

Taqriri

Journal of Al-Hadith Science Studies

Research Article

Larangan Penipuan dan Kecurangan dalam Bisnis Menurut Hadis

Desi Endang Maisuri¹, Putri Alfia Halida², Faridatul Jannah³

1. Universitas Islam Negeri Madura, Indonesia; desimansuri123@gmail.com
2. Universitas Islam Negeri Madura, Indonesia; alfahalida@gmail.com
3. STIDKIS Al-Mardliyyah Pamekasan, Indonesia; faridatul1407@gmail.com

Copyright © 2026 by Authors, Published by Taqriri: Journal of Al-Hadith Science Studies. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : February 17, 2026
Accepted : April 13, 2026

Revised : March 15, 2026
Available online : May 20, 2026

How to Cite: Desi Endang Maisuri, Putri Alfia Halida, & Faridatul Jannah. (2026). Prohibition of Fraud and Cheating in Business According to the Hadith. *Taqriri: Journal of Al-Hadith Science Studies*, 2(1), 1-15. <https://doi.org/10.61166/taqriri.v2i1.20>

Prohibition of Fraud and Cheating in Business According to the Hadith

Abstract. This study discusses the prohibition of fraud and deception in business activities based on the sayings (hadiths) of the Prophet Muhammad ﷺ. In Islam, business practices are not merely profit-oriented but must also be founded upon the values of honesty, justice, and trustworthiness. The Prophet's hadiths explicitly forbid all forms of fraud (*gharar*) and deception (*tadlis*), such as concealing product defects, falsifying information, and manipulating weights and measures. These prohibitions aim to uphold economic justice, protect consumer rights, and foster trust in business transactions. This study emphasizes that honesty is the fundamental basis for achieving blessings in trade. Honest business practitioners gain both divine blessings and public trust, whereas those who engage in deceit lose such blessings and incur the Prophet's condemnation. Thus, the hadiths provide a strong moral and ethical foundation for establishing fair, transparent, and integrity-based business practices within the Islamic economic system.

Keywords: Fraud; Deception; Islamic Business; Hadith.

Abstrak. Penelitian ini membahas larangan penipuan dan kecurangan dalam aktivitas bisnis berdasarkan hadis Nabi Muhammad. Dalam Islam, praktik bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga harus dilandasi oleh nilai kejujuran, keadilan, dan amanah. Hadis-hadis Nabi dengan tegas melarang segala bentuk penipuan (*gharar*) dan kecurangan (*tadlis*), seperti menyembunyikan cacat barang, memalsukan informasi, serta mengurangi takaran dan timbangan. Larangan ini bertujuan untuk menjaga keadilan ekonomi, melindungi hak konsumen, dan menumbuhkan kepercayaan dalam transaksi. Penelitian ini menegaskan bahwa kejujuran merupakan dasar utama keberkahan dalam perdagangan. Pelaku bisnis yang jujur akan memperoleh keberkahan dan kepercayaan masyarakat, sedangkan mereka yang menipu akan kehilangan keberkahan serta dicela oleh Rasulullah. Dengan demikian, hadis memberikan landasan moral dan etika yang kuat bagi terciptanya praktik bisnis yang adil, transparan, dan berintegritas dalam kehidupan ekonomi umat Islam.

Kata Kunci: Penipuan; Kecurangan; Bisnis Islam; Hadis.

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan manusia, kegiatan bisnis merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang paling tua dan paling penting. Melalui bisnis, seseorang berusaha memenuhi kebutuhan hidup, mengembangkan usaha, serta berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Namun, dalam praktiknya, dunia bisnis tidak terlepas dari berbagai bentuk penyimpangan moral, seperti penipuan, kecurangan, manipulasi data, dan eksploitasi keuntungan sepihak. Fenomena ini sering muncul akibat melemahnya nilai kejujuran dan amanah yang menjadi dasar hubungan sosial dalam perdagangan.

Islam sebagai agama yang sempurna tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah, tetapi juga mengatur hubungan antar manusia, termasuk dalam bidang ekonomi dan perdagangan. Prinsip dasar dalam transaksi bisnis menurut Islam adalah **kejujuran (*ṣidq*)**, **keadilan (*‘adl*)**, **amanah**, dan **transparansi (*bayān*)**. Rasulullah, yang dikenal sebagai *al-Amīn* (orang yang dapat dipercaya), telah memberikan teladan luhur dalam berdagang dengan mengedepankan integritas dan kejujuran. Kejujuran dan amanah adalah nilai transaksi terpenting dalam ekonomi dan bisnis Islam. Dalam perspektif teologis filosofis, segala aktivitas yang dilakukan terikat dengan nilai-nilai yang bersumber dengan ajaran ilahi, yaitu perilaku yang mencerminkan ketauhidan, terutamasifatjujur dan amanah.¹

Hadis-hadis Nabi secara tegas melarang segala bentuk penipuan (*gharar*, *tadlis*) dan kecurangan dalam jual beli. Nabi bersabda:

مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا

“Barang siapa menipu, maka ia bukan dari golongan kami.” (HR. Muslim).

Hadis ini menunjukkan bahwa perilaku curang dalam bisnis bukan sekadar kesalahan etika, tetapi juga merupakan dosa besar yang dapat menghapus keberkahan rezeki. Dalam konteks modern, praktik penipuan dan kecurangan bisnis

¹ Intan Qurratulaini, *Nilai Kejujuran dan Amanah dalam EkonomidanBisnis Islam, Al-Iqtishadiah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Vol.5 Nomor 1 (2024), 80 <https://doi.org/10.22373/iqtishadiah.v5i1.5240>

semakin kompleks, baik dalam bentuk manipulasi harga, pemalsuan produk, penipuan digital, maupun penyalahgunaan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, penting untuk meninjau kembali ajaran Islam melalui hadis Nabi sebagai pedoman moral dan hukum dalam menjaga keadilan serta kepercayaan di dunia bisnis.

