

HAK PENGGUNA DALAM JUAL BELI TIKET PENERBANGAN: ANALISIS ISU SYARIAH BERTERASKAN INSTRUMEN *KHIYĀR*

**Muhammad Izzul Syahmi Zulkepli¹, Mohamad Taquiuddin Mohammad², &
Mohd Anuar Ramli³**

Abstrak

Industri penerbangan tidak terlepas dengan isu-isu berbangkit dalam urusan jual beli tiket. Pelbagai isu timbul dalam transaksi tersebut, umpamanya isu yang melibatkan hak pengguna seperti pengiklanan dengan harga yang mengelirukan, caj-caj tersembunyi dan pampasan akibat kelewatan penerbangan atau penundaan masa penerbangan. Sehubungan itu, kajian ini akan membincangkan berkenaan jual beli tiket penerbangan, isu-isu yang berkaitan dengan hak pengguna dalam urusan jual beli tersebut, di samping menganalisisnya berasaskan instrumen *khiyār*. Bagi mencapai objektif kajian, data dikumpul dengan mengguna pakai dua kaedah iaitu kaedah kepustakaan dan lapangan yang melibatkan temu bual. Data kualitatif yang dikumpul telah dianalisis dengan kaedah analisis kandungan dan deskriptif. Hasil kajian mendapati *khiyār 'aib* berlaku pada kelewatan jadual penerbangan kerana menyebabkan kerugian kepada pelanggan. Justeru, syarikat penerbangan perlu menangani isu tersebut dengan efisien agar urusan jual beli yang dilakukan menepati prinsip dan etika perniagaan Islam.

Kata kunci: *patuh syariah, etika perniagaan, masalah, hak pengguna, perlindungan pengguna.*

¹ Pelajar Pascasiswazah, Jabatan Syariah dan Ekonomi, Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya Kuala Lumpur.

Emel:izzulsyahmi95@gmail.com.

² Pensyarah Kanan, Jabatan Syariah dan Ekonomi, Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya, Kuala Lumpur.

³ Pensyarah Kanan, Jabatan Fiqh dan Usul, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, Kuala Lumpur.

CONSUMERS' RIGHTS IN SELLING AND BUYING FLIGHT TICKETS: ANALYSIS OF SYARIAH ISSUES BASED ON *KHIYĀR* INSTRUMENTS

Abstract

The aviation industry is not spared the issues that arise in ticket trading. Various issues arise in the transaction, such as issues involving consumer rights such as advertising at misleading prices, hidden charges and compensation due to flight delays or delays in flight. Accordingly, this study will discuss the sale and purchase of airline tickets, issues related to consumers' rights in the transaction, as well as analyze them based on *khiyār* instruments. To achieve the objectives of the study, data were collected using two methods, namely the library and field methods involving interviews. The qualitative data collected were analyzed using content analysis and descriptive methods. The results of the study found that *khiyār* disgrace occurred at the delay of flight schedule due to causing losses to customers. Therefore, the airline needs to deal with the issue efficiently so that the sale and purchase business is done in accordance with the principles and ethics of Islamic business.

Keywords: *shariah compliant, business ethics, masalah, consumer rights, consumer protection.*

PENGENALAN

Dalam urusan jual beli, pengguna mempunyai hak-hak tertentu. Antaranya hak keselamatan, perlindungan daripada barangan berbahaya dan hak berkenaan maklumat barangan jualan. Hak-hak tersebut diperlukan oleh pihak yang melaksanakan urusan jual beli untuk menimbang alternatif, mendapat perlindungan daripada tuntutan palsu atau mengelirukan dalam pengiklanan dan pelabelan.

Selari dengan itu, dalam urusan jual beli tiket penerbangan juga pelanggan mempunyai hak-hak tertentu. Umpamanya, hak untuk mengetahui kos tiket sepenuhnya, tuntutan pampasan sekiranya berlaku kelewatan atau penundaan penerbangan (Mavcom (a), 2020) Namun begitu, terdapat beberapa isu yang timbul berkenaan dengan jual beli tiket penerbangan semasa. Antaranya ialah isu berkaitan kelewatan jadual penerbangan (Ridha & Kovudhikulrungsri, 2017) dan caj-caj tambahan yang dikenakan dalam harga tiket, umpamanya caj bagasi dan tempahan tempat duduk (David & Martin, 2015). Isu-isu ini menyebabkan hak pelanggan terabai dan membawa kerugian kepada mereka.

Dalam kes yang berlaku di Malaysia, pihak Suruhanjaya Penerbangan Malaysia (MAVCOM) telah mengenakan penalti kepada operator penerbangan

disebabkan pengiklanan harga tiket yang mengelirukan di bawah peruntukan 3(1) Kod Perlindungan Pengguna Penerbangan Malaysia 2016 (Bernama, 2018). Hal ini kerana harga muktamad yang diterbitkan hendaklah termasuk semua cukai, caj, surcuj yang tidak dapat dielakkan pada masa penerbitan. Tetapi pengiklanan harga yang dilakukan operator terbabit mengelirukan pengguna. Jelasnya, hal ini akan menjejaskan hak pengguna dalam urusan jual beli.

Dalam pada itu, sarjana hukum Islam telah memberi panduan berkenaan hak pengguna dalam perbincangan yang berkaitan *khiyār*. Panduan ini telah digariskan bagi memastikan pihak yang melaksanakan transaksi terpelihara dari sebarang kemudaratan. Sehubungan dengan itu, kajian ini akan membincangkan berkenaan konsep jual beli tiket penerbangan, isu-isu yang terkait dengan hak pengguna dalam urusan jual beli tersebut di samping menganalisisnya berdasarkan instrumen *khiyār*.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini menggunakan kaedah kajian kualitatif. Dalam proses pengumpulan data, pengkaji menggunakan dua kaedah iaitu kaedah kepustakaan dan lapangan (temu bual). Kaedah kepustakaan digunapakai dengan merujuk bahan bercetak yang berkaitan, umpamanya buku, makalah jurnal, laporan tahunan, tesis, disertasi, prosiding seminar, dan akhbar. Di samping itu, kitab-kitab fiqh klasik dan kontemporari serta artikel-artikel dicapai dalam jurnal dan pangkalan data dalam talian, umpamanya *Google Scholar*, *Emerald*, *Science direct*. Kajian lapangan yang menggunakan metode temu bual pula diaplikasi bagi mendapatkan pandangan-pandangan informan tentang isu-isu Syariah yang berlaku dalam urusan jual beli tiket penerbangan berserta hukumnya. Temu bual telah dijalankan bersama dua orang pakar Syariah, iaitu:

- 1) Pakar Syariah 1 (PS 1), Pensyarah kanan (PhD), Jabatan Syariah dan Pengurusan, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, 12 Disember 2017 jam 10:30 pagi.
- 2) Pakar Syariah 2 (PS 2), Pensyarah kanan (PhD), Jabatan Syariah dan Undang-Undang, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, 4 Disember 2017 jam 3:15 petang.

