikap dan akhlak yang baik sangat dituntut. Hal ini bukan sahaja mampu mendisiplinkan diri seorang usahawan Muslim, malah ia juga dapat memberikan contoh baik kepada usahawan yang bukan Islam. Ab. Mumin dan Suhaili (2005) dalam artikelnya yang mengupas berkenaan pengamalan nilai-nilai murni keusahawanan menyatakan, terdapat beberapa nilai murni yang banyak disentuh didalam al-Quran dan al-Sunah yang boleh diamalkan oleh usahawan Muslim. Antaranya ialah nilai kepimpinan dan pengurusan yang baik, berani menghadapi risiko, amanah, sabar dan bersedekah. Pengamalan nilai-nilai murni ini merupakan salah satu perkara yang membezakan antara usahawan Muslim dan bukan Muslim. Hal ini kerana pengamalan nilai-nilai murni ini menjadikan seseorang itu lebih bertawakal kepada Allah dalam segala usaha yang dilakukan dengan bersabar, selain ia dapat menyumbang kepada ekonomi umat Islam dengan bersedekah dan sebagainya. Dalam masa yang sama, secara tidak langsung ia mampu mengoptimumkan keuntungan perniagaan seseorang.

Keusahawanan dalam Islam mempunyai matlamatnya tersendiri, yang mana terdiri daripada matlamat jangka pendek dan matlamat jangka panjang. Matlamat jangka pendek bagi keusahawanan Islam adalah untuk mengoptimumkan keuntungan. Matlamat ini hanya boleh dicapai dengan kesungguhan dan teknik yang betul dalam melaksanakan perniagaan. Sebagai seorang usahawan, ilmu dalam bidang perniagaan seharusnya menjadi asas pengetahuan yang perlu difahami dengan baik bagi memastikan perniagaan tersebut tidak menghadapi kerugian. Bagi matlamat jangka panjang pula adalah, untuk mencapai *al-Falah* (kejayaan) di akhirat. Bagi mencapai matlamat jangka panjang ini, seorang usahawan itu harus menjalankan perniagaan dengan mematuhi segala peraturan yang ditetapkan oleh syarak. Perniagaan yang dicemari dengan perkara-perkara yang dilarang seperti *riba*, *maisir* dan *gharar*, sudah tentu memberi kesan yang negatif kepada peniaga bukan sahaja di dunia malah di akhirat kelak.

E-DAGANG MENURUT PERSPEKTIF ISLAM

Menurut Suhana dan Maisharah (2016), e-dagang secara umumnya adalah “satu sistem yang membolehkan penjualan dan pembelian barangan atau perkhidmatan oleh penjual dan pengguna di Internet.” Selari dengan peredaran zaman, platform e-dagang lebih banyak digunakan oleh pengguna masa kini dalam transaksi jual beli barang berbanding pembelian secara langsung di kedai atau di pasar raya. Selain itu, platform ini juga disifatkan sebagai platform yang lebih mudah digunakan dan dikatakan lebih mesra pelanggan menyebabkan ia semakin popular di kalangan pengguna.

Secara umumnya, hukum jual beli dalam Islam adalah harus, hal ini berdasarkan firman Allah S.W.T di dalam surah al-Baqarah ayat 275:

ذَلِكَ بِأَنَّكُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Yang demikian ialah disebabkan mereka mengatakan: "Bahawa sesungguhnya berniaga itu sama sahaja seperti riba". Padahal Allah telah menghalalkan jual beli (berniaga) dan mengharamkan riba.”

(Surah al-Baqarah, 2:275)

Walau bagaimanapun, pelaksanaan jual beli dalam Islam ini didasari dengan rukun-rukun yang wajib untuk dipenuhi. Rukun-rukun tersebut adalah wujud *aqidain* (penjual dan pembeli), objek akad (barang yang dijual dan harga) dan adanya *sighab* (ijab dan kabul) (Saad, 2015). Ketiga-tiga rukun ini berserta syaratnya wajib dipenuhi dalam melakukan transaksi jual beli. Jika terkurang salah satu rukun ini, maka transaksi jual beli tersebut batal. Selain itu, terdapat juga beberapa larangan yang perlu diambil perhatian oleh pihak yang melakukan transaksi jual beli, antaranya adalah larangan terlibat dengan *riba*, *gharar*, penipuan dan sebagainya. Terdapat banyak ayat dalam al-Quran dan al-Hadis yang melarang secara jelas terhadap penglibatan *riba*, dan *gharar* dalam transaksi berkaitan muamalat. Antaranya, firman Allah S.W.T dalam surah al-Imran, ayat 130 yang jelas menegaskan larangan mengambil riba sama ada secara sedikit mahupun secara berlipat kali ganda :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً

“ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda.”