Melalui kajian ini, penulis berupaya menguraikan makna larangan penipuan dan kecurangan dalam bisnis berdasarkan hadis, menggali nilai-nilai etika yang terkandung di dalamnya, serta menelaah relevansinya terhadap praktik bisnis modern. Dengan memahami ajaran Rasulullah, diharapkan umat Islam dapat menjalankan kegiatan ekonomi secara jujur, adil, dan berintegritas, sehingga tercipta tatanan bisnis yang berkah dan berkeadilan. Akhlak Islami merupakan landasan utama yang membedakan bisnis Islami dari praktik bisnis konvensional. Kejujuran, amanah, dan keadilan yang ditunjukkan oleh pelaku bisnis menciptakan kepercayaan yang mendalam di hati konsumen.²

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan **penelitian pustaka (library research)**, yaitu penelitian yang dilakukan dengan menelaah berbagai sumber literatur yang relevan dengan tema kajian. Penelitian menggunakan pustaka yang menunjukkan bahwa penelitian pustaka efektif dalam menganalisis dan memahami komponen-komponen penelitian kualitatif secara mendalam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kajian kepustakaan³. Metode ini dipilih karena pembahasan mengenai larangan penipuan dan kecurangan dalam bisnis menurut hadis lebih tepat dikaji melalui telaah terhadap teks-teks keagamaan dan literatur ilmiah yang membahas hadis, etika, dan hukum ekonomi Islam. Dalam penelitian pustaka, penulis tidak melakukan observasi lapangan, melainkan mengumpulkan data dan informasi dari bahan-bahan tertulis seperti kitab hadis, buku referensi, jurnal ilmiah, artikel, dan sumber akademik lainnya.

Jenis penelitian yang digunakan bersifat **kualitatif deskriptif**, yaitu dengan menggambarkan, menafsirkan, dan menganalisis makna yang terkandung dalam hadis-hadis Nabi Muhammad terkait larangan penipuan dan kecurangan dalam bisnis. Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk memahami nilai-nilai moral, hukum, dan prinsip keislaman yang terkandung di dalam teks hadis secara mendalam, bukan sekadar menampilkan data secara kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian tradisional yang digunakan oleh masyarakat Eropa. Awal kemunculannya sudah ada sejak abad 16 M. akan tetapi berkembang pada abad ke 19 M. Penelitian ini pada dasarnya digunakan bukan hanya meneliti terkait

² Mustofa Mahfudz Fauzi, *Bisnis Islami Yang Berkah: Akhlak Sebagai Faktor Kunci Kepercayaan Konsumen*, *Journal of Social and Economics Research* Volume 9, Issue 2, December 2024, <https://ojs.ekasakti.org/index.php/UJSCR>

³ Faridatul Jannah, Halimatus Sa'diyah, Desi Endang Maisuri. *Komponen-Komponen Dalam Penelitian Kualitatif*, *Journal of Qualitative and Quantitative Research*, Vol. 2 No. 2 (2025), 100, <https://doi.org/10.6166/interdisiplin.v2i2.69>

ekonomi saja, akan tetapi juga meneliti kependudukan, sejarah, serta penelitian studi-studi mikro⁴

Sumber data utama dalam penelitian ini berasal dari kitab-kitab hadis yang diakui keotentikannya, seperti *Shahih Bukhari*, *Shahih Muslim*, dan beberapa kitab hadis lainnya yang memuat riwayat tentang larangan penipuan dalam jual beli. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan sumber sekunder seperti buku-buku tafsir hadis, literatur ekonomi Islam, karya ilmiah, dan jurnal akademik yang membahas tentang etika bisnis dalam Islam. Semua sumber tersebut digunakan untuk memperkuat analisis dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap tema yang dikaji.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode **dokumentasi**, yakni melalui proses membaca, mencatat, dan menyeleksi berbagai literatur yang relevan. Setiap sumber dianalisis untuk menemukan isi dan konteks hadis yang berkaitan dengan penipuan serta nilai-nilai etika yang terkandung di dalamnya. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan **analisis isi (content analysis)**. Analisis ini dilakukan dengan menelaah makna tekstual dan kontekstual hadis, memahami pandangan para ulama terhadap isi hadis tersebut, serta menghubungkannya dengan kondisi praktik bisnis masa kini.

Melalui metode ini, penelitian diharapkan mampu menggambarkan secara jelas bagaimana hadis Nabi Muhammad memberikan pedoman moral dalam dunia bisnis, khususnya dalam melarang segala bentuk penipuan dan kecurangan. Pendekatan pustaka ini juga membantu mengungkap relevansi nilai-nilai hadis terhadap pembentukan etika bisnis yang jujur, adil, dan amanah di tengah tantangan ekonomi modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Penipuan dan Kecurangan dalam Bisnis

a. Pengertian Penipuan (Gharar dan Tadlis) dalam Perspektif Islam

Dalam Islam, kegiatan bisnis tidak hanya dipandang sebagai sarana mencari keuntungan, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah dan tanggung jawab moral. Oleh karena itu, setiap bentuk penipuan dan kecurangan dalam bisnis dianggap sebagai pelanggaran terhadap nilai-nilai keislaman. Istilah yang sering digunakan dalam literatur Islam untuk menggambarkan penipuan adalah *gharar* dan *tadlis*. Dalam Islam, tindakan manipulatif dalam transaksi termasuk kategori *gharar* (ketidakjelasan) dan khianat, yang sangat dilarang karena merusak prinsip keadilan dalam muamalah. Oleh sebab itu, manajemen yang berlandaskan nilai *shidq* tidak hanya menjamin keabsahan operasional, tetapi juga mendatangkan keberkahan dan kepercayaan publik yang berkelanjutan.⁵

⁴ Faiqatul Munawwarah, Halimatus Sa'diyah, Iik Timamah³, Faridatul Jannah, Komponen Penting Dalam Penelitian Kuantitatif: Panduan Untuk Peneliti Pemula, *Journal of Qualitative and Quantitative Research*, Vol. 2 No. 1 (2025), 54. : <https://doi.org/10.6166/interdisiplin.v2i1.63>