Bagi menganalisis data kajian, pengkaji menggunakan kaedah analisis kandungan dan deskriptif. Kaedah analisis isi kandungan diaplikasi bagi menganalisis data-data yang dikumpulkan melalui kaedah kepustakaan. Hasil kaedah ini, pengkaji dapat menemui isu-isu berbangkit dalam jual beli tiket penerbangan secara dalam talian. Dalam menganalisis data temu bual, pengkaji menggunakan kaedah deskriptif bagi merumuskan hasil perbincangan pakar Syariah tentang isu syariah berbangkit dalam urusan jual beli tiket penerbangan dalam talian berserta hukum Syariah yang terkait.

JUAL BELI TIKET PENERBANGAN

Pelbagai inovasi telah direkapi selari dengan perkembangan intelektual dan kemajuan teknologi manusia. Dalam industri penerbangan, kaedah jual beli tiket penerbangan turut mengalami perubahan. Sebelum ini, jual beli dilakukan dengan cara tradisional, iaitu dengan cara bersemuka di antara pelanggan dengan kakitangan syarikat penerbangan di kaunter-kaunter. Namun kini, kaedah pembelian tiket penerbangan telah berubah di mana transaksi ini boleh dilakukan secara terus ke syarikat penerbangan atau melalui ejen dengan menggunakan perkhidmatan dalam talian. Hal ini selari dengan revolusi industri 4.0 yang menyaksikan perkembangan dalam penggunaan internet dan perdagangan melalui internet (*e-commerce*). Ia telah menjadi satu fenomena yang mencorak pergerakan ekonomi di dunia pada hari ini, terutamanya dalam transaksi jual beli (Adel, 2015).

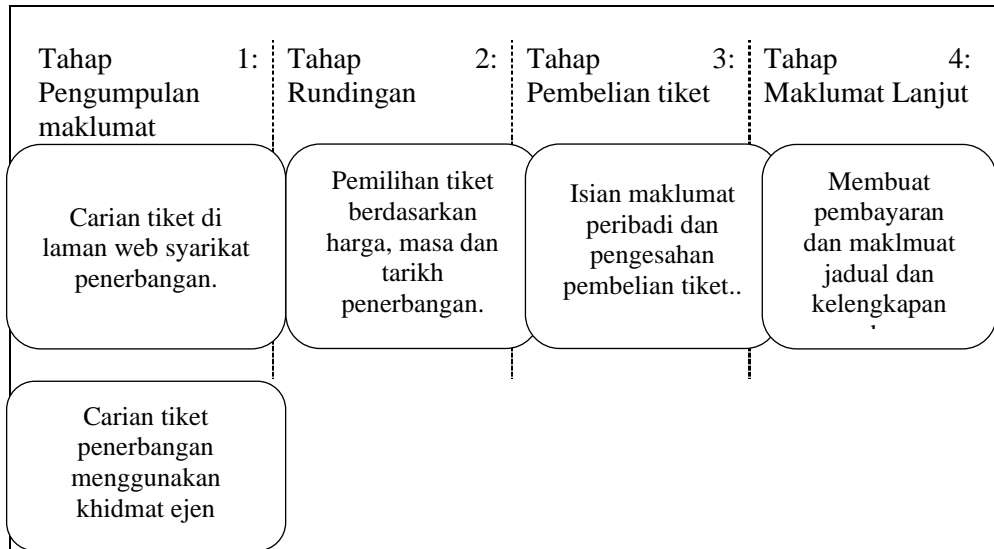
Kaedah jual beli dalam talian digelar dengan pelbagai istilah, umpamanya *e-commerce*, *e-business* atau *m-commerce*. Istilah-istilah tersebut merujuk kepada transaksi yang membenarkan sesuatu organisasi, agensi, syarikat, masyarakat dan kerajaan menawarkan perkhidmatan atau produk mereka dengan menggunakan platform maya (Roozbeh & Zahra, 2015). Namun, kaedah jual beli tiket penerbangan dalam talian lebih sinonim diistilahkan sebagai *e-ticketing* (Yong Lin et al., 2015).

Kaedah transaksi jual beli boleh dikategorikan kepada beberapa peringkat. Peringkat pertama melibatkan transaksi perniagaan ke perniagaan (B2B) iaitu transaksi perniagaan yang melibatkan dua pihak seperti peniaga dan pengeluar barangan. Peringkat kedua ialah perniagaan ke pelanggan (B2C) iaitu transaksi penjualan secara maya kepada pengguna akhir. Peringkat ketiga ialah pengguna ke pengguna (C2C) iaitu kaedah transaksi jual beli secara maya seperti lelongan (Ayushi & Maitri, 2017).

Perkembangan penggunaan jual beli memberi pelbagai manfaat kepada kaedah melaksanakan transaksi perniagaan. Antaranya pengurusan yang berkesan, penjimatan pelbagai kos umpamanya kos buruh dan masa, meningkatkan ketelusan dan efisien dalam transaksi dan meluaskan skala perniagaan (Roozbeh & Zahra, 2015). Disebabkan hal itu, pelbagai industri perniagaan termasuk industri penerbangan menggunakan kaedah pembelian tiket secara dalam talian.

Dalam menjalankan urusan jual beli secara dalam talian, terdapat beberapa model yang diguna pakai. Asasnya, model yang digunakan adalah model yang biasa diguna pakai dalam jual beli secara dalam talian. Perubahan dalam struktur model mungkin akan berlaku apabila syarikat melakukan modifikasi terhadap model tersebut mengikut kesesuaian syarikatnya. Namun, struktur model tersebut adalah berkait rapat dengan medium perantaraan di antara penjual dan pembeli yang menjalankan kontrak secara dalam talian.

Dalam mewujudkan model tersebut, terdapat beberapa komponen asas. Antaranya ialah pihak penjual, pihak pembeli dan platform jual beli. Berdasarkan penelitian yang dilakukan berkaitan model jual beli dalam talian dan model jual beli tiket penerbangan, dapat diringkaskan berkenaan proses urusan jual beli dalam talian melalui rajah di bawah:



Rajah 1: Model Jual Beli Tiket Penerbangan
Sumber: Olahan dari Thiago dan Marco (Thiago & Marco, 2017).

Rajah di atas menunjukkan model jual beli tiket penerbangan secara dalam talian. Pembelian tiket boleh dilakukan dengan melantik ejen. Dengan cara ini, pembeli terus berurusan dengan ejen sehingga ke akhir proses jual beli. Bagi pelanggan yang ingin melakukan urusan jual beli secara sendiri, pelanggan akan berada pada tahap 1 iaitu pengumpulan maklumat. Pengumpulan maklumat bertujuan untuk menghubungkan pelanggan dengan laman sesawang syarikat penerbangan seperti di aplikasi *facebook* dan *instagram* ataupun carian terus ke laman sesawang syarikat.

Seterusnya, setelah berjaya memasuki ke laman sesawang syarikat penerbangan, pelanggan akan berada pada tahap rundingan di mana pada tahap ini pelanggan akan membuat carian dan pilihan tiket yang sesuai dengan tarikh, destinasi dan harga yang bersesuaian. Setelah proses carian tiket dilaksanakan, pelanggan akan membuat pembelian tiket. Pada tahap ini, pelanggan akan membuat pengisian maklumat yang lengkap bagi kegunaan syarikat penerbangan seperti data peribadi dan membuat pengesahan pembelian tiket. Sejurus selesai pembelian, syarikat penerbangan akan memberikan maklumat lengkap tentang penerbangan, jadual penerbangan dan maklumat-maklumat berkenaan kepada pelanggan melalui laman sosial peribadi pelanggan, umpamanya e-mel.

