

MENENTANG KECURANGAN BISNIS DIGITAL DENGAN SANDARAN PADA AL-QUR'AN SURAH AL-MUTHAFFIFIN AYAT 1-3

¹Ahmad Syafii Rahman, ²Asih Priyantini

¹Universitas Cokroaminoto, Yogyakarta, Indonesia

²Manajemen Bisnis Syariah, STEI Hamfara, Yogyakarta

¹syafii.drrahman@gmail.com, ²asihpriyantini048@gmail.com

Abstrak

Praktik kecurangan ekonomi di era digital bermutasi menjadi bentuk-bentuk yang manipulatif dan samar, seperti manipulasi deskripsi produk, ulasan palsu, hingga rekayasa algoritma penjualan. Artikel ini menganalisis urgensi pelarangan kecurangan bisnis digital dengan menyandarkan kajian pada Qur'an Surah Al-Muthaffifin ayat 1-3. Artikel ini menggunakan metode kualitatif-deskriptif dengan pendekatan tafsir tematik (*maudhu'i*). Informasi digali dari beberapa sumber dengan dibantu oleh mesin kecerdasan buatan dan dianalisis menggunakan metode tafsir yang baku. Artikel menghasilkan pembahasan bahwa Qur'an secara tegas memberikan kritik komprehensif terhadap segala bentuk pengurangan hak orang lain (*tathfif*). Sebagai antitesis terhadap mentalitas koruptif ini, ekonomi Islam menawarkan rekonstruksi moral berbasis konsep *shiddiq* (keadilan), kejujuran, dan amanah sebagai pilar utama transaksi digital guna mewujudkan keberkahan ekonomi yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Kecurangan, Bisnis digital, Al-Muthaffifin, Keberkahan.

المخلص

لقد تحولت ممارسة الاحتيال الاقتصادي في العصر الرقمي إلى أشكال تلاعبية وغامضة، مثل التلاعب بوصف المنتجات، والمراجعات المزيفة، وخوارزميات المبيعات الهندسية. تحلل هذه المقالة أهمية حظر الاحتيال الرقمي للأعمال من خلال الاعتماد على سورة المطففين الآيات 1-3 من صورة القرآن. تستخدم هذه المقالة طريقة نوعية وصفية مع نهج تفسير موضوعي (الموضعي). يتم استخراج المعلومات من عدة مصادر بمساعدة آلات الذكاء الاصطناعي وتحليلها باستخدام طرق التفسير القياسية. ينتج عن المقال نقاش بأن القرآن يقدم نقدا شاملا لأي شكل من أشكال حرمان حقوق الآخرين (التهيف). كنفويض لهذه العقلية الفاسدة، يقدم الاقتصاد الإسلامي إعادة بناء أخلاقي قائمة على مفاهيم الشذق (العدالة)، والصدق، والثقة كأعمدة رئيسية للمعاملات الرقمية لتحقيق النعم الاقتصادية المستدامة.

الكلمات المفتاحية: الغش، الأعمال الرقمية، المطففين، البركة.

INTRODUCTION

Pesatnya perkembangan teknologi informasi telah mengubah lanskap ekonomi global dari transaksi konvensional menuju ekosistem digital (Maulidizen, 2017; Musyafah, 2019). *E-commerce*, platform *marketplace*, dan media sosial kini menjadi instrumen utama dalam perputaran barang dan jasa. Namun, di balik efisiensi dan kemudahan yang ditawarkan, era digital juga membawa eksese negatif berupa pergeseran modus operandi *fraud* atau kecurangan bisnis. Berdasarkan fakta lapangan, kecurangan tidak lagi sekadar berupa pengurangan timbangan fisik secara nyata di pasar-pasar tradisional, melainkan bermutasi menjadi pemalsuan ulasan produk (*fake reviews*), pengkaburan spesifikasi barang, hingga manipulasi sistem pengiriman dan berat digital. Praktik-praktik manipulatif ini merugikan hak-hak konsumen dan merusak tatanan kepercayaan sosial yang menjadi fondasi utama ekonomi digital (Ghazanfar, 2003; Hasan, 2008; Sami M. Abbasi Kenneth W. Hollman Joe H. Murrey, 2015).

Islam sebagai agama komprehensif telah memberikan rambu-rambu yang tegas mengenai keadilan transaksional sejak empat belas abad yang lalu (Aditya & Utomo, 2024; Aviva et al., 2024; Ihwanudin et al., 2024; Khairunnisa, 2023). Pandangan Islam mengenai kecurangan takaran dan timbangan secara eksplisit digambarkan dalam Surah Al-Muthaffifin ayat 1-3 yang berbunyi:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: "Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi."