⁵ Fitrayani, Integrasi Nilai-Nilai Islam Dalam Praktik Manajemen Bisnis Modern, *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, Volume 16, No. 1, Juni 2025, 7. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/pilar/index>

Secara bahasa, *gharar* berarti sesuatu yang tidak jelas, mengandung risiko tinggi, atau tidak diketahui hasil akhirnya. Dalam konteks transaksi bisnis, *gharar* merujuk pada akad yang mengandung ketidakpastian, seperti menjual barang yang belum ada, belum diketahui wujudnya, atau tidak dapat dijamin keadaannya. Contohnya adalah menjual ikan yang masih berada di laut atau buah yang belum matang di pohon. Transaksi semacam ini dilarang karena bisa merugikan salah satu pihak dan menimbulkan ketidakadilan dalam jual beli. Rasulullah bersabda,

هِيَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

“Nabi melarang jual beli yang mengandung unsur *gharar*.” (HR. Muslim). Hadis ini menjadi dasar hukum yang menegaskan pentingnya kejelasan dan keterbukaan dalam setiap akad bisnis.

Sementara itu, *tadlis* berarti menyembunyikan cacat atau kekurangan suatu barang agar tampak baik di mata pembeli. Bentuk *tadlis* bisa berupa penyembunyian informasi, pemalsuan tampilan produk, atau perubahan kondisi barang agar terlihat lebih menarik. Contoh *tadlis* dalam praktik modern misalnya adalah mempercantik kemasan produk yang sudah rusak, memanipulasi foto barang di toko daring agar tampak lebih bagus, atau menutupi cacat pada kendaraan bekas yang akan dijual. Rasulullah dengan tegas mengecam perbuatan semacam ini melalui sabdanya:

مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا

“Barang siapa menipu, maka dia bukan dari golongan kami.” (HR. Muslim).

Makna hadis tersebut menunjukkan bahwa penipuan dalam bentuk apa pun merupakan tindakan yang bertentangan dengan ajaran Islam. Selain berdampak buruk bagi hubungan sosial, penipuan juga dapat menghilangkan keberkahan dalam rezeki. Dalam pandangan Islam, keuntungan yang diperoleh melalui cara curang tidak akan mendatangkan kebaikan, karena keberkahan hanya datang dari transaksi yang jujur dan saling ridha.

b. Bentuk-Bentuk Penipuan dalam Praktik Bisnis Modern

Dalam era modern, bentuk penipuan dalam bisnis berkembang seiring kemajuan teknologi dan globalisasi ekonomi. Jika pada masa klasik penipuan hanya terjadi dalam transaksi langsung, kini praktik curang dapat dilakukan melalui berbagai media, termasuk sistem daring. Meskipun bentuknya berubah, esensi penipuan tetap sama, yaitu memperoleh keuntungan dengan cara menipu, menyembunyikan kebenaran, atau merugikan pihak lain. Beberapa bentuk penipuan yang sering ditemukan dalam dunia bisnis modern antara lain:

1. **Pemalsuan produk dan merek dagang**, seperti menjual barang tiruan yang seolah-olah asli. Tindakan ini melanggar prinsip kejujuran dan merugikan konsumen yang membeli produk dengan keyakinan palsu.
2. **Manipulasi harga dan data keuangan**, misalnya menaikkan harga secara tidak wajar, membuat laporan keuangan palsu, atau menipu investor melalui informasi yang tidak benar.
3. **Penyembunyian cacat produk atau informasi penting**, seperti tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa, bahan berbahaya, atau kualitas produk yang sebenarnya.

4. **Penipuan digital (cyber fraud)**, yaitu penipuan yang terjadi melalui internet, seperti toko online fiktif, investasi bodong, penipuan kode OTP, dan lain sebagainya.

Semua bentuk penipuan di atas termasuk perbuatan yang dilarang dalam Islam karena bertentangan dengan nilai amanah (*trustworthiness*) dan kejujuran (*sidq*). Prinsip dasar dalam jual beli yang diajarkan Nabi adalah bahwa penjual dan pembeli harus saling ridha, serta mengetahui dengan jelas kondisi barang dan kesepakatan yang dilakukan. Jujur merupakan sifat dengan adanya kesamaan antara hati, ucapan dan perbuatan yang dilakukan. Sifat jujur ialah sifatnya para nabi dan rasul yang diturunkan oleh Allah Swt.⁶ Dalam hadis disebutkan,

إِذَا صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُرُوكَ هُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَذَبَا وَكَتَمَا مُحِقَّتْ بَرَكَتُهُ بَيْعِهِمَا

“Jika keduanya jujur dan menjelaskan keadaan barang, maka transaksi mereka diberkahi. Namun jika mereka berdusta dan menyembunyikan cacat, maka keberkahan jual beli mereka dihapus.” (HR. Bukhari dan Muslim).

Hadis ini menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis sejati bukan diukur dari seberapa besar keuntungan materi, tetapi dari seberapa besar kejujuran yang dijaga dalam prosesnya. Bisnis yang dijalankan dengan cara curang mungkin menghasilkan uang dalam waktu singkat, tetapi akan kehilangan keberkahan dan kepercayaan jangka panjang.

- c. Perbedaan antara Kesalahan yang Tidak Disengaja dan Penipuan yang Disengaja

Dalam Islam, niat (*niyyah*) merupakan unsur penting yang menentukan nilai moral suatu perbuatan. Karena itu, Islam membedakan antara kesalahan yang terjadi tanpa disengaja dan penipuan yang dilakukan dengan niat untuk menipu.

Kesalahan yang tidak disengaja biasanya terjadi karena ketidaktahuan, kelalaian, atau kurangnya informasi dari pelaku usaha. Misalnya, seorang pedagang menjual barang tanpa mengetahui bahwa sebagian produknya rusak. Dalam kasus seperti ini, pelaku tidak dianggap berdosa selama ia tidak bermaksud menipu. Namun, ketika ia mengetahui adanya kesalahan tersebut, ia wajib memperbaikinya dengan mengganti barang atau menjelaskan kondisi sebenarnya kepada pembeli.

