
**PRINSIP KEJUJURAN, TRANSPARANSI, DAN KESEDERHANAAN
DALAM IKLAN PELAYANAN PUBLIK PERSPEKTIF HADITS NABI
MUHAMMAD SAW**

Fajar Sidiq, Zulfahmi Alwi, Arifuddin Ahmad, Sumarni Sumai

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Makassar, Indonesia

Institut Agama Islam Negeri Parepare, Parepare, Indonesia

fajare2002@gmail.com, zulfahmi.alwi@uin-alauddin.ac.id,

arifuddin.ahmad@uin-alauddin.ac.id, sumarnisumai@iainparepare.ac.id

Abstrack

Article History

Received : 15-11-2024

Revised : 22-11-2024

Accepted : 30-11-2024

Keywords:

Thematic Hadith,

Public Service,

Honesty Transparency

Simplicity Publication

Promotion.

This study examines publication, promotion, in public services in the perspective of the hadith of the Prophet Muhammad SAW with a thematic hadith approach, which highlights the values of honesty, transparency, simplicity of information, and prohibition of fraud. This study uses a descriptive qualitative method with primary data sources from Kutubu Tis'ah and its commentary, as well as supporting literature in the form of interpretations and academic journals. The main findings indicate that relevant hadiths provide important guidelines in maintaining the integrity of information and interactions in transactions. The values of honesty, transparency and prohibition of fraud are not only limited to the dimensions of the buying and selling process but have direct relevance to modern public service practices. In addition, the principle of simplicity of information encourages publication and promotion of honest, accurate, and realistic services. The implementation of these principles has the potential to create a more just, transparent, and blessed public service system. This study contributes to the development of thematic hadith studies that are relevant to the dynamics of contemporary life, especially in the context of public services.

Pendahuluan

Publikasi, promosi, dan iklan merupakan bagian dari kehidupan modern yang memainkan peran penting dalam penyampaian informasi mengenai produk, jasa, barang kepada Masyarakat (Cahyasari et al., 2024: 20). Konsep ini tidak hanya berlaku dalam dunia bisnis dan perdagangan, tetapi juga dalam konteks pelayanan publik. Publikasi dalam pelayanan publik mengacu pada penyampaian informasi yang berkaitan dengan jenis layanan, prosedur, dan mekanisme yang perlu dipahami oleh Masyarakat (Suryantoro B, 2020: 19). Sebagai contoh, di tingkat pemerintahan desa, layanan administrasi, penyediaan barang, atau jasa yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah harus dipublikasikan secara terbuka kepada warga desa. Informasi ini memungkinkan warga untuk memahami

jenis layanan yang tersedia serta persyaratan yang harus dipenuhi untuk mengakses layanan tersebut.

Hal ini menjadi sangat penting karena publikasi dapat dijadikan sebagai acuan bagi masyarakat pengguna layanan untuk mengetahui prosedur dan mekanisme yang berlaku. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik mengamanatkan bahwa penyelenggara pelayanan publik wajib menyediakan informasi standar layanan kepada masyarakat. Tujuannya adalah menciptakan pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau, dan terukur (Nur Maria Magdalena et