HAK-HAK PENGGUNA DAN ISU-ISU BERKAITAN DALAM JUAL BELI TIKET PENERBANGAN

Pengguna merujuk kepada seseorang yang membeli barang atau menggunakan sebarang perkhidmatan (Christine & Sakina, 2016 ; Anuar & Aizat, 2011). Hak pengguna pula merujuk kepada satu bentuk peraturan yang dibuat oleh pemerintah bagi melindungi hak dan kepentingan pengguna. Umpamanya, setiap peniaga perlu memaparkan tanda harga pada setiap barangan jualan atau servis perkhidmatan perniagaannya (Hans & Stephen, 1993).

Hak pengguna dibahagikan kepada beberapa asas yang penting. Pertama, hak untuk keselamatan, iaitu perlindungan daripada barangan berbahaya. Kedua, hak untuk menerima maklumat yang tepat, iaitu maklumat yang diperlukan untuk menimbang alternatif, dan perlindungan daripada tuntutan palsu dan mengelirukan dalam amalan pengiklanan dan pelabelan. Ketiga, hak untuk memilih barangan dan perkhidmatan yang menawarkan alternatif dari segi harga, kualiti dan perkhidmatan. Keempat, hak untuk didengar, iaitu jaminan bahawa kerajaan akan mengambil tahu sepenuhnya kebimbangan pengguna, seterusnya bertindak dengan mengukuhkannya melalui statut dan prosedur pentadbiran yang mudah dan cepat (Business Dictionary, 2020).

Di samping itu, hak pengguna terkait dengan beberapa elemen. Pertama berhubung keselamatan maklumat. Penjual tidak berhak untuk menyebarkan maklumat pelanggan sewenang-wenangnya. Sekiranya maklumat tersebut tersebar, pelanggan berhak membuat tuntutan yang khusus ke atas penjual melalui undang-undang yang sah. Kedua berkaitan pilihan. Dalam setiap transaksi yang dilakukan, pengguna mempunyai hak untuk membuat pilihan (Maureen & Alexander, 2015). Tuntasnya, konsep hak pengguna adalah berkisar tentang pemeliharaan *maṣlahah* pengguna.

Pembentukan peraturan berkaitan hak pengguna dan perlindungan pengguna mempunyai beberapa kepentingan. Antaranya, ia dapat menangani penyelewangan dan penindasan dalam urusan perniagaan. Ini kerana pada kebiasaannya terdapat pihak yang ingin mengaut keuntungan dalam sesebuah perniagaan dengan melakukan pelbagai bentuk penyelewangan, umpamanya iklan yang mengelirukan dan manipulasi harga (Sinona, 2017). Dengan adanya peraturan berkaitan hak pengguna, pelanggan dapat dilindungi dengan baik. Tambahan lagi, hak pengguna dapat memastikan transaksi jual beli dilaksanakan dengan adil. Kesannya, dengan adanya hak pengguna, pelanggan akan merasa selamat terhadap transaksi jual beli yang dilaksanakan (Ekanem & Thomas, 2018).

Dalam konteks amalan di Malaysia, terdapat badan yang mengawalselia hak perlindungan berkaitan dengan perkhidmatan penerbangan (Norhadizah et al., 2017). Umpamanya organisasi Suruhanjaya Penerbangan Malaysia (MAVCOM). MAVCOM telah ditubuhkan pada 1 Mac 2016 di bawah Akta Suruhanjaya Penerbangan Malaysia 2015. Ia ditubuhkan dengan matlamat untuk mempromosikan industri penerbangan dengan berorientasikan pengguna dan memastikan kelestarian industri penerbangan terpelihara di samping menyokong pertumbuhan ekonomi negara (Mavcom (b), 2020).

Selain itu, MAVCOM juga berperanan mempromosikan Kod Perlindungan Pengguna Penerbangan Malaysia 2016. Kod ini merupakan satu inisiatif Kementerian Pengangkutan Malaysia untuk melindungi pengguna perkhidmatan penerbangan. Di samping itu, kod ini merupakan kod pertama yang diwartakan oleh Kementerian Pengangkutan Malaysia khusus berhubung industri penerbangan dan ia telah dipisahkan daripada skop Akta Perlindungan Pengguna 1999 (Kerajaan Persekutuan, 2016; Norhadizah et al., 2017).

ISU-ISU BERKAITAN HAK PENGGUNA DALAM JUAL BELI TIKET PENERBANGAN

Dalam urusan jual beli tiket penerbangan, terdapat beberapa keadaan yang menjejaskan hak pelanggan. Antaranya isu berkaitan kelewatan atau pembatalan jadual penerbangan dan isu caj tambahan.

1. Isu kelewatan jadual penerbangan.

Isu kelewatan jadual penerbangan menjadi satu isu yang lazim dalam industri penerbangan. Kesannya, keadaan ini akan memberi impak yang negatif kepada syarikat penerbangan dan pelanggan. Melihat dari persepektif pelanggan, jadual perjalanan pelanggan akan terganggu disebabkan kelewatan jadual penerbangan. Justeru, pandangan pengguna kepada syarikat penerbangan akan menjadi buruk disebabkan kelewatan jadual (Alice et al., 2017). Kegagalan syarikat penerbangan memenuhi hak pengguna dapat dilihat melalui ilustrasi di bawah:

“Ali membeli dua tiket berasingan dari Beijing ke Kuala Lumpur dari syarikat penerbangan ABC dan Kuala Lumpur ke Singapura dari syarikat penerbangan XYZ. Penerbangannya dengan syarikat penerbangan ABC ditangguhkan selama 8 jam. Oleh kerana kelewatan ini, Ali terlepas penerbangannya dengan syarikat penerbangan XYZ ke Singapura ...”

“...kerana Ali memegang tempahan berasingan dengan syarikat penerbangan XYZ ke Singapura, syarikat penerbangan ABC tidak akan bertanggungjawab untuk sebarang kos berbangkit berkaitan dengan perjalanannya untuk penerbangan ke destinasi seterusnya” (Suruhanjaya Penerbangan Malaysia, 2020).