(Surah al-Imran, 3:130)

Selain itu, larangan jual beli *gharar* pula disebutkan oleh Nabi Muhammad S.A.W di dalam sebuah hadis:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحِصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْعَرَرِ

“Rasulullah S.A.W melarang jual beli *al-Hashbah* (dengan melempar batu) dan jual beli *gharar*.”

(Hadis Riwayat Muslim)

Manakala larangan penglibatan *maisir* pula di sebut dalam al-Quran:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْحَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْمُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“ Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.”

(Surah al-Maidah, 5:90)

Bagi memastikan transaksi jual beli itu sah di sisi syarak, ia haruslah memenuhi syarat-syarat atau rukun jual beli, dan terhindar daripada larangan-larangan tersebut.

Bagi jual beli secara atas talian atau e-dagang juga, keharusannya ditentukan dengan melihat kepada pelaksanaan transaksi jual beli tersebut. Jika ia memenuhi rukun jual beli serta tidak terlibat secara langsung dengan perkara yang dilarang, maka hukum perniagaan atas talian adalah harus. Walau bagaimanapun, terdapat beberapa isu syariah yang harus dilihat pada transaksi jual beli e-dagang yang tidak terdapat pada jual beli secara fizikal atau biasa. Isu ini harus diambil perhatian dalam memastikan keharusan jual beli e-dagang sah di sisi syarak.

Menurut Ahmad Jazlan, Joni Tomkin dan Mohd Borhanuddin (2015), terdapat tiga isu syariah yang terdapat dalam transaksi jual beli atas talian atau e-dagang, iaitu isu kelayakan pihak yang terlibat dalam kontrak, isu barang jualan e-dagang dan isu bentuk kontrak e-dagang. Ketiga-tiga isu ini perlu diteliti bagi menentukan keharusan penjualan atas talian.

Isu kelayakan pihak yang terlibat dalam kontrak jual beli

Bagi transaksi jual beli, pihak yang melakukan kontrak, iaitu penjual dan pembeli haruslah memenuhi syarat keahlian yang ditetapkan oleh syarak. Keahlian yang dimaksudkan adalah kedua-dua pihak seharusnya terdiri daripada orang yang berakal dan mumaiyiz, dan tidak disyaratkan baligh (Saad, 2015).

Oleh itu, disebabkan penjualan secara e-dagang tidak berlaku secara fizikal, sukar untuk memastikan keahlian pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut. Hal ini bakal menimbulkan masalah kerana, jika salah seorang daripada pihak yang melakukan transaksi tidak menepati keahlian yang ditetapkan oleh syarak, maka transaksi jual beli atas talian tersebut terbatal. Walau bagaimanapun, hal ini boleh diselesaikan dengan penjual menyediakan borang pendaftaran elektronik pada laman web untuk diisi oleh pembeli berkenaan butiran peribadinya, seperti nama, alamat surat-menyurat, alamat e-mel dan nombor telefon. Perkara ini juga sudah banyak dipraktikkan dalam pelbagai platform e-dagang seperti Shopee, Lazada, Carousell dan sebagainya.

Isu barang jualan e-dagang

Terdapat dua perkara yang perlu dilihat dan diteliti pada barang yang dijual secara atas talian, iaitu hukum melakukan kontrak ke atas barang yang tidak dapat dilihat (*ghaib*) ketika kontrak dilakukan, dan hukum melakukan kontrak ke atas barang yang masih belum ada.

Sedia maklum, barangan yang dijual secara atas talian tidak dapat dilihat oleh pembeli ketika kontrak dilakukan. Jika melihat kepada rukun barang yang hendak dijual, barang tersebut mesti wujud ketika kontrak dilakukan, walau bagaimanapun dalam keadaan jual beli atas talian, syarat tersebut tidak dapat dipenuhi. Walau bagaimanapun, berdasarkan pendapat mazhab Maliki, Hambali dan sebahagian Syafii, jual beli barang yang *ghaib* ketika kontrak dilakukan adalah sah dengan syarat barang tersebut perlu dinyatakan sifat dan ciri-cirinya secara terperinci (Ahmad Jazlan, Joni Tomkin dan Mohd Borhanuddin, 2015).

Jika dilihat kepada operasi dan pelaksanaan e-dagang, kebiasaannya barang yang dijual akan dinyatakan sifat-sifatnya secara terperinci dalam platform jual beli tersebut. Pembeli dapat menilai kualiti dan keadaan barang tersebut berdasarkan penerangan yang dibuat oleh penjual terhadap barang yang dijual. Oleh yang demikian, jelas bahawa isu ini dapat diselesaikan dengan memastikan penjual menyatakan ciri-ciri barang yang ingin dijual dengan terperinci.