Berbeda halnya dengan penipuan yang disengaja. Tindakan ini dilakukan dengan kesadaran penuh dan tujuan untuk memperoleh keuntungan secara tidak benar. Misalnya, seseorang yang dengan sengaja menutupi cacat barang, memalsukan data, atau menipu pelanggan melalui informasi palsu. Perbuatan semacam ini jelas termasuk dosa besar dan bertentangan dengan akhlak seorang muslim. Pedagang yang melakukan kecurangan kepada seorang pembeli akan mendapatkan hukuman jika seorang pembeli melaporkan kecurangan yang dilakukan oleh seorang pedagang, karena pembeli mendapatkan perlindungan hukum yang berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 No 1 yang mengatakan perlindungan konsumen

⁶ Siti Syamsiah, Widya Tri Mawarni, Menggapai Keberkahan Hidup Dengan Jujur Dalam Muamalah, Jurnal Ilmu Pendidikan dan Keislaman, Vol5 No 2 Desember 2023, <https://doi.org/10.47662/hibrululama.v5i2.518>

adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.⁷

Dalam hadis disebutkan, Nabi sangat mengecam pedagang yang menipu dengan sabdanya:

لَا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ أَنْ يَبِيعَ سَلْعَةً فِيهَا عَيْبٌ إِلَّا بَيَّنَّهُ

“Tidak halal bagi seorang muslim menjual suatu barang yang memiliki cacat kecuali ia menjelaskannya.” (HR. Ibnu Majah).

Dengan demikian, Islam menilai suatu transaksi bukan hanya dari hasil akhirnya, tetapi dari **niat dan kejujuran di balik tindakan tersebut**. Bisnis yang dijalankan dengan niat yang tulus, kejujuran, dan keterbukaan akan mendatangkan keberkahan dan kepercayaan masyarakat. Sebaliknya, bisnis yang dibangun atas dasar penipuan hanya akan menimbulkan kerugian moral dan spiritual bagi pelakunya.

Landasan Hukum Larangan Penipuan dalam Islam

Larangan terhadap penipuan dan kecurangan dalam bisnis memiliki dasar hukum yang kuat dalam ajaran Islam. Prinsip kejujuran, keadilan, dan keterbukaan merupakan nilai yang harus ditegakkan dalam setiap bentuk transaksi. Baik Al-Qur'an maupun hadis Nabi Muhammad memberikan tuntunan yang tegas mengenai keharaman berbuat curang dan menipu. Selain itu, para ulama juga menjelaskan secara rinci hukum dan dampak moral dari perbuatan tersebut, sehingga umat Islam memiliki pedoman yang jelas dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Hukum Islam, atau syariah, mengatur berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan bisnis. Prinsip-prinsip syariah menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam setiap transaksi bisnis.⁸

a. Dasar Hukum dari Al-Qur'an tentang Kejujuran dan Larangan Kecurangan

Al-Qur'an banyak menekankan pentingnya kejujuran dan keadilan dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam transaksi ekonomi. Allah memerintahkan agar setiap muslim berlaku jujur, amanah, dan tidak mengambil hak orang lain dengan cara yang batil.

Salah satu ayat yang menjadi dasar utama larangan kecurangan terdapat dalam firman Allah:

⁷ Mini Faleta, Choiriyah, Meriyati, Analisis Perspektif Hukum Ekonomi Islam Terhadap Pengurangan Timbangan Pedagang Ikan Di Pasar Tradisional KM 5 Palembang (Studi Kasus Pedagang Ikan Pasar KM 5 Palembang), Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA) Vol. 3, No. 2 September 2023, 434, <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.232>

⁸ Ulfa, Misbahuddin, Nur Taufiq Sanusi, Prinsip Etika Bisnis Dalam Islam, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Volume 6 Nomor 2 Januari 2025, 286, https://journal.uinalauddin.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/download/47553/21169/173970?utm_source=chatgpt.com

(وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ) ١ (الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ) ٢ (وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وُزَّنُوهُمْ يُخْسِرُونَ)
٣(

“Celakalah bagi orang-orang yang curang, yaitu mereka yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, tetapi apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.” (QS. Al-Muthaffifin: 1–3)

Ayat ini merupakan kecaman keras terhadap perilaku curang dalam jual beli. Allah mengancam pelaku kecurangan dengan kata “wail”, yang berarti kecelakaan atau azab yang berat. Pesan moral dari ayat ini menegaskan bahwa kecurangan dalam timbangan, ukuran, atau kualitas barang merupakan bentuk kezaliman yang dilarang. Selain itu, Allah juga berfirman dalam QS. Al-Isra’ ayat 35:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar dan timbanglah dengan timbangan yang benar.”

Ayat ini menunjukkan bahwa Islam mengajarkan prinsip **keadilan dan keseimbangan dalam perdagangan**. Kejujuran bukan hanya sikap etis, tetapi juga bentuk ibadah dan ketaatan kepada Allah. Pelaku bisnis yang jujur tidak hanya menjaga hak orang lain, tetapi juga menjaga kehormatan dirinya sebagai seorang muslim. konsep etika bisnis dari perspektif Islam, dengan menyoroti dua prinsip utama: keadilan (adl) dan kejujuran (siddiq), yang relevan dalam menghadapi tantangan perdagangan modern. Era digital menghadirkan berbagai isu, seperti manipulasi informasi dan kekhawatiran transparansi, yang seringkali merugikan konsumen.⁹

b. Hadis-Hadis Nabi tentang Larangan Penipuan dalam Jual Beli

Rasulullah memberikan banyak nasihat kepada umatnya agar selalu berlaku jujur dalam transaksi dan menjauhi segala bentuk penipuan. Salah satu hadis yang paling terkenal adalah:

مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنَّا

“Barang siapa menipu, maka dia bukan termasuk golongan kami.”. (HR. Muslim)

Hadis ini menegaskan bahwa penipuan bukan hanya perbuatan tercela, tetapi juga mengeluarkan pelakunya dari sifat-sifat seorang muslim sejati. Artinya, orang yang menipu telah menyimpang dari nilai keislaman yang mengajarkan kejujuran dan kasih sayang antar sesama.