Melalui ilustrasi yang dinyatakan oleh Suruhanjaya Penerbangan Malaysia, syarikat penerbangan tidak akan membayar ganti rugi tiket yang kedua memandangkan penumpang membeli dua tiket yang berasingan. Kelewatan dan pembatalan jadual penerbangan dalam satu perjalanan, baik pada perjalanan domestik mahupun antarabangsa, merupakan isu-isu yang terkait dengan hak pengguna. Hal ini memberikan kesan buruk kepada pelanggan, kerana ia melibatkan urusan dan jadual

pelanggan terganggu (Ridha & Kovudhikulrungsri, 2017). Dalam terma dan syarat yang dikeluarkan sebuah syarikat penerbangan ada menyatakan berkaitan hal ini:

“Pada bila-bila masa selepas tempahan dibuat, kami boleh menukar, membatalkan, mengubah haluan, menunda, menjadualkan semula dan/atau melewatkan mana-mana penerbangan yang kami fikirkan wajar disebabkan oleh keadaan yang berada di luar kawalan kami atau atas sebab-sebab keselamatan atau komersil. Sekiranya berlaku pembatalan penerbangan yang sedemikian, kami boleh, mengikut budi bicara kami, untuk memilih sama ada:

- menerbangkan anda seawal yang mungkin menggunakan penerbangan kami yang lain yang telah dijadualkan sekiranya terdapat sebarang kekosongan tanpa mengenakan caj tambahan ke atas anda dan, jika perlu, melanjutkan tempoh sah tempahan anda; atau
- mengekalkan nilai tambang anda dalam akaun kredit anda untuk perjalanan pada masa akan datang sekiranya anda memilih untuk membuat perjalanan pada masa yang lain, dengan syarat anda mesti menempah semula dalam masa sembilan puluh (90) hari dari tarikh tersebut.
- membayar balik nilai tersebut dengan cara memasukkannya ke dalam akaun bank atau kad kredit mahupun kad debit anda jika anda memilih untuk tidak meneruskan perjalanan anda disebabkan oleh pembatalan dan/atau penjadualan semula penerbangan yang berlaku tiga (3) jam atau lebih sebelum atau selepas masa pelepasan asal yang telah dijadualkan. Bagi mengelakkan sebarang kekeliruan, tiada pembayaran balik akan dilakukan apabila penerbangan dilewatkan, dibatalkan dan/atau dijadualkan semula di lapangan terbang pada hari perlepasan dalam keadaan anda masih belum disahkan sebagai penumpang bagi penerbangan tersebut” (X, 2020).

Dalam membincangkan isu ini, para pengkaji mendapati isu ini sering berlaku dalam industri penerbangan (Alice et al., 2016). Kelewatan dan pembatalan penerbangan ini dianggap sebagai melanggar kontrak yang dimaterai, iaitu membawa pelanggan ke destinasi yang dituju selepas bayaran tiket dilakukan (Ekanem & Thomas, 2018).

Kelewatan dan pembatalan jadual penerbangan memberikan kesan yang buruk kepada pelanggan dan pihak syarikat penerbangan terutamanya kesan berkaitan ekonomi. Seperti mana yang sudah dibahaskan, kelewatan dan pembatalan jadual penerbangan menyebabkan kerugian kepada pelanggan yang sudah mempunyai rancangan perjalanan yang padat. Sementara syarikat penerbangan pula akan menerima penalti dan kos-kos tambahan yang perlu ditanggung disebabkan oleh kelewatan atau pembatalan jadual penerbangan (Alice et al., 2017).

Justeru, keadaan ini ternyata memberikan kesulitan dan kerugian kepada pelanggan secara khusus. Kelewatan dan pembatalan jadual penerbangan dalam satu perjalanan, baik pada perjalanan domestik mahupun antarabangsa, merupakan isu-isu yang terkait dengan hak pengguna. Hal ini memberikan kesan buruk kepada pelanggan, kerana ia melibatkan wang pelanggan dan menyebabkan urusan dan jadual mereka terganggu (Ridha & Kovudhikulrungsri, 2017 ; Ekanem & Thomas, 2018).

2. Pengenaan caj tambahan

Dalam memperolehi keuntungan, syarikat penerbangan menggunakan kaedah-kaedah tertentu. Antaranya ialah dengan cara menggunakan kaedah pengiklanan yang menarik perhatian pelanggan. Kesannya, iklan-iklan yang dipaparkan mampu membentuk imaginasi pelanggan dan menyebabkan pelanggan tertarik dengan iklan yang digunakan (Fauzi, Yusof & Muliayati, 2018).

Namun, terdapat isu yang timbul apabila pihak syarikat penerbangan menggunakan kaedah pengiklanan yang mengelirukan, iaitu harga yang ditawarkan dalam iklan yang dipaparkan tidak sama dengan nilai sebenar yang perlu dibayar oleh pelanggan disebabkan oleh adanya caj-caj tambahan yang dikenakan oleh syarikat penerbangan kepada pelanggan (Sinona, 2017).

Syarikat penerbangan mengenakan yuran tambahan melalui pelbagai cara. Penelitian yang dijalankan menunjukkan bahawa dalam urusan jual beli tiket penerbangan, yuran tambahan dikenakan pada beberapa tempat seperti pembatalan tiket pesawat, tempahan tempat duduk dan bagasi (Davide & Martin, 2015). Caj-caj tersebut dikenakan berasingan dan ini jelas membuktikan bahawa harga tiket penerbangan yang ditawarkan dalam ruangan iklan tidak muktamad, malah terdapat caj-caj tambahan yang dikenakan ke atas pelanggan (You Hao, 2016).

Kebiasaannya, pihak syarikat penerbangan tidak akan meletakkan jumlah caj-caj seperti caj bagasi, cukai kerajaan dan caj insurans dalam iklan yang dipaparkan. Lebih merumitkan keadaan, penggunaan frasa-frasa yang mengelirukan bertujuan untuk menarik perhatian pelanggan menyebabkan pelanggan tertarik dan membeli tiket tersebut, dan terdapat juga iklan-iklan yang menggunakan tulisan yang kecil terutama pada maklumat-maklumat penting seperti promosi yang tertakluk kepada terma dan syarat atau pengenaan caj kepada pelanggan yang menggunakan kaedah bayaran kad kredit dan debit (You Hao, 2016).

Caj-caj tambahan yang dikenakan menjadi salah satu sumber hasil yang penting dan lumayan kepada syarikat penerbangan. Keuntungan yang dijana membantu pertumbuhan syarikat penerbangan. Sementara itu, caj tambahan yang bersifat terselindung ini dikenakan secara berlainan mengikut syarikat dan ini tentunya menyebabkan hak pelanggan untuk mendapatkan maklumat penerbangan yang jelas dan benar terjejas (Kamali dan Norshuhada 2010 ; You Hao, 2016).

Dalam pada itu, pihak Suruhanjaya Penerbangan Malaysia (MAVCOM) telah mengenakan penalti kepada syarikat penerbangan disebabkan pengiklanan harga tiket yang mengelirukan di bawah peruntukan 3(1) Kod Perlindungan

Pengguna Penerbangan Malaysia 2016 (Bernama, 2018). Hal ini kerana harga muktamad yang syarikat penerbangan tidak termasuk caj dan cukai yang berkaitan dan mengelirukan pengguna. Jelasnya, hal ini akan menjejaskan hak pengguna dalam urusan jual beli.

Selaras dengan itu juga, pindaan berkenaan Kod Perlindungan Pengguna Penerbangan Malaysia 2016 telah dilakukan oleh Kementerian Pengangkutan dan akan dikuatkuasa sejak 1 Jun 2019. Pindaan tersebut adalah berkenaan syarikat penerbangan perlu menzahirkan harga muktamad tiket penerbangan dalam iklan yang dipaparkan kepada pelanggan dan menghapuskan caj-caj tersembunyi untuk perjalanan udara (Mavcom (c), 2020).