Ayat ini tidak hanya berbicara dalam ruang lingkup hukum fikih yang kaku mengenai timbangan, melainkan menyentuh akar psikologis manusia yang egois dalam bermuamalah (Aspalinda & Utomo, 2025; Kahf, 2022; Maulida & Khairunnisa, 2023; Putri, 2024; Syamsi, 2023). Penegasan ayat ini mengindikasikan bahwa esensi kecurangan adalah ketidakadilan distributif dalam pemenuhan hak dan kewajiban oleh pelaku ekonomi yang ada di masyarakat.

Penguatan argumen mengenai bahaya *tathfif* (kecurangan) ini juga ditekankan oleh para ulama dan pemikir ekonomi Islam kontemporer. Menurut beberapa pakar, esensi larangan dalam Surah Al-Muthaffifin mencakup segala bentuk asimetri informasi yang sengaja diciptakan untuk merugikan salah satu pihak. Ketika seorang produsen menuntut pembayaran penuh atas barang berkualitas prima, namun mengirimkan barang dengan kualitas inferior, ia telah jatuh ke dalam kategori Al-Muthaffifin. Oleh karena itu, kecurangan dalam bisnis bukan sekadar masalah kerugian finansial yang kecil, melainkan sebuah bentuk kezaliman sistemik yang menantang otoritas ketuhanan dalam syariat ekonomi (Dzikri & Utomo, 2024; Kurniawati & Abubakar Arif, 2023; Sela, 2021).

Dalam konteks ekonomi modern, kajian terhadap Surah Al-Muthaffifin ayat 1-3 menemukan relevansi tertingginya. Dunia digital modern yang sangat bergantung pada **rating** dan **kepercayaan tanpa tatap muka** memerlukan sandaran moralitas yang kuat. Jika ekosistem bisnis digital dibiarkan tumbuh dalam atmosfer kapitalisme buta tanpa nilai spiritual, maka manipulasi produk akan dianggap sebagai strategi pemasaran yang lumrah. Oleh karena itu, reaktualisasi nilai al-Muthaffifin diperlukan sebagai instrumen kritik sekaligus solusi preventif guna membersihkan pasar digital dari perilaku eksploitatif.

METHOD

Artikel ini ditulis dengan menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif, lebih khusus dengan spesifikasi metode pendekatan tafsir tematik (*maudhu'i*). Pendekatan tafsir tematik dilakukan dengan cara mengumpulkan ayat-ayat Al-Qur'an yang memiliki tujuan dan tema yang sama, dalam hal ini Surah Al-Muthaffifin ayat 1-3, untuk kemudian dianalisis secara mendalam melalui metode tafsir baku dan analisis konten melalui pembacaan yang serius beberap kali pengulangan. Informasi utama dalam artikel ini didapat dari sumber al-Qur'an yang menginspirasi penulis, sementara informasi pendukung diperoleh dari jurnal-jurnal ilmiah bertema ekonomi Islam dan bisnis digital yang relevan dengan topik artikel. Informasi dianalisis sebagai pelajaran dalam penelitian ekonomi Islam kontemporer, dilakukan secara deskriptif-analitis untuk mengontekstualisasikan teks wahyu klasik ke dalam fenomena ekonomi digital (Fardiansyah & Utomo, 2026; Sholihin, 2013; Utomo, 2025).

RESULT AND DISCUSS

Analisis terhadap QS. Al-Muthaffifin ayat 1-3 menunjukkan bahwa kata *wail* di awal ayat merupakan kalimat ancaman yang berarti kebinasaan besar atau lembah di neraka jahanam bagi mereka yang melakukan kecurangan. Secara semantik, kata muthaffifin berakar dari kata *thafif* yang berarti sesuatu yang sedikit atau remeh. Hal ini mengisyaratkan bahwa para pelaku kecurangan sering kali menganggap remeh pengurangan hak orang lain yang nominalnya kecil. Namun, di sisi Allah, pengurangan hak sekecil apa pun yang dilakukan secara sengaja dan kontinu tetap dikategorikan sebagai kejahatan ekonomi yang besar.

Dalam Tafsir Al-Mizan karya Allamah Thabathaba'i, dijelaskan bahwa esensi dari ayat ini adalah kritik terhadap ketidakseimbangan jiwa manusia yang rakus. Thabathaba'i menekankan bahwa perilaku meminta dipenuhi haknya secara egois (*yastaufun*) namun enggan memberikan hak orang lain secara adil (*yukhsirun*) merupakan cerminan dari rusaknya tauhid sosial seseorang. Sikap ini merusak keadilan sosial dan memicu kehancuran tatanan hidup bersama karena hilangnya rasa saling percaya di antara pelaku pasar.