Dalam riwayat lain disebutkan, Rasulullah pernah melewati seorang pedagang makanan. Beliau memasukkan tangannya ke dalam tumpukan gandum dan menemukan bagian bawahnya basah. Beliau bersabda:

مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ؟

⁹ Khoirudin, Adnan Azzak, *Perspective of quranic verses of business ethics on justice and honesty in trade*, *ournal of Halal Industry Studies*, 3(2), 2024, <https://doi.org/10.53088/jhis.v3i2.1306>

“Apa ini wahai penjual makanan?” Orang itu menjawab, “Terkena hujan, wahai Rasulullah.” Lalu beliau bersabda:

فَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ؟ مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي

“Mengapa tidak engkau letakkan di atas agar orang dapat melihatnya? Barang siapa menipu, maka dia bukan dari golonganku.” (HR. Muslim).

Hadis ini memberikan contoh nyata tentang bagaimana Islam menekankan transparansi dalam berdagang. Menyembunyikan cacat barang atau menipu pembeli, meskipun dalam hal kecil, dianggap sebagai pelanggaran terhadap etika Islam.

Selain itu, Rasulullah juga bersabda:

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيْنَا بُورِكَ لُهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ بَرَكَتُهُ بَيْعِهِمَا

“Penjual dan pembeli memiliki hak untuk memilih selama mereka belum berpisah. Jika keduanya jujur dan menjelaskan keadaan barang, maka transaksi mereka diberkahi. Namun, jika mereka berdusta dan menyembunyikan cacat, keberkahan jual beli mereka dihapus.” (HR. Bukhari dan Muslim)

Hadis ini menunjukkan bahwa kejujuran dalam transaksi bukan hanya kewajiban moral, tetapi juga kunci keberkahan rezeki.

c. Pandangan Para Ulama terhadap Hukum Penipuan dalam Transaksi

Para ulama sepakat bahwa penipuan dalam bentuk apa pun hukumnya **haram**, baik dilakukan secara terang-terangan maupun tersembunyi. Imam Nawawi dalam *Syarh Shahih Muslim* menjelaskan bahwa hadis “*Man ghasha falaysa minna*” merupakan larangan keras yang menunjukkan dosa besar bagi pelaku penipuan. Beliau menegaskan bahwa penipuan termasuk perbuatan yang merusak akad jual beli, karena tidak ada kejujuran dan kerelaan antara kedua pihak.

Ibnu Qudamah dalam *Al-Mughni* juga menambahkan bahwa setiap transaksi yang mengandung unsur *gharar* atau ketidakjelasan harus dibatalkan, sebab Islam menghendaki keadilan dan keterbukaan dalam akad. Prinsip ini disebut sebagai “*la dharar wa la dhirar*” (tidak boleh menimbulkan bahaya dan tidak boleh saling merugikan).

Sedangkan Imam Al-Ghazali dalam *Ihya' Ulumiddin* menjelaskan bahwa kecurangan dalam jual beli tidak hanya berdampak pada hilangnya keberkahan rezeki, tetapi juga menodai akhlak seorang muslim. Menurut beliau, seorang pedagang yang jujur akan diperlakukan seperti para nabi dan syuhada di akhirat, sedangkan pedagang yang menipu akan mendapatkan kehinaan.

Dari berbagai pandangan ulama tersebut dapat disimpulkan bahwa penipuan merupakan tindakan yang bertentangan dengan nilai dasar Islam. Larangan ini bukan hanya untuk menjaga keadilan dalam transaksi, tetapi juga untuk membentuk karakter pedagang muslim yang amanah, jujur, dan berintegritas tinggi.

Nilai-Nilai Etika Bisnis dalam Hadis

Etika bisnis dalam Islam dibangun di atas nilai-nilai moral yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis. Rasulullah tidak hanya mengajarkan tata cara bertransaksi

secara benar, tetapi juga menanamkan prinsip akhlak mulia dalam setiap kegiatan ekonomi. Nilai-nilai tersebut menjadi pedoman bagi umat Islam agar dalam mencari rezeki tidak hanya mengejar keuntungan materi, melainkan juga keberkahan dan ridha Allah. Empat di antara nilai utama yang ditekankan dalam hadis adalah kejujuran, amanah, transparansi, dan pentingnya menjaga keberkahan dalam rezeki.

a. Prinsip Kejujuran (*Sidq*) dalam Muamalah

Kejujuran atau *sidq* merupakan pondasi utama dalam setiap bentuk muamalah (hubungan sosial dan ekonomi). Dalam Islam, kejujuran tidak hanya bermakna berkata benar, tetapi juga bersikap lurus, adil, dan tidak menipu dalam tindakan. Seorang pedagang yang jujur akan selalu menjaga integritasnya, tidak menyembunyikan cacat barang, serta tidak memanipulasi informasi untuk menarik keuntungan sepihak. Rasulullah bersabda:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

“Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada.” (HR. Tirmidzi)

Hadis ini menunjukkan tingginya kedudukan pedagang yang jujur dalam pandangan Islam. Kejujuran menjadikan perdagangan bukan hanya aktivitas ekonomi, tetapi juga bentuk ibadah yang bernilai spiritual. Seorang pedagang yang jujur meneladani sifat Nabi Muhammad yang dikenal sebagai *al-Amin* (yang terpercaya).