Bagi masalah penjualan barang yang masih belum ada, kebanyakan pendapat ulama' membenarkan pelaksanaannya, dengan syarat ia mengikut syarat jual beli *salam*¹, dan tidak sah jika dilakukan dengan cara jual beli yang biasa.

Antara syarat-syarat jual beli *salam* adalah:

- Barang yang dijual perlu dinyatakan sifat dan ciri-cirinya, sama ada daripada segi jenis barang, kualiti, jumlah dan sebagainya.
- Barang yang dijual mampu diserahkan oleh pembeli kepada penjual berdasarkan tempoh yang ditetapkan.
- Lafaz *salam* atau *salaf* yang jelas menunjukkan niat untuk suatu kontrak pendahuluan modal.

Bentuk kontrak e-dagang

Pelaksanaan jual beli secara atas talian menjadikan alat elektronik sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Menurut Zamzuri Zakaria dan Mat Noor Mat Zain, dipetik daripada artikel yang ditulis oleh Ahmad Jazlan, Joni Tomkin dan Mohd Borhanuddin (2015), oleh sebab dalam e-dagang berlakunya kontrak secara digital, yang mana komputer pembeli berinteraksi dengan komputer penjual, dan setiap data yang dihantar melalui dua buah komputer tersebut boleh dicetak maka kontrak yang berlaku dalam e-dagang ialah kontrak secara bertulis. Kontrak yang dilakukan secara bertulis sama seperti kontrak yang dilakukan secara lafaz. Oleh itu, tiada masalah untuk kontrak jual beli atas talian ini dibuat secara bertulis.

Walau bagaimanapun, untuk memastikan transaksi yang berlaku sah di sisi syarak, penjual dan pembeli harus memastikan berlaku ijab dan kabul dalam satu majlis, jika tidak, maka kontrak jual beli tersebut tidak sah.

Kesimpulannya, secara teorinya transaksi jual beli atas talian atau e-dagang selari dengan hukum syarak, selagi mana ia mematuhi segala rukun asas jual beli dan tidak terlibat dengan perkara yang dilarang seperti *riba* dan lain-lain. Oleh itu, menjadi satu tanggungjawab kepada penjual dan pembeli Muslim untuk mempraktikkan e-dagang ini dengan cara yang betul dengan memenuhi rukun-rukun jual beli dan meninggalkan larangannya bagi mengelakkan berlakunya transaksi yang tidak sah.

POTENSI E-DAGANG

Terdapat beberapa potensi yang menjadikan e-dagang sangat sesuai dipraktikkan pada masa kini. Antaranya adalah wujud peluang yang lebih luas berbanding perniagaan biasa, dapat mengoptimalkan keuntungan perniagaan, dan dapat memaksimumkan konsep *al-Falah*.

Peluang yang lebih besar

Dengan perkembangan dari sudut teknologi, kebanyakan daripada pengguna lebih selesa untuk membeli barangan keperluan secara atas talian berbanding membeli secara di fizikal di pasar raya. Hal ini dibuktikan dengan statistik yang dikeluarkan oleh *Sellbrite.com* yang mendakwa lebih daripada satu bilion pengguna Internet pernah membeli barangan secara atas talian. Faktor utama yang mendorong pelanggan untuk membeli barangan secara atas talian adalah faktor kepercayaan dan keselamatan. Mengambil kira keadaan semasa yang membimbangkan dengan penambahan kes Covid-19, pengguna sudah tentu lebih selesa untuk membeli barangan secara atas talian. Hal ini kerana, ia lebih menjamin keselamatan berbanding

¹ *Bay' Salam* ialah kontrak jual beli barang pesanan yang disepakati butiran terperinci pada awal akad dan pembayaran penuh dibuat secara tunai manakala penyerahan barang ditangguhkan pada suatu masa yang ditetapkan. (JAKIM, 2009)

memberi barangan secara fizikal di kedai atau pasar raya. Di Malaysia, antara tiga platform e-dagang yang menghadapi peningkatan pesanan sepanjang tempoh PKP berlangsung adalah Shopee, Lazada dan Tesco Online (Nurul Hidayah, 2020). Hal ini jelas menunjukkan keadaan semasa yang dihadapi oleh masyarakat seluruh dunia membuka peluang yang besar kepada peniaga untuk memulakan perniagaan secara atas talian.