Hal ini jelas menunjukkan bahawa pengguna terkesan dengan kaedah penggunaan iklan yang digunakan oleh syarikat penerbangan yang mengelirukan. Tuntasnya, isu-isu yang berlaku memberikan kesan kepada pihak pengguna perkhidmatan penerbangan. Namun, isu ini perlu dinilai dari pelbagai sudut dan perlu dirungkai dari sisi pandangan hukum Islam.

HAK PENGGUNA MENURUT HUKUM ISLAM

Hak pengguna merupakan satu hak yang diberikan kepada pelanggan dalam memilih suatu barangan atau perkhidmatan (Nor Hikmah, 2019). Meskipun istilah hak pengguna tidak disebutkan secara khusus dalam hukum Islam, namun dari aspek praktikalitinya, konsep hak pengguna telah diamalkan semenjak era pemerintahan Nabi Muhammad SAW (Hamidah Ayob, t.t). Hal ini dapat dilihat melalui beberapa contoh. Antaranya melalui firman Allah:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بَحَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا﴾

(Al-Nisā': 29)

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

Berdasarkan ayat di atas, Allah SWT melarang manusia dari memakan harta sesama manusia secara batil, umpamanya jual beli umpamanya jual beli yang melibatkan unsur penipuan. Sebaliknya Allah menyuruh manusia melaksanakan urusan muamalat dengan cara yang baik berdasarkan Syariat Islam (Muhammad Nasib Al-Rifai', 1999).

Selain itu, Allah berfirman lagi:

﴿وَيْلٌ لِلْمُطَفِّفِينَ ۝۱ إِذَا كَانُوا عَلَى النَّاسِ يَتَوَفَّوْنَ ۝۲ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝۳﴾

(Al-Muṭaffifin: 1-3)

Terjemahan: Kecelakaan besar bagi orang-orang yang curang (dalam timbangan dan sukatan) (1) Iaitu mereka yang apabila menerima sukatan (gantang cupak) dari orang lain mereka mengambilnya dengan cukup (2) Dan (sebaliknya) apabila mereka menyukat atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi (3).

Sayyid Qutb (1992) menyatakan bahawa sikap orang-orang yang curang dalam ayat di atas adalah mereka yang apabila melakukan timbangan terhadap barang jualan maka mereka mengurangi. Mereka termasuk dalam golongan yang celaka. Tuntasnya, ayat-ayat di atas jelas membuktikan Islam mementingkan pemeliharaan hak-hak pihak yang bertransaksi sama ada dalam apa jua urusan transaksi, khususnya urusan jual beli.

Di samping itu, matlamat utama Syariah adalah untuk memberi manfaat kepada manusia selain menjaga tuntutan Syarak daripada terjejas. Islam telah menggariskan lima prinsip yang berkaitan hak manusia perlu dipelihara iaitu agama, nyawa, akal, keturunan dan harta (Muhammad Akbar Khan, t.t). Prinsip dalam maqasid Syariah ini merupakan komponen asas yang perlu dipelihara dengan baik bagi menjaga kemaslahatan hidup manusia. Sehubungan dengan itu, jelas menunjukkan Islam memberi perhatian yang besar dalam kehidupan manusia (Hamidah Ayob, 2017).

Dalam pada itu, para fuqaha turut membahaskan berkaitan urusan jual beli secara terperinci dalam karya-karya mereka. Dalam pada itu, mereka memfokuskan perbincangan berkaitan hak pengguna dalam perbahasan *khiyār*. Perbincangan ini bertujuan melindungi pihak bertransaksi agar tidak ditindas dan diseleweng.

KONSEP *KHIYĀR* DALAM JUAL BELI

Khiyār menurut bahasa diambil dari perkataan *al-ikhtiyār*, yang membawa maksud pilihan (Uthmān Shibīr, 2010). Menurut istilah pula, ia merujuk kepada hak di antara dua pihak, iaitu penjual dan pembeli yang berkait rapat dengan transaksi yang dijalankan sama ada untuk meneruskan atau membatalkan kontrak (Uthmān Shibīr, 2010). Pada dasarnya *khiyār* bertujuan untuk memenuhi kepentingan urus niaga perniagaan yang dijalankan selaras dengan undang-undang Islam. Kepentingan yang dimaksudkan berkaitan dengan perlindungan manfaat dan kehendak kedua-dua pihak dalam kontrak, dan bertujuan untuk melindungi mereka dari kemungkinan risiko yang berpotensi berlaku iaitu kerugian kepada pembeli dan penjual.

JENIS-JENIS *KHIYĀR*

Fuqaha tidak sepakat kepada jumlah kategori *khiyār*. Fuqaha Hanafi membahagikannya kepada 17 jenis. Sedangkan fuqaha Shafi'i pula mengelaskan *Khiyār* kepada 16 jenis. Manakala fuqaha Hanbali pula membahagikannya kepada 18 jenis dan fuqaha Maliki pula mengelaskannya kepada dua jenis. Asasnya, konsep

khiyār meliputi empat jenis *khiyār* utama iaitu *khiyār majlīs*, *khiyār shart*, *khiyār 'aib* dan *khiyār ru'yah* (Wizārat Al-Awqāf, 1983).

1. *Khiyār Majlīs*

Khiyār majlīs merujuk kepada hak melakukan pilihan di dalam sesuatu majlis yang tertentu (Wizārat Al-Awqāf, 1983). Dapat difahami bahawa ia merupakan hak di antara kedua belah pihak, iaitu penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atau membatalkannya selagi masih berada dalam majlis transaksi. Apabila kedua-duanya telah berlalu dari majlis, maka hak *khiyār* akan hilang sehingga tidak dapat dibuat perubahan lagi. *Khiyār* seperti ini hanya berlaku dalam transaksi yang bersifat mengikat kedua belah pihak, seperti jual beli dan sewa-menyewa (Abdul Rahman Ghazali et. al, 2010). Maksud berlalu dari majlis dinilai sesuai dengan situasi dan keadaan. Sekiranya transaksi berlaku di rumah, *khiyār majlīs* tamat apabila seseorang keluar daripada rumah tersebut. Manakala sekiranya transaksi dijalankan di pasar, *khiyār majlīs* tamat setelah berlalu tiga langkah dari pasar tersebut. Pendapat yang kuat berkaitan dengan berlalu dari majlis disesuaikan dengan adat kebiasaan setempat (Sayyid Sābiq, 1983).

2. *Khiyār Syart*

Khiyār shart merujuk kepada hak untuk melakukan pilihan oleh seseorang yang berakad, kedua-dua orang yang berakad atau selain dari kedua-dua orang tersebut yang mempunyai hak untuk mengekalkan akad atau membatalkan akad pada tempoh masa tertentu, bergantung pada syarat yang dipersetujui dalam akad yang dilakukan (Sayyid Sābiq, 1983). Melalui definisi di atas dapat difahami bahawa *khiyār shart* adalah hak kepada pembeli atau penjual untuk meneruskan akad yang dibuat atau membatalkannya jika pilihan itu disyaratkan dalam akad atau kontrak. *khiyār shart* tertakluk hanya kepada akad yang mengikat dan menerima untuk diteruskan atau membatalkan akad tersebut seperti jual beli dan sewa-menyewa. Ia tidak boleh diaplikasi pada akad yang mengikat dan tidak menerima pembatalan (*al-fasakh*) seperti akad perkahwinan dan talak (Abd al-Karīm Zaydān, 2012).