Dalam konteks bisnis modern, kejujuran juga menjadi dasar dalam membangun reputasi dan kepercayaan. Ketika seorang pelaku usaha jujur dalam memberikan informasi, kualitas, serta pelayanan, maka pelanggan akan merasa aman dan percaya. Hal ini pada akhirnya akan menciptakan hubungan bisnis yang sehat dan berkelanjutan.

b. Prinsip Amanah dan Tanggung Jawab Moral dalam Berdagang

Amanah adalah sifat terpuji yang sangat dijunjung tinggi dalam Islam. Dalam kegiatan bisnis, amanah berarti melaksanakan tanggung jawab sesuai dengan janji, menjaga hak orang lain, dan tidak menyalahgunakan kepercayaan. Rasulullah bersabda:

أَدِّ الْأَمَانَةَ إِلَىٰ مَنْ أَيْتَمَّنَكَ، وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ

“Tunaikanlah amanah kepada orang yang mempercayakan amanah kepadamu, dan janganlah mengkhianati orang yang mengkhianatimu.” (HR. Abu Dawud dan Tirmidzi)

Hadis ini menegaskan bahwa seorang pedagang muslim harus mampu menjaga kepercayaan konsumen dan mitra usahanya. Amanah juga mencakup kejujuran dalam takaran, timbangan, serta kesesuaian antara produk yang dijual dan keterangan yang diberikan. Timbangan adalah diambil dari kata imbang yang artinya banding, timbangan, timbalan, bandingan. Menimbang (tidak berat sebelah). Timbangan adalah alat untuk menentukan apakah suatu benda sudah sesuai dengan beratnya yang dijadikan standar acuan untuk jual beli dan

timbangan juga mencerminkan keadilan, apabila hasil menunjukan akhir dalam timbangan yang menyangkut hak manusia.¹⁰

Selain itu, tanggung jawab moral seorang pelaku bisnis tidak hanya kepada manusia, tetapi juga kepada Allah. Dalam Islam, setiap harta yang diperoleh akan dimintai pertanggungjawaban. Oleh karena itu, prinsip amanah mendorong seorang pedagang untuk berhati-hati dalam mencari rezeki agar tidak terjerumus dalam praktik curang, riba, atau penipuan.

Dengan menerapkan nilai amanah, bisnis tidak sekadar menjadi sarana mencari keuntungan, melainkan menjadi jalan menuju kepercayaan sosial dan keberkahan hidup.

c. Transparansi dan Keterbukaan Informasi dalam Jual Beli

Transparansi merupakan nilai penting yang sangat ditekankan dalam ajaran Islam. Dalam konteks bisnis, transparansi berarti keterbukaan dalam memberikan informasi tentang kondisi, harga, dan kualitas barang atau jasa yang diperjualbelikan. Prinsip ini sejalan dengan ajaran Rasulullah yang melarang penyembunyian cacat atau ketidakjelasan dalam barang dagangan.

Diriwayatkan bahwa Rasulullah pernah melewati seorang penjual makanan dan menemukan bagian bawah tumpukan gandumnya yang basah. Beliau kemudian menegur pedagang itu dengan sabda:

مَرَّ النَّبِيُّ ﷺ عَلَى صُبْرَةِ طَعَامٍ، فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا، فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بَلَلًا، فَقَالَ: مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ؟
قَالَ: أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ.
قَالَ: أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ؟
مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي.

“Mengapa tidak engkau letakkan bagian yang basah itu di atas agar orang dapat melihatnya? Barang siapa menipu, maka dia bukan dari golonganku.” (HR. Muslim)

Hadis ini menjelaskan bahwa menutupi kekurangan produk termasuk bentuk penipuan yang dilarang. Dengan demikian, Islam mengajarkan bahwa setiap transaksi harus dilakukan dengan kejelasan agar tidak ada pihak yang merasa tertipu.

Dalam praktik modern, transparansi mencakup kejujuran dalam iklan, pelabelan produk, dan pelayanan pelanggan. Ketika perusahaan atau pedagang bersikap terbuka, kepercayaan konsumen akan meningkat, dan hubungan bisnis menjadi lebih sehat serta berkelanjutan.

d. Dampak Kejujuran terhadap Keberkahan Rezeki

Kejujuran dalam bisnis tidak hanya membawa keuntungan materi, tetapi juga menghasilkan keberkahan (*barakah*) dalam rezeki. Keberkahan berarti rezeki yang

¹⁰ Ayu Tri Setiawati, Devi Verna Maulida, Khairun Nisa, Takaran dan Timbangan yang Adil dalam Perdagangan Sesuai Ekonomi Syariah, Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya Volume 1, Nomor 4(2023), 585, <https://maryamsejahtera.com/index.php/Religion/index>

membawa kebaikan, ketenangan hati, dan manfaat yang luas bagi diri sendiri maupun orang lain. Rasulullah bersabda:

إِذَا صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ بَرَكَتُهُ بَيْعِهِمَا

“Apabila penjual dan pembeli jujur serta menjelaskan keadaan barang, maka jual beli mereka diberkahi. Namun jika mereka berdusta dan menyembunyikan cacat, maka keberkahan jual beli mereka dihapus.” (HR. Bukhari dan Muslim)

Hadis ini menjelaskan hubungan langsung antara kejujuran dan keberkahan. Bisnis yang dijalankan dengan kejujuran akan menghasilkan rezeki yang halal dan menenangkan hati, sedangkan bisnis yang dilakukan dengan kebohongan akan kehilangan keberkahan meskipun secara lahiriah tampak menguntungkan.

Dalam kehidupan sehari-hari, keberkahan terlihat dari rasa puas, ketenangan batin, dan keberlanjutan usaha yang dilakukan. Sebaliknya, hasil dari penipuan atau kecurangan sering kali membawa kegelisahan, hilangnya kepercayaan, bahkan kerugian besar dalam jangka panjang.

Karena itu, Islam menegaskan bahwa kejujuran bukan sekadar nilai moral, tetapi juga kunci untuk menjaga keberlanjutan ekonomi yang sehat dan berkeadilan. Pedagang yang jujur akan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat serta keberkahan dari Allah.