Selain itu, dengan penggunaan e-dagang juga, pembeli mampu membeli barangan dengan lebih selesa berbanding pembelian barangan secara fizikal. Selari dengan nilai keusahawanan dalam Islam yang memberi penekanan terhadap sistem pengurusan keusahawanan yang baik, seseorang usahawan Muslim seharusnya mengambil kira keselesaan serta kemahuan pengguna dalam mengurus perniagaan bagi meningkatkan lagi hasil jualan dan keuntungan perniagaan. Oleh yang demikian, peluang ini seharusnya diambil serius oleh seorang peniaga sebagai salah satu cara untuk mengembangkan lagi perniagaan yang sedia ada.

Pasaran lebih luas

Platform e-dagang mampu mencapai jangkauan yang lebih meluas berbanding perniagaan secara fizikal. Dengan wujudnya capaian Internet dan teknologi canggih yang boleh digunakan di seluruh dunia, sudah tentu ia menjadi satu peluang yang besar kepada peniaga untuk mengembangkan perniagaan. Dengan e-dagang, sesuatu produk boleh dipasarkan dengan lebih meluas memenuhi kehendak pengguna tempatan mahupun antarabangsa. Tambahan pula, saban tahun, penganut agama Islam di seluruh dunia menunjukkan peningkatan. Menurut Houssain Kettani (2010), pada tahun 2020 populasi penganut agama Islam di Eropah dianggarkan meningkat kepada 6% berbanding hanya 2% pada tahun 1950. Hal ini secara tidak langsung menyebabkan permintaan terhadap produk-produk halal juga semakin meningkat.

Peluang ini seharusnya diambil oleh pengusaha-pengusaha Muslim, khususnya untuk mengembangkan dan memperkenalkan perniagaan mereka menggunakan platform e-dagang. Tambahan pula, jika dilihat dari sudut kaca mata Islam, perkara ini sangat dituntut, khususnya dalam hal memenuhi keperluan masyarakat Muslim di sesetengah negara yang mana penganut agama Islam merupakan penduduk minoriti seperti negara-negara di Eropah.

Mengoptimumkan keuntungan

Memulakan sebuah perniagaan bukanlah sesuatu yang mudah, antara masalah yang perlu dihadapi untuk memulakan perniagaan adalah kekurangan dari sudut kewangan. Tambahan pula, dalam keadaan ekonomi yang kurang baik kesan daripada Covid-19, masalah ini sudah tentu lebih dirasai. Oleh yang demikian, salah satu cara mengatasi masalah tersebut adalah dengan cara penjimatan dan memotong beberapa kos yang mana dilihat sesuai dengan bajet yang sedia ada. Dalam masa yang sama, dengan cara ini, sudah tentu mampu mengoptimumkan keuntungan perniagaan.

Dengan pelaksanaan perniagaan atas talian, banyak kos pengeluaran atau modal memulakan perniagaan dapat dipotong. Antaranya kos sewa kedai atau tapak perniagaan. Sebagai contoh, harga sewaan kedai di Langkawi pada tahun 2017 adalah di antara RM 150 sehingga RM 5500 (MPLBP, 2017). Dengan mengurangkan kos pengeluaran dan sewaan bulanan setinggi itu, sudah tentu mampu mendapatkan hasil keuntungan yang optimum.

Selain itu, perniagaan secara atas talian juga boleh mengurangkan kos pemasaran produk dengan cara *free marketing*. Perniagaan secara fizikal di kedai kebiasaannya menggunakan risalah atau poster untuk mempromosikan produk dari kedai mereka. Hakikatnya, cara tersebut perlu mengeluarkan kos yang banyak berbanding cara pemasaran perniagaan atas talian yang lebih efisien dan lebih mudah mendapat capaian pengguna tanpa mengeluarkan sebarang modal. Perniagaan atas talian juga mampu mengurangkan beberapa kos lain berbanding perniagaan secara fizikal di kedai seperti kos pengangkutan,

kos pekerja tambahan dan sebagainya. Dengan pengurangan kos yang boleh dibuat jika berniaga atas talian, secara tidak langsung dapat mengoptimalkan keuntungan perniagaan.

Memaksimumkan konsep al-Falab

Al-Falab berasal daripada perkataan bahasa Arab yang membawa maksud kejayaan. Secara umumnya, *al-Falab* adalah kemenangan atau kejayaan seseorang yang taat, beramal salih dan bersih daripada unsur syirik dengan keimanan yang dimilikinya (al-Qurtubi, 1967). Untuk mencapai *al-Falab*, seseorang itu harus mengamalkan cara hidup Islam yang sempurna dalam setiap aspek kehidupan. Menurut Mohd Zain (2016), konsep *al-Falab* memberi penekanan terhadap aspek akhlak dan pengabdian manusia kepada Allah S.W.T. dalam segala kegiatan yang dilakukan, serta memberi komitmen dan sumbangan terhadap kesejahteraan masyarakat.