Pada asasnya, *khiyār* ini menyediakan tempoh masa untuk menilai semula barangan belian oleh pembeli bagi memastikan faedah barangan dan kos yang terlibat dapat dicapai dalam transaksi yang dilakukan. Imam Shafi'i dan Imam Abu Hanifah menghadkan tempoh *khiyār syart* sehingga hanya tiga hari, sementara Imam Ahmad Ibn Hanbali tidak menetapkan batasan tempoh, tetapi mestilah pada tempoh yang diketahui. Manakala Imam Malik mensabitkan tempoh *khiyār* pada *'urf* semasa (Abd al-Karīm Zaydān, 2012).

3. *Khiyār 'Aib*

Khiyār 'aib merupakan hak pembatalan jual beli dan pengembalian barang disebabkan adanya kecacatan dalam suatu barang sama ada pada waktu transaksi atau kecacatan tersebut terlihat setelah transaksi selesai disepakati dan sebelum serah

terima barang (Wizārat Al-Awqāf, 1983). Elemen yang mengakibatkan terjadinya *khiyār* jenis ini adalah kewujudan unsur cacat (*'aib*) yang mengakibatkan berkurangnya harga dan nilai bagi barangan tersebut. Islam menekankan kesempurnaan proses perniagaan dan melarang aktiviti urus niaga dengan cara yang menyalahi nilai dan prinsip Syariah (Muhammad Majdy Amiruddin, 2016).

Para fuqaha berpandangan jika pembeli sudah mengetahui kecacatan barang tersebut sebelum akad dilakukan dan memilih untuk meneruskan transaksi, maka akadnya sah dan tiada lagi ruang *khiyār*. Ini kerana pelanggan telah bersetuju untuk melakukan dan rela dengan barang tersebut berserta kondisinya. Sebaliknya, sekiranya pembeli mengetahui kecacatan barang tersebut setelah akad dilakukan, maka akad yang dilakukan masih sah di sisi Syarak, namun pihak pembeli berhak melakukan *khiyār* terhadap barang tersebut, iaitu peluang untuk mengembalikan barang atau meminta ganti rugi sesuai dengan keadaan kecacatan barangan (Muhammad Majdy Amiruddin, 2016).

4. *Khiyār Ru'yah*

Khiyār ru'yah bermaksud hak untuk melihat barang yang diakad dan mengetahui keadaan barang secara terperinci. *Khiyār* ini membenarkan pembeli untuk melihat barang yang diakad dan kemudiannya membuat pilihan sama ada meneruskan kontrak atau membatalkannya apabila barangan tidak menepati keinginan pembeli, tidak kelihatan atau tidak hadir semasa proses kontrak (Wizārat Al-Awqāf, 1983). *Khiyār ru'yah* tertakluk kepada semua akad yang mempunyai barang (*mahal 'aqd*) yang ditentukan kriterianya. Dalam kontrak jual beli *salām*, mazhab Hanafi berpandangan transaksi barangan yang tidak nampak dianggap sah. Mereka beranggapan risiko yang dihadapi pembeli semakin minimum kerana pembeli berupaya untuk membuat pilihan meneruskan atau menangguk kontrak. Walau bagaimanapun, Imam Shafi'i tidak bersetuju kerana dalam urusan niaga semacam itu terdapat *gharar* kerana wujudnya ketidakpastian (Al-Zuhailī, 1985).

ANALISIS ISU HAK PENGGUNA DALAM JUAL BELI TIKET PENERBANGAN BERTERASKAN INSTRUMEN *KHIYĀR*

Menurut 'Abd al-Karīm Zaydān, *khiyār* adalah hak untuk melakukan tuntutan dalam sesuatu akad yang dilaksanakan ('Abd al-Karīm Zaydān, 2012). Ini dapat difahami bahawa *khiyār* hanya tertakluk sekiranya terdapat tuntutan dilakukan. Jika tuntutan tidak dilakukan dalam sesuatu kontrak, maka tidak wujud *khiyār* antara penjual dan pembeli.

Walaupun bagaimanapun, dalam undang-undang transaksi jual beli di Malaysia, peruntukan khusus yang memberikan hak *khiyār* kepada pihak yang berkontrak tidak dinyatakan (Hasri Harun et al., 2016). Kenyataan ini disokong oleh informan pakar Syariah yang menyatakan bahawa terma *khiyār* tidak digunakan dalam urusan jual beli di Malaysia (PS 1, 2017 ; PS 2, 2017).

Walaupun begitu, lazimnya para peniaga telah menyediakan terma dan syarat yang tersendiri bagi setiap produk yang ditawarkan di Malaysia. Khususnya dalam urusan jual beli tiket penerbangan, segala maklumat mengenai tiket penerbangan telah dinyatakan secara terperinci dalam terma dan syarat yang disediakan pihak syarikat penerbangan. Hal ini secara umumnya telah memberikan *khiyār* kepada pembeli untuk membuat keputusan sama ada membuat belian tiket tersebut atau sebaliknya. Tambahan lagi, sebelum pembayaran dilakukan, pembeli akan diberikan maklumat pembayaran secara terperinci dalam invois pembayaran. Di samping itu, resit pembayaran juga diberikan setelah pembayaran dilakukan (PS 1, 2017).

Isu yang ditimbulkan berkaitan dengan caj tambahan yang dikenakan kepada pelanggan. Kebiasaannya, harga yang dinyatakan tidak muktamad dan terdapat caj tambahan, umpamanya caj bagasi. Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahawa akad yang dilakukan masih sah kerana segala butiran yang terperinci telah dinyatakan dalam terma dan syarat yang telah dibekalkan syarikat penerbangan dan pelanggan juga diberikan invois pembayaran yang mempunyai perincian harga tiket penerbangan sebelum pembayaran dilakukan (PS 2, 2017).

Hakikatnya, isu berkaitan caj tersembunyi ini menyebabkan pelanggan merasa tertipu dengan harga tiket penerbangan yang ditawarkan dalam ruangan iklan. Keadaan ini lebih berkait rapat dengan isu etika dalam pengiklanan kerana iklan yang dipaparkan memberikan kekeliruan kepada pengguna (PS 1, 2017). Justeru itu, pihak syarikat penerbangan perlu lebih telus berkenaan dengan urusan pengiklanan tiket penerbangan. Sementara pihak pelanggan pula perlu meneliti terma dan syarat yang telah dinyatakan oleh syarikat penerbangan dengan baik dan tidak hanya tertarik dan terperdaya dengan iklan yang dipaparkan (PS 2, 2017 ; PS 1, 2017).