Dampak Negatif Penipuan dan Kecurangan dalam Bisnis

Penipuan dan kecurangan dalam bisnis tidak hanya merusak hubungan antara penjual dan pembeli, tetapi juga menimbulkan kerusakan yang lebih luas dalam tatanan sosial, ekonomi, dan moral masyarakat. Islam memandang bahwa setiap bentuk penipuan adalah dosa besar yang dapat menghapus keberkahan rezeki dan menghilangkan kepercayaan publik. Rasulullah mengajarkan bahwa keberhasilan dalam bisnis tidak hanya diukur dari besarnya keuntungan, tetapi dari sejauh mana kejujuran dan amanah diterapkan dalam setiap transaksi. Oleh karena itu, memahami dampak negatif dari penipuan menjadi hal penting agar umat Islam mampu menjauhi praktik curang dan menegakkan nilai-nilai keadilan dalam perdagangan.

a. Dampak Spiritual dan Moral

Dampak pertama dan paling mendasar dari penipuan adalah rusaknya hubungan antara pelaku bisnis dan Allah. Islam menekankan bahwa segala bentuk transaksi memiliki dimensi ibadah, sehingga kecurangan berarti bentuk pengkhianatan terhadap amanah yang telah Allah berikan. Rasulullah bersabda:

مَنْ عَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا

“Barang siapa menipu, maka dia bukan dari golongan kami.” (HR. Muslim)

Hadis ini menunjukkan bahwa penipuan bukan sekadar pelanggaran etika, tetapi juga bentuk penolakan terhadap nilai keislaman itu sendiri. Orang yang terbiasa menipu akan kehilangan rasa takut kepada Allah dan menjadikan keuntungan duniawi sebagai tujuan utama. Secara moral, tindakan semacam ini menumbuhkan sifat tamak, tidak peduli terhadap hak orang lain, dan perlahan

mengikis keimanan. Kecurangan adalah salah satu masalah serius yang melintasi berbagai aspek kehidupan manusia, dari bidang politik dan ekonomi hingga hubungan personal. Dalam konteks etika Islam, kecurangan bukanlah hanya pelanggaran terhadap norma sosial, tetapi juga merupakan pelanggaran terhadap prinsip-prinsip yang mendasari keadilan dan kejujuran.¹¹

Selain itu, harta yang diperoleh melalui cara menipu tidak membawa ketenangan batin. Meskipun secara lahiriah tampak banyak, harta tersebut tidak memiliki keberkahan. Akibatnya, pelaku kecurangan sering kali hidup dalam keresahan, kehilangan rasa syukur, dan jauh dari ketentraman hati.

b. Dampak Sosial dan Ekonomi

Dalam skala sosial, penipuan menimbulkan **krisis kepercayaan** di antara pelaku bisnis dan masyarakat. Ketika kecurangan menjadi kebiasaan, maka kejujuran kehilangan nilainya dan masyarakat menjadi saling curiga. Kondisi ini dapat menghambat pertumbuhan ekonomi karena transaksi dilakukan tanpa rasa aman dan saling percaya.

Dalam sistem ekonomi Islam, kepercayaan (*trust*) adalah pondasi utama. Ketika kepercayaan rusak, maka kerja sama, investasi, dan perdagangan menjadi tidak stabil. Misalnya, praktik penipuan dalam jual beli online, pemalsuan produk, atau laporan keuangan palsu dapat menimbulkan kerugian besar bagi konsumen dan merusak reputasi pelaku usaha.

Selain itu, penipuan juga memperlebar kesenjangan sosial. Pelaku kecurangan mungkin memperoleh keuntungan cepat, tetapi dengan cara merugikan orang lain. Akibatnya, terjadi ketimpangan ekonomi dan muncul rasa ketidakadilan di masyarakat. Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat memicu konflik sosial dan hilangnya solidaritas antar sesama.

c. Dampak terhadap Dunia Bisnis dan Keberkahan Rezeki

Secara ekonomi, bisnis yang dijalankan dengan cara curang tidak akan bertahan lama. Pelanggan yang merasa tertipu tidak akan kembali, dan reputasi pelaku usaha akan hancur. Dalam jangka panjang, hal ini dapat menyebabkan kerugian besar dan kebangkrutan. Rasulullah menjelaskan hubungan antara kejujuran dan keberkahan dalam sabdanya:

إِذَا صَدَقًا وَبَيْنًا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا

“Jika penjual dan pembeli jujur serta menjelaskan keadaan barang, maka jual beli mereka diberkahi. Tetapi jika mereka berdusta dan menyembunyikan cacat, keberkahan jual beli mereka dihapus.” (HR. Bukhari dan Muslim)

Hadis ini menunjukkan bahwa keberkahan merupakan hasil dari kejujuran, bukan dari tipu daya. Bisnis yang dilakukan dengan niat baik dan etika akan mendapat kepercayaan masyarakat dan tumbuh dengan stabil. Sebaliknya, usaha yang dijalankan dengan kecurangan mungkin memberikan keuntungan sementara, tetapi tidak akan langgeng. Jujur merupakan salah satu akhlak terpuji. Dengansikap

¹¹ Asmaul Husna, Kecurangan dalam Perspektif Islam: Etika dan Konsekuensinya, JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), Volume 10 (2) April Tahun 2024, 1491, https://journal.lembagakita.org/jemsi/article/download/2480/1768/7919?utm_source=chatgpt.com

jujur, seseorang akan mendapatkan kepercayaan orang lain. Begitu pun sebaliknya, apabila seseorang berbohong maka akan mengurangi kepercayaan orang lain terhadapnya.¹²

Keberkahan juga bermakna bahwa rezeki yang diperoleh membawa kebaikan, ketenangan, dan manfaat yang luas. Namun, rezeki yang diperoleh melalui penipuan sering kali habis tanpa manfaat, disertai dengan masalah dan kegelisahan hidup. Hal ini menjadi bukti bahwa kejujuran bukan hanya nilai moral, melainkan syarat utama dalam menjaga keberkahan rezeki.

d. Dampak Hukum dan Sosial di Era Modern

Dalam konteks kehidupan modern, praktik penipuan dan kecurangan juga memiliki konsekuensi hukum. Banyak negara, termasuk yang berlandaskan hukum Islam, memberikan sanksi berat kepada pelaku penipuan, baik dalam bentuk denda, ganti rugi, maupun hukuman pidana. Hal ini sejalan dengan prinsip Islam yang menegakkan keadilan dan melindungi hak masyarakat.