Sebagai Muslim, konsep *al-Falab* ini haruslah dititikberatkan dalam pelaksanaan setiap perkara, termasuk dalam hal keusahawanan. Hal ini selari dengan firman Allah di dalam surah al-Jumuah ayat 10:

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

“Apabila telah ditunaikan sembahyang, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah kurniaan Allah dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya supaya kamu beruntung”

(al-Jumuah, 62:10)

Ayat ini jelas menunjukkan bahawa Islam tidak menafikan kepentingan material dalam kehidupan manusia, dengan syarat ia harus seiring dengan pelaksanaan amalan-amalan spiritual yang wajib bagi mencapai kejayaan di dunia dan di akhirat. Bagi mencapai *al-Falab* dalam keusahawanan, seorang usahawan itu harus melaksanakan aktiviti keusahawanan itu berdasarkan garis panduan syarak dalam masa yang sama mampu menjana keuntungan yang berkat dan optimum.

Melalui perniagaan atas talian, seseorang usahawan itu mampu untuk mencapai *al-Falab* dengan beberapa cara yang mana dilihat mampu memenuhi kehendak Allah S.W.T, dan dalam masa yang sama memenuhi keperluan masyarakat. Pelaksanaan perniagaan atas talian secara Islam mampu menyelesaikan tuntutan fardu kifayah. Seperti sedia maklum, *trend* pembelian pada tahun 2020 adalah pembelian secara atas talian yang mana ia dipraktikkan oleh masyarakat di seluruh dunia, termasuk yang beragama Islam. Oleh yang demikian, seorang usahawan Muslim itu seharusnya berusaha untuk memulakan perniagaan atas talian dengan mengikut garis panduan syariah agar ia dapat memenuhi keperluan semasa masyarakat Muslim yang ingin melakukan transaksi perniagaan secara patuh syariah.

Selain itu, hasil perniagaan atas talian juga mampu untuk membantu masyarakat Muslim dengan cara pengeluaran zakat hasil keuntungan perniagaan. Ia bukan sahaja mampu meringankan beban fakir dan miskin, malah dapat meningkatkan keimanan kepada Allah dengan melaksanakan perintahNya dan menanam sifat syukur terhadap rezeki yang diterima. Oleh yang demikian, jelas di sini bahawa pelaksanaan perniagaan atas talian mampu untuk memaksimumkan konsep *al-Falab* selari dengan matlamat keusahawanan Islam.

CABARAN PELAKSANAAN E-DAGANG

Bagi menjalankan perniagaan secara e-dagang, terdapat beberapa cabaran yang perlu diatasi oleh peniaga, antaranya ialah:

Kekurangan ilmu berkaitan e-dagang

Agama Islam amat menitik beratkan soal ilmu pengetahuan. Ayat al-Quran pertama yang menjadi wahyu kepada nabi Muhammad S.A.W adalah potongan ayat 1-5 dari surah *al-'Alaq* yang membawa tuntutan untuk membaca. Oleh yang demikian, sebagai umat Islam kita seharusnya menyahut tuntutan ini dengan menuntut lebih banyak ilmu pengetahuan khususnya jika ingin melakukan sesuatu yang baharu. Apa yang boleh di aplikasikan di sini adalah dengan menuntut ilmu yang berkaitan e-dagang sebelum memulakannya.

Ilmu merupakan salah satu prinsip penting dalam perniagaan dan keusahawanan Islam, hal ini kerana kemampuan intelek yang wujud pada diri seseorang usahawan itu merupakan salah satu sebab yang mendorong kepada kejayaan sesebuah perniagaan (Nurul et al., 2018). Walau bagaimanapun, sifat kebanyakan masyarakat masa kini yang kurang mengambil perhatian terhadap prinsip keilmuan, khususnya keilmuan berkaitan keusahawanan Islam, menjadi cabaran utama dalam pelaksanaan perniagaan atas talian.

Ilmu yang perlu ada pada diri seseorang usahawan Muslim adalah ilmu dari sudut syariah dan pengurusan. Dari sudut syariah, setiap pengusaha perlu mengetahui beberapa perkara seperti faktor-faktor yang menyebabkan sesuatu transaksi itu menjadi sah dan terbatal, isu-isu syariah yang wujud pada perniagaan atas talian serta penyelesaiannya, dan sebagainya. Hal ini supaya transaksi perniagaan yang dilakukan secara atas talian ini terhindar daripada perkara-perkara yang dilarang dalam Islam seperti *riba*, *maisir*, *gharar* dan sebagainya, seterusnya mampu mencapai matlamat *al-Falah* di akhirat dengan pelaksanaan perniagaan patuh syariah.