Dari sudut Syariah, Islam mementingkan etika dalam jual beli dan menganjurkan segala unsur ketidakpastian dalam transaksi jual beli dihindar. Sarjana hukum Islam berpandangan bahawa perlu kepada penentuan barang jualan (*maḥal al-'aqd*) dan harga barang jualan (*thaman al-'aqd*) agar tiada unsur *gharar* berlaku (Al-Ṣiddīq, 1993 ; Al-Mardāwī, 1995). Mereka juga mengkhususkan *khiyār ru'yah* terhadap barangan jual beli supaya pelanggan berpuas hati dengan barangan tersebut (Al-Ṣiddīq, 1993). Khususnya dalam transaksi jual beli tiket penerbangan, caj tambahan yang dikenakan kepada pelanggan bersifat tersembunyi dan tidak dinyatakan secara jelas dalam pengiklanan tiket yang dilakukan. Justeru, pihak syarikat penerbangan perlu mengambil serius terhadap isu ini dan menanganinya dengan baik bagi menjaga hak dan kebajikan pengguna.

Dalam pada itu, penelitian yang dilakukan berkenaan urusan jual beli tiket penerbangan dalam talian menunjukkan terdapat isu yang timbul terkait dengan perbincangan *khiyār 'aib*. *Khiyār* jenis ini berlaku apabila kelewatan dalam jadual penerbangan berlaku. Kelewatan dalam jadual penerbangan adalah perkara sering berlaku dalam industri penerbangan (PS 1 ; PS 2 ; Alice et al., 2016).

Fuqaha sepakat menyatakan sekiranya terdapat sesuatu aib terhadap barangan jual beli, maka pembeli berhak menuntut ganti rugi daripada pihak penjual (Wizārat Al-Awqāf, 1983). Asasnya, dalam transaksi jual beli tiket penerbangan, pelanggan membeli tiket penerbangan bertujuan menuju ke destinasi pada masa yang dipilih. Namun disebabkan pembatalan dan kelewatan jadual penerbangan, pelanggan

tidak mendapat manfaat asal daripada pembelian tiket tersebut. Maka, kelewatan dan pembatalan penerbangan ini dianggap sebagai melanggar kontrak yang dimaterai, iaitu membawa pelanggan ke destinasi yang dituju selepas bayaran tiket dilakukan (Ekanem & Thomas, 2018).

Isu ini memberikan kesan yang buruk kepada ekonomi, pelanggan dan syarikat penerbangan (PS 1, 2017 ; PS 2, 2017 ; Jorge Soares et, al, 2017). Dalam Islam, apabila wujudnya sesuatu aib dalam barangan jualan, pembeli berhak membuat tuntutan daripada penjual ('Abd al-Karīm Zaydān, 2012). Justeru, pihak syarikat penerbangan perlu menguruskan isu ini dengan sebaiknya.

Jelasnya, dalam menjalankan urusan jual beli tiket penerbangan, pelanggan perlu meneliti terma dan syarat yang telah dibekalkan syarikat penerbangan. Meskipun tiada peruntukan yang khusus dinyatakan berkaitan *khiyār* dalam urusan jual beli tiket penerbangan, terma dan syarat yang dibekalkan selari dengan konsep *khiyār* dalam Islam. Di samping itu, pihak syarikat penerbangan perlu cakna dengan isu yang timbul agar urusan jual beli yang dijalankan selari dengan etika perniagaan dalam Islam dan patuh Syariah.

Perbincangan berkaitan hak pengguna dan *khiyār* dalam urusan jual beli tiket penerbangan dirumuskan dalam jadual di bawah:

Jenis Khiyār	Kewujudan Isu Khiyār dalam Jual beli tiket penerbangan
i. <i>Khiyār Majlīs</i> ,	Tidak
ii. <i>Khiyār Syarṭ</i>	Tidak
iii. <i>Khiyār 'Aib</i>	Ada
iv. <i>Khiyār Ru'yah</i>	Tidak

Jadual 1: Analisis Jual beli Tiket Penerbangan Berteraskan Instrumen *Khiyār*

KESIMPULAN

Islam mementingkan penjagaan hak pihak yang terlibat dalam urusan jual beli. Dalam perbincangan fiqh, sarjana hukum Islam membincangkan hak pihak bertransaksi dalam perbincangan konsep *khiyār*. Keadaan ini dapat menggambarkan kesempurnaan Islam dan kerelevanannya sepanjang zaman dalam menjaga kemaslahatan umat manusia secara umumnya dan para pengguna khususnya. Meskipun pada hari ini konsep *khiyār* yang digariskan sarjana hukum Islam tidak digunakan secara khusus, namun wujudnya terma dan syarat yang dibekalkan pihak penjual kepada pelanggan merealisasikan konsep dan matlamat yang sama seperti konsep *khiyār* iaitu matlamat menjaga hak pihak yang terlibat dengan sesuatu urusan jual beli. Dengan adanya terma dan syarat tersebut, pelanggan berhak membuat tuntutan tertentu. Para pengguna perlu meneliti terma dan syarat dalam jual beli khususnya dalam jual beli tiket penerbangan. Dalam pada itu, di samping menjaga keuntungan, pihak penjual yang mengatur terma dan syarat tersebut, khususnya syarikat penerbangan yang menjual tiket penerbangan perlu mengambil kira kepentingan pelanggan dan memenuhi tanggungjawabnya dengan cekap dan telus. Hal ini penting agar jual beli

yang dilaksanakan dapat memelihara hak-hak pihak yang menjalankan urusan jual beli di samping menepati prinsip dan etika jual beli dalam Islam.

RUJUKAN

- ‘Uthmān Shibīr (2010), *Al-Madkhāl ‘ilā Fiqh al-Mu‘āmalah al-Māliyah al-Māl al-Milkiyyah al-‘aqd* ed. ke 2., Urdun: Dār al-Nafā’is.
- Abd al-Karīm Zaydān (2012), *Al-Madkhal li Dirāsah al-Islāmiyyah* ed. Ke 2., Beirut: al-Risālah.
- Abdul Rahman Ghazali et. al (2010), *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Fajar Interpramata Mandiri).
- Abu Dawūd Sulaiman (1138H), *Sunan Ibn Majah*, ed. Muḥammad Ibn ‘Abd Hādī, Beirut: Dār Al-Jīl.
- Adel Al-youbi (2015), E-commerce in Developing Countries and How to Develop Them During the Introduction of Modern Systems, *Procedia Computer Science* 65, 479 – 483.
- Alice Sternberg et al. (2017), A Review on Flight Delay Prediction, *The Federal Center for Technological Education Celso Suckow da Fonseca* 1, 1-15.
- Alice Sternberg et al. (2016), An analysis of Brazilian flight delays based on frequent patterns, *Transportation Research* 95, 282–298.
- Al-Mardāwī, “Kitāb Al-Bay’,” dalam *Kitāb Al-Inṣāf fī Ma‘rifati Al-Rājih min Al-Khilāf*, Qāhirah: Jumhur Meṣr Al-‘Arabiyyah.
- Al-Ṣiddīq Muhammad Al-Amīn Al-Ḍarīr (1995), “Al-Jahl Biṣifati Al-Maḥl” dalam *Al-Gharar fī Al-‘Uqud wa Athār fī Al-Taṭbīqāt Al-Ma‘āṣir*, (Sa‘udī: Al-Ma‘had Al-Islāmī li Al-Bḥuth wa Al-Tadrīb, 1993).
- Al-Zuhailī (1985), *Al-Fiqh al-Islamī wa Adillatuhu*, ed. ke 2., Damsyik: Dār al-Fikr.
- Ayushi dan Maitri (2017), E-Commerce: Merits and Demerits A Review Paper, *International Journal of Trend in Scientific Research and Development* 1(4), 117-120.
- Bername (2018), “Mavcom denda AirAsia kerana iklan harga mengelirukan”, laman sesawang *Bername*, <http://www.bernama.com/bm/news.php?id=1672019>, dicapai pada 30 Mac 2020.
- Business Dictionary (2020), entri “Consumer Right”, dicapai pada 30 Mac 2020, <http://www.businessdictionary.com//>.
- Christie dan Sakina (2016), Perkembangan Perlindungan Pengguna: Cabaran dan Hala Tuju Institusi Pelindung Pengguna di Malaysia, *JUUM* 20, 71-82.
- Davide Scotti dan Martin esner (2015), The Impact Of Baggage Fees On Passenger Demand On US Air Routes, *Transport Policy* 43, 4-10.
- Ekanem Dan Thomas (2018), “Consumer Protection and Carrier’s Liability For Flight Cancellations and Delays in Negeria,” *African Journal of Law and Human Rights* 2, 152-162.
- Hamidah Ayob (2017), Consumer Protection in Islam: An Overview, *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics* 20, 1-10.