Selain hukuman formal, pelaku kecurangan juga akan menghadapi sanksi sosial berupa hilangnya kepercayaan dan reputasi buruk di mata publik. Sekali seseorang dikenal tidak jujur, maka sulit baginya untuk mendapatkan kepercayaan kembali, baik dalam bisnis maupun kehidupan sosial. Oleh karena itu, menjaga kejujuran dan transparansi merupakan investasi moral dan sosial yang sangat berharga. Konsep penipuan dalam Islam ditetapkan dengan banyak terminologi yang berbeda. Yang paling umum termasuk taghrir, tadlis, ghabn, ghubn, ghushsh dan gharar, sementara yang kurang umum termasuk khallab, khiyanah, ihtiyal, tahayul, tadlil, iham, nasb dan khadi'a, semua itu merupakan variasi dari penipuan, tipuan, penipuan, lesi, salah tafsir, penipuan ketidak seimbangan¹³

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian terhadap hadis-hadis Nabi Muhammad, dapat dipahami bahwa Islam menempatkan kejujuran dan amanah sebagai prinsip utama dalam setiap aktivitas bisnis. Hadis-hadis Nabi Muhammad dengan tegas melarang segala bentuk penipuan dan kecurangan dalam bisnis. Islam menempatkan kejujuran, keadilan, dan amanah sebagai dasar utama dalam setiap transaksi. Penipuan tidak hanya merugikan pihak lain secara ekonomi, tetapi juga menghapus keberkahan dan mencederai nilai keimanan. Rasulullah menegaskan bahwa siapa pun yang menipu bukan termasuk golongan beliau, menunjukkan beratnya dosa perilaku tersebut.

Dalam praktik bisnis modern, pesan moral ini tetap relevan. Pelaku usaha dituntut untuk bersikap jujur dan transparan agar tercipta kepercayaan dan keadilan dalam perdagangan. Dengan menerapkan nilai-nilai hadis, kegiatan bisnis tidak hanya menjadi sarana mencari keuntungan, tetapi juga menjadi wujud pengamalan ajaran Islam yang membawa keberkahan bagi semua pihak.

¹² Siti Syamsiah, Widya Tri Mawarni, *Menggapai Keberkahan Hidup Dengan Jujur Dalam Muamalah*, Jurnal Ilmu Pendidikan dan Keislaman, Vol5 No 2 Desember 2023, 69, <https://doi.org/10.47662/hibrululama.v5i2.518>

¹³ Safuan, Ismartaya, Budiandru, *Fraud dalam Perspektif Islam*, Owner: Riset & Jurnal Akuntansi Volume 5 Nomor 1, Februari 2021, 224, <https://doi.org/10.33395/owner.v5i1.330>

DAFTAR PUSTAKA

- Asmaul Husna. (2024). *Kecurangan dalam perspektif Islam: Etika dan konsekuensinya*. JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 10(2), 1491. <https://journal.lembagakita.org/jemsi/article/download/2480/1768/7919>
- Ayu Tri Setiawati, Devi Verna Maulida, & Khairun Nisa. (2023). *Takaran dan timbangan yang adil dalam perdagangan sesuai ekonomi syariah*. Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya, 1(4), 585. <https://maryamsejahtera.com/index.php/Religion/index>
- Munawwarah Faiqatul, Sa'diyah Halimatus, Timamah Iik, & Jannah Faridatul. (2025). *Komponen penting dalam penelitian kuantitatif: Panduan untuk peneliti pemula*. Journal of Qualitative and Quantitative Research, 2(1), 54. <https://doi.org/10.61166/interdisiplin.v2i1.63>
- Jannah Faridatul, Sa'diyah Halimatus, & Endang Maisuri Desi. (2025). *Komponen-komponen dalam penelitian kualitatif*. Journal of Qualitative and Quantitative Research, 2(2), 100. <https://doi.org/10.61166/interdisiplin.v2i2.69>
- Fitrayani. (2025). *Integrasi nilai-nilai Islam dalam praktik manajemen bisnis modern*. Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer, 16(1), 7. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/pilar/index>
- Qurratulaini Intan (2024). *Nilai kejujuran dan amanah dalam ekonomi dan bisnis Islam*. Al-Iqtishadiah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 5(1), 80. <https://doi.org/10.22373/iqtishadiah.v5i1.5240>
- Khoirudin, & Azzak Adnan. (2024). *Perspective of Quranic verses of business ethics on justice and honesty in trade*. Journal of Halal Industry Studies, 3(2). <https://doi.org/10.53088/jhis.v3i2.1396>
- Mini Faleta, Choiriyah, & Meriyati. (2023). *Analisis perspektif hukum ekonomi Islam terhadap pengurangan timbangan pedagang ikan di pasar tradisional KM 5 Palembang (studi kasus pedagang ikan pasar KM 5 Palembang)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA), 3(2), 434. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.232>
- Mahfudz Fauzi Mustofa. (2024). *Bisnis Islami yang berkah: Akhlak sebagai faktor kunci kepercayaan konsumen*. Journal of Social and Economics Research, 9(2). <https://ojs.ekasakti.org/index.php/UJSCR>
- Safuan, Ismartaya, & Budiandru. (2021). *Fraud dalam perspektif Islam*. Owner: Riset & Jurnal Akuntansi, 5(1), 224. <https://doi.org/10.33395/owner.v5i1.330>
- Syamsiah Siti, & Tri Mawarni Widya. (2023). *Menggapai keberkahan hidup dengan jujur dalam muamalah*. Jurnal Ilmu Pendidikan dan Keislaman, 5(2), 69. <https://doi.org/10.47662/hibrululama.v5i2.518>
- Ulfa, Misbahuddin, & Nur Taufiq Sanusi. (2025). *Prinsip etika bisnis dalam Islam*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, 6(2), 286. <https://journal.uinalauddin.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/download/47553/21169/173970>