Dari sudut pengurusan pula, ilmu-ilmu berkaitan pengurusan kewangan, pemasaran atas talian, dan teknologi informasi menjadi sesuatu yang wajib dipelajari oleh peniaga. Hal ini penting bagi memastikan empayar perniagaan yang akan dibina mampu bersaing dengan pasaran semasa, seterusnya mampu mencipta keuntungan yang optimum selari dengan matlamat keusahawanan Islam. Tanpa ilmu berkaitan pengurusan ini, pelbagai masalah akan dihadapi oleh pengusaha pada masa akan datang.

Persaingan

Seiring dengan perkembangan teknologi, perniagaan secara e-dagang juga dilihat semakin berkembang secara positif. Secara tidak langsung, hal ini meningkatkan lagi tahap persaingan di antara usahawan. Persaingan ini menjadi cabaran yang paling utama dalam menjalankan perniagaan secara e-dagang. Jika seseorang usahawan itu tidak mampu untuk bersaing di dalam industri e-dagang ini, perniagaan yang dibina sudah tentu tidak mampu bertahan lama, seterusnya membawa kepada kerugian yang besar kepada usahawan.

Hakikatnya, persaingan ini bukan sahaja berlaku di antara usahawan tempatan sahaja, malah persaingan ini juga berlaku dengan usahawan dari negara luar yang kadangkala mempunyai lebih banyak kelebihan berbanding usahawan tempatan. Sebagai contoh, usahawan dari China boleh menjual terus dari negara mereka ke Malaysia. Hal ini sekali gus menimbulkan persaingan dengan penjual tempatan yang turut mendapatkan sumber barangan dari sana. Walau bagaimanapun, secara hakikatnya, persaingan antara usahawan merupakan sesuatu yang baik, hal ini kerana ia dapat mengelakkan daripada berlakunya satu pihak sahaja yang memonopoli pasaran. Hal ini juga bercanggah dengan ajaran Islam yang melarang perbuatan monopoli atau *ihthikar*. Oleh yang demikian, pengusaha seharusnya bersaing dengan baik dan seimbang demi kebaikan usahawan sendiri serta masyarakat.

Komitmen dan disiplin

Seterusnya, cabaran yang perlu dihadapi oleh pengusaha perniagaan atas talian adalah dari sudut komitmen dan disiplin. Bagi melaksanakan perniagaan secara e-dagang, seorang usahawan seharusnya

memberi perhatian dan komitmen yang penuh dalam melaksanakan perniagaan dalam jangka masa yang panjang. Khususnya pelaksanaan e-dagang secara Islam, yang mana usahawan perlu konsisten dalam mengamalkan konsep perniagaan patuh syariah sepanjang masa. Komitmen ini amat diperlukan oleh usahawan dalam menjalankan perniagaan secara e-dagang kerana pelaksanaan yang mematuhi garis panduan syariah inilah yang menentukan keberkatan rezeki yang bakal diperolehi.

Selain itu, aspek sikap juga menjadi cabaran utama dalam menjalankan perniagaan secara e-dagang. Hal ini kerana dengan sikap baik yang ditunjukkan oleh peniaga, akan membawa kepada lebih ramai pelanggan pada masa akan datang. Antara perkara yang boleh dilakukan oleh peniaga dalam menjaga disiplin serta sikap adalah dengan menjaga kualiti barangan yang dijual, sentiasa memberi respons yang segera terhadap permintaan pelanggan, memberi layanan pasca jualan (*after sales service*) yang baik kepada pelanggan dan sebagainya. Oleh yang demikian, seorang usahawan Islam perlu lebih berusaha untuk mendisiplinkan diri serta mengamalkan sikap yang baik dalam melaksanakan perniagaan atas talian ini.

CADANGAN PENYELESAIAN TERHADAP CABARAN YANG PERLU DIHADAPI UNTUK MEMULAKAN PERNIAGAAN ATAS TALIAN

Terdapat beberapa penyelesaian yang boleh diambil oleh usahawan Muslim dalam menghadapi cabaran perniagaan atas talian:

Cabaran 1: Kurang ilmu pengetahuan

Mendapatkan sebanyak mungkin ilmu berkaitan e-dagang. Banyak seminar atau kelas secara percuma atau berbayar yang boleh disertai untuk mendapatkan ilmu berkaitan perniagaan secara Islam, khususnya berkaitan perniagaan atas talian. Antaranya:

- a) Ekspo e-Dagang (eDX)
- b) Kursus asas keusahawanan koperasi (KAK4K)
- c) Kursus keusahawanan Islam anjuran Institut Latihan Islam Malaysia (ILIM)
- d) Program latihan keusahawanan MARA
- e) Program intensif perniagaan Internet dan strategi media sosial

Cabaran 2: Persaingan

Persaingan yang berlaku dalam pasaran e-dagang boleh diatasi dengan beberapa cara antaranya adalah dengan meningkatkan mutu produk atau perkhidmatan. Produk yang unik dan berkualiti sudah tentu bakal menjadi pilihan utama pelanggan berbanding lambakan produk yang lebih kurang sama di pasaran. Usahawan seharusnya berfikir kreatif dalam meningkatkan mutu produk ini. Selain itu, persaingan juga dapat dikurangkan dengan mengadakan kerjasama di antara usahawan-usahawan. Kerjasama ini bukan sahaja dapat mengurangkan persaingan malah ia juga mampu mewujudkan lebih banyak idea-idea baru dalam kalangan usahawan.

Cabaran 3: Pelaksanaan dan sikap usahawan

Cara yang terbaik untuk mendorong usahawan Muslim melaksanakan perniagaan atas talian dengan baik adalah dengan menghayati serta mengamalkan budaya dan nilai-nilai keusahawanan Islam. Antara nilai-

nilai tersebut adalah nilai kepemimpinan dan pengurusan yang baik, berani menghadapi risiko, amanah, sabar dan bersedekah (Ab. Mumin & Suhaili, 2005).

KESIMPULAN

Kesimpulannya, perniagaan atas talian mempunyai potensi yang baik untuk dipraktikkan oleh usahawan Muslim masa kini. Oleh itu, sebagai seorang usahawan Muslim, potensi yang wujud pada perniagaan atas talian ini seharusnya digunakan sebaiknya. Walau bagaimanapun, terdapat beberapa cabaran yang perlu dihadapi bagi memastikan perniagaan atas talian ini mampu untuk bersaing dengan pasaran semasa. Antara usaha yang boleh dilakukan adalah dengan menitik beratkan soal ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perniagaan Islam dan pengurusan dalam kalangan usahawan e-dagang, mengadakan kerjasama antara usahawan bagi mengurangkan persaingan dan meningkatkan idea-idea baharu dalam perniagaan e-dagang, dan usahawan seharusnya mendisiplinkan diri dengan mengamalkan budaya-budaya keusahawanan Islam.

BIBLIOGRAFI

- Ab. Mumin, A.G. & Suhaili, S. (2005, September 6). Penerapan Budaya Keusahawanan Dalam Masyarakat Islam. *Seminar Keusahawanan Islam Peringkat Kebangsaan 2005, Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya, Kuala Lumpur*, http://eprints.um.edu.my/146/1/01_-_Penerapan_Budaya.pdf
- Ahmad Jazlan, M.J., Joni Tomkin, B. & Mohd Borhanuddin, Z. (2015). Isu-isu Syariah Dalam Pelaksanaan E-dagang. *Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporari*, (10), 68-80. https://www.researchgate.net/publication/313818997_Isu-Isu_Syariah_Dalam_Pelaksanaan_E-Dagang
- Dewan Bahasa dan Pustaka. t.t. *Carian "Usabawan"*. Diakses pada Julai 29, 2020, <http://prpm.dbp.gov.my/cari1?keyword=usahawan>
- Kasim, M. (2020). COVID-19 Impak Kepada Ekonomi dan Peranan Institusi Wakaf (endowment) Mendepani Kegawatan Sosioekonomi Ummah. *Universiti Malaysia Sabah*. https://www.researchgate.net/publication/340778409_COVID-19_Impak_Kepada_Ekonomi_dan_Peranan_Institusi_Waqaf_endowment_Mendepani_Kegawatan_Sosio-ekonomi_Ummah
- Kettani, H. (2010). Muslim Population in Europe: 1950 – 2020. *International Journal of Environmental Science and Development*, 154-164. doi:10.7763/ijesd.2010.v1.29
- Laman Web Rasmi Majlis Keselamatan Negara (MKN). (2020, April). *Soalan Lazim (FAQ) Mengenai Perintah Kawalan Pergerakan*. Majlis Keselamatan Negara Malaysia. Diakses pada Ogos 14, 2020. <https://www.mkn.gov.my/web/ms/soalan-lazim-faq-mengenai-perintah-kawalan-pergerakan/>
- M. (2019, September 22). Premis Perniagaan. Diakses pada Ogos 23, 2020, <http://www.mplbp.gov.my/en/businesses/economic-development/business-premises>
- Mohd. Zain, M. (2015). "Konsep Keusahawanan Islam: Terminologi, Kerohanian dan al-Falāḥ." Dalam *Konsep Keusahawanan Sosial Islam: Suatu Pengenalan*. Kota Bharu: Universiti Malaysia Kelantan. 1-21. <http://umkeprints.umk.edu.my/id/eprint/6163>

- Mohsin, M. (2020, Mac 12). 10 E-commerce Trends That You Need to Know in 2020. *Oberlo*. Diakses pada Ogos 12, 2020, <https://my.oberlo.com/blog/ecommerce-trends>
- Nuradli, R.S., Mohd Zainal M., Faizah, & Hanifah. (2004). E-Commerce in Islamic Perspectives: The Theoretical Framework, Key Success Factor and Challenges for Islamic E-Commerce Business. *Proceeding of Knowledge Management International Conference 2004 (KMICE)*. 1-11. https://www.researchgate.net/publication/280244590_E-COMMERCE_IN_ISLAMIC_PERSPECTIVES_THE_THEORETICAL_FRAMEWORK_KEY_SUCCESS_FACTOR_AND_CHALLENGES_FOR_ISLAMIC_E-COMMERCE_BUSINESS
- Nurul Iffah, A., Atiqah, H. & Mohd Abd Wahab Fatoni, M.B. (2018). Prinsip Perniagaan dan Keusahawanan Islam: Satu Perbincangan Konseptual. *E-prosiding the 2nd Islamic Management Development Conference (IMDeC 2018)*, 157-171.
- Nurul Hidayah, B. (2020, Mac 25). Beli-belah Secara 'Online' Rancak Ketika PKP. *My Metro*. Diakses pada Julai 24, 2020, <https://www.hmetro.com.my/mutakhir/2020/03/558385/beli-belah-secara-online-rancak-ketika-pkp>
- Rafidah, M.R. (2020, Mei 1). Negara Rugi RM2.4 Bilion Seharian Sepanjang PKP. *BH Online*. Diakses pada Ogos 14, 2020, <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2020/05/683813/negara-rugi-rm24-bilion-sehari-sepanjang-pkp>
- Razali, S., Munir, M.S., Fatimah, S., Halim, A., Mohd Zamir, B. (Eds.). (2009). *Glosari Muamalat*. Jabatan Kemajuan Islam Malaysia.
- Saad, A. M. (2015). *Fiqh Muamalat*. Irbid: Dar-ALKetab Publishers.
- Suhaila, N., Salmi, E. Y. (2019). Ciri-ciri Akhlak Usahawan ISL Berjaya dan Hubungannya dengan Cara Pengembangan Harta serta Matlamat Hidup Menurut Perspektif Al-Quran. *Journal of Contemporary Islamic Law*, 4(1): 8-17. <http://www.ukm.my/jcil/wp-content/uploads/2019/06/JCIL-2019-41-Article-2.pdf>
- Suhana, S. & Maisharah, (2016). Kajian Potensi Penggunaan E-dagang (E-Commerce) di Kalangan Usahawan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) Agromakanan di Malaysia. *Economic and Technology Management Review*. <http://etmr.mardi.gov.my/Content/Report/Text%20Bab%205%20Author.pdf>
- t.p. (2020). Irsyad Al-Fatwa Siri Ke-440 : Hukum Perniagaan Meja Penceramah Melalui Tempahan. Laman Web Rasmi Pejabat Mufti Wilayah Persekutuan. Diakses pada Oktober 2, 2020. <https://muftiwp.gov.my/artikel/irsyad-fatwa/irsyad-fatwa-umum/4270-irsyad-al-fatwa-siri-ke-440-hukum-perniagaan-meja-penceramah-melalui-tempahan>
- t.p. (2020, Mac 12). WHO Isytihar Wabak COVID-19 Pandemik. *BH Online*. Diakses pada Ogos 14, 2020, <https://www.bharian.com.my/dunia/eropah/2020/03/664515/who-isytihar-wabak-covid-19-pandemik>
- Ugino, M. (2019). The Top Ecommerce Trends You Need to Know About For 2020. *Sellbrite.com*. Diakses pada Ogos 30, 2020. <https://www.sellbrite.com/blog/ecommerce-trends-2020/>
- Zubir, S. (2020, Februari 18). 100,000 Rakyat Malaysia Bakal Hilang Pekerjaan. *Sinar Harian*. Diakses pada Ogos 14, 2020, <https://www.sinarharian.com.my/article/70568/KHAS/Koronavirus/100000-rakyat-Malaysia-bakal-hilang-pekerjaan>