Selanjutnya, M. Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Misbah memberikan penafsiran sosial-kontemporer yang sangat relevan. Beliau memaparkan bahwa kata *ikalū* (menakar untuk diri sendiri) dan *kālūhum* (menakar untuk orang lain) menunjukkan sifat inkonsistensi moral. Di era modern, Quraish Shihab menggarisbawahi bahwa ayat ini tidak terbatas pada timbangan beras atau minyak, melainkan mencakup segala bentuk pengurangan hak, termasuk manipulasi waktu kerja, pengurangan kualitas bahan baku dari yang dijanjikan, hingga ketidakjujuran dalam deskripsi transaksi online.

Dari perspektif tafsir sosial, Sayyid Quthb dalam Tafsir Fi Zilalil Qur'an menegaskan bahwa kecurangan dalam takaran merupakan indikasi dari rusaknya fondasi aqidah suatu masyarakat. Ketika rasa takut terhadap hari kebangkitan (yang disebutkan pada ayat-ayat selanjutnya) hilang, manusia akan menjadikan materi sebagai tuhan baru. Menurut Sayyid Quthb, Islam tidak memisahkan antara ibadah ritual dengan etika pasar. Bisnis yang dibangun di atas kecurangan takaran, sekecil apa pun bentuknya, secara sistemik akan melahirkan masyarakat yang eksploitatif dan koruptif. Kontekstualisasi kecurangan dalam berbisnis digital dan kritik Al-Qur'an pada masa kini menemukan bentuk barunya. Di pasar digital, kritik Al-Qur'an tertuju pada praktik-praktik seperti:

- Manipulasi algoritma visual yang membuat tampilan produk tampak jauh lebih premium daripada fisik aslinya (*visual deception*).
- Praktik klik palsu atau pembelian fiktif demi menaikkan reputasi toko secara instan (*shill bidding*).
- Sengaja menyembunyikan cacat produk (*hidden defects*) dalam kolom deskripsi yang panjang dan membingungkan pembeli.

Semua bentuk asimetri informasi digital ini pada hakikatnya merupakan evolusi modern dari perilaku *tathfif* yang dikutuk oleh Al-Qur'an.

Sebagai langkah dekonstruksi terhadap materialisme digital, konsep *shiddiq* (keadilan), kejujuran, dan *amanah* hadir sebagai antitesis mutlak. Pelaku bisnis digital muslim harus menempatkan *shiddiq* sebagai pilar utama, di mana informasi mengenai produk harus disampaikan dengan transparansi penuh tanpa ada yang ditutupi. Sifat amanah menuntut kepatuhan penuh dalam menyerahkan barang sesuai dengan takaran, spesifikasi, dan waktu yang telah disepakati bersama di dalam platform transaksi digital. Implementasi nilai-nilai ini dalam ekonomi digital akan melahirkan iklim bisnis yang sehat dan kompetitif. Ketika kejujuran ditegakkan, biaya transaksi akibat sengketa (*dispute*) dapat ditekan, dan loyalitas konsumen akan terbentuk secara organik. Lebih dari sekadar keuntungan material, penerapan nilai-nilai profetik ini menjamin diraihnya keberkahan (barakah) dalam harta—sebuah konsep yang absen dalam ekonomi sekuler namun menjadi orientasi tertinggi dalam ekonomi Islam.

CONCLUSION

Surah Al-Muthaffifin ayat 1-3 memberikan landasan teologis-etis yang sangat kokoh dalam menentang segala bentuk kecurangan muamalah, termasuk manifestasi barunya di era bisnis digital. Pengurangan takaran dan manipulasi produk di dunia maya adalah representasi kontemporer dari sifat *tathfif* yang dilarang keras oleh Islam. Penafsiran para ulama dari Thabathaba'i hingga Sayyid Quthb sepakat bahwa kecurangan pasar bersumber dari rapuhnya moralitas egoistik pelaku ekonomi. Sebagai solusi konseptual, ekonomi Islam menawarkan rekonstruksi ekosistem digital melalui internalisasi sifat *shiddiq*, kejujuran, dan amanah. Hanya melalui penegakan keadilan transaksional inilah, keberkahan ekonomi dapat terwujud secara nyata, menyelamatkan masyarakat digital dari kebinasaan moral dan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, F. A., & Utomo, Y. T. (2024). EKONOMI ISLAM : PONDASI KESEJAHTERAAN MASYARAKAT. *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History*, 2(November 2023), 119–127.
- Aspalinda, & Utomo, Y. T. (2025). Konsep dan Hukum Pertukaran Mata Uang Dalam Pandangan Ekonomi Islam. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 3(1), 42–53.
- Aviva, I. Y., Utomo, Y. T., Yusup, M., Mardhiyaturrositaningsih, Kafabih, A., Pribadi, R. M., & Sholahuddin, M. (2024). *Contemporary Issues & Developments in Islamic Economics* (G. U. Saefurrohman (ed.)). Az-Zahra Media Society.
- Dzikri, M. P., & Utomo, Y. T. (2024). AYAT-AYAT AL- QUR ' AN : PURIFIKASI AJARAN EKONOMI ISLAM. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 2(5), 36–43.
- Fardiansyah, M., & Utomo, Y. T. (2026). METODOLOGI PENELITIAN EKONOMI ISLAM: INTEGRASI WAHYU, AKAL, DAN REALITAS EMPIRIS. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 4(6), 25–32.
- Ghazanfar, S. M. (2003). Medieval Islamic economic thought: Filling the great gap in European economics. In *Medieval Islamic Economic Thought: Filling the Great Gap in European Economics*. <https://doi.org/10.4324/9780203633700>
- Hasan, Z. (2008). Markets and the role of government in an economy from Islamic perspective. *Munich P*, 12233, 1–12.
- Ihwanudin, N., Alfinuri, N., Vientiany, D., Utomo, Y. T., Fauzi, U., Wicaksono, A. T. S., Muyassarah, Pambekti, G. T., Syakur, R. R. F., & Herviani, S. (2024). *BUKU AJAR SISTEM EKONOMI ISLAM* (A. Syahputra (ed.)). Az-Zahra Media Society.
- Kahf, M. (2022). *Ayat dan Hadits tentang Ekonomi*. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). <https://www.syariahpedia.com/2019/12/ayat-dan-hadist-tentang-musyarakah.html>
- Khairunnisa, F. et. a. (2023). Meningkatkan Kinerja Karyawan Dengan Self Efficacy , Organizational Citizenship Behavior (OCB), Dan Job Dan Job Satisfaction Dalam Perspektif Islam. *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History*, 1, 71–80.
- Kurniawati, A., & Abubakar Arif. (2023). Pengaruh Fraud Pentagon Dan Penyalahgunaan Teknologi Informasi Terhadap Perilaku Kecurangan Akademik (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Perguruan Tinggi Di Jakarta). *Jurnal*

Ekonomi Trisakti, 3(1), 1669–1678. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16167>

Maulida, & Khairunnisa, F. (2023). POLA HIDUP SEHAT KONSUMEN PRODUK MAKANAN.

JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi, 1(1), 55–60.

Maulidizen, A. (2017). PEMIKIRAN DAN KONTRIBUSI TOKOH EKONOMI ISLAM KLASIK

DAN KONTEMPORER Pendahuluan nilai-nilai Islam yaitu al- Qur “ an dan al-Hadith .

Ekonomi Islam juga merupakan. *Deliiberatif*, 1(1), 42–62.

Musyafah, A. A. (2019). Perkembangan Perekonomian Islam Di Beberapa Negara Di

Dunia. *Diponegoro Private Law Review*, 4(1), 419–427.

<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr/article/view/5103>

Putri, B. A. (2024). Qs. Al-Isra’ Ayat 16 dan Fenomena Crazy Rich. *JAHE: Jurnal Ayat Dan*

Hadits Ekonomi, 2(2), 32–38.

Sami M. Abbasi Kenneth W. Hollman Joe H. Murrey, J. (2015). Islamic Economics :

Foundations and Practices. *Emerald Insight*, 16, 5–17.

Sela, O. L. Y. F. I. A. (2021). *Pengawasan Stabilitas Harga Kebutuhan Pokok Masyarakat Oleh*

Dinas Perdagangan Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Ponorogo Dalam Perspektif

Ekonomi Islam. IAIN Ponorogo.

Sholihin, M. (2013). *Pengantar Metodologi Ekonomi Islam: Dari Mazhab Baqir as-Sadr*

hingga Mazhab Mainstream. Penerbit Ombak.

Syamsi, F. N. (2023). Pelajaran QS . Al-Furqon : 67 Perilaku Konsumen Ketika Pandemi

Covid-19. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 1(1), 49–54.

Utomo, Y. T. (2025). *Metodologi Ekonomi Islam Kontemporer* (A. Masruroh (ed.); Pertama).

Widina

Media

Utama.

[https://repository.penerbitwidina.com/publications/620369/metodologi-](https://repository.penerbitwidina.com/publications/620369/metodologi-ekonomi-islam-kontemporer)

[ekonomi-islam-kontemporer](https://repository.penerbitwidina.com/publications/620369/metodologi-ekonomi-islam-kontemporer)