- Hasri Harun et. al. (2016), Prinsip Khiyar Dalam Jualan Barangan: Kajian Terhadap Akta Kontrak 1950 (Akta 136), *International Journal of Islamic and Civilizational Studies* 4(1), 27-40.
- Jorge Soares et al. (2017), A Review on Flight Delay Prediction, *CEFET/RJ*, 1-21.
- Kamali dan Norshuhada (2010), Kekeliruan Iklan dalam Penerbangan Tambang Murah: Mekanisme Penyelesaian dari Perspektif Perundangan di Malaysia, makalah: Prosiding Perkem V, 342-349.
- Kerajaan Persekutuan (2016), Kod Perlindungan Pengguna Penerbangan Malaysia 2016,” laman sesawang MAVCOM, dicapai pada 10 April 2020, https://www.mavcom.my/wp-content/uploads/2016/07/pub_20160630_P.U.-B-305.pdf ; Norhadizah Mohd Khalil et al., Consumer Protection in The Aviation Industry in Malaysia,” *Jurnal Pengguna Malaysia* 28, (2017), 92-105.
- Maureen dan Alexander (2015), Competition, Consumer Protection, And The Right (Approach) to Privacy, *Antitrust Law Journal* 80, 121-156.
- Mavcom (a), “Ketahui Hak Anda Sebelum Penerbangan”, laman sesawang *Mavcom*, dicapai pada 30 Mac 2020, <https://www.mavcom.my/bm/ketahui-hak-anda-sebelum-penerbangan/>.
- Mavcom (b), “Who We Are,” laman sesawang *MAVCOM*, dicapai pada 4 April 2020, <https://www.mavcom.my/en/who-we-are/>
- Mavcom (c), “MAVCOM Menghapuskan Caj-caj Tersembunyi Untuk Perjalanan Udara,” laman sesawang *MAVCOM*, dicapai pada 10 April 2020, <https://www.mavcom.my/bm/2019/05/24/mavcom-menghapuskan-caj-caj-tersembunyi-untuk-perjalanan-udara/>.
- Micklitz, Hans-W. and Stephen Weatherill (1993), Consumer Policy in the European Community: Before and After Maastricht, *Journal of Consumer Policy* 16, 285-321.
- Mohd Anuar Ramli & Mohammad Aizat Jamaludin (2011). “Pengantar Kepenggunaan Islam”. dlm. Suhaimi Ab Rahman & Mohammad Aizat Jamaludin (pnyt.), *Halal Haram dalam Kepenggunaan Islam Semasa*. Serdang: UPM Press.
- Mohd Fauzi, Mohd Yusof dan Muliwati (2018), Are There Any Virtue, Justice and Care on Religion Exploitation in Advertising?, *Jurnal Sultan Alauddin Sulaiman Shah* Special Issue, 170-182.
- Muhammad Akbar Khan (t.t) “Consumer Protection in Islamic Law (Shariah): An Overview”, *AL-ADWA* 45(31), 77-100.
- Muhammad Majdy Amiruddin (2016), “Khiyār (hak untuk memilih) dalam Transaksi On-Line: Studi Komparasi antara Lazada, Zalora dan Blibli,” *Jurnal Ekonomi Syariah* 1(1), 47-61.
- Muhammad Nasib Al-Rifai’ (1999), Surah Ke-4: An-Nisa’, dalam *Ringkasan Tafsir Ibn Katsir*, Indonesia: Gema Insani, 1:693.
- Norhadizah Mohd Khalil et al. (2017), Consumer Protection in The Aviation Industry in Malaysia, *Jurnal Pengguna Malaysia* 28, 92-105.

- Nur Hikmah Yahya & Rosmawati Mohamad Rasit (2019) Muslim Consumer Rights Based on Islamic Advertising Principles, *ISLAMIYYAT* 41(1), 83 - 92
- Ridha Aditya Nugraha dan Kovudhikulrungsri (2017), Aviation Legal Issues in Indonesia and Thailand: Towards Better Passengers' Rights In Asean, *Indonesian Law Review* 1, 23-48.
- Roobeh dan Zahra (2015), Trust in E-Commerce, *International Journal of Innovation and Applied Studies* 10(3), 917-922.
- Sayyid Qutb (1992), Surah Al-Mutahffifin, dalam *Tafsir fi Zilal Qura'an*, Beirut: Dār Al-Syuruq.
- Sayyid Sābiq (1983), *Fiqh al-Sunnah* ed. ke 4., Beirut: Dar al-Fikr.
- Sinona Romani (2017), Price Misleading Advertising: Effects on Trustworthiness toward the source of information and willingness to buy,” *Journal of Product and Brand Management* 15(2), 130-138.
- Suruhanjaya Penerbangan Malaysia, laman sesawang Suruhanjaya Malaysia, dicapai 30 Mac 2020, <http://www.mavcom.my>.
- Thiago dan Marco (23-27 April 2017), A Scenario-Based Approach for Checking Consistency in User Interface Design Aircrafts, makalah, IHC, Brazil, 1-10.
- Wizārat Al-Awqāf wa Al-Shu'ūn al-Isāmiyyah (1983)., *Al-Mausū'ah al-Fiqhiyyah*, Kuwait: Wizārat al-Awqāf wa al-Shu'ūn.
- X, laman sesawang *Syarikat Penerbangan X*, dicapai 1 April 2020.
- Yong Lin et al. (2016), “Exploring The Service Quality In The E-Commerce Context: A Triadic View, *Industrial Management and Data Systems* 116(3), 388,415.
- You Hao (2016), No Frills = No Thrills? An Econometric Study of the Effects of Airline Baggage Fee Charges, *Phillips Memorial Library Undergraduate Craft of Research Prize*, 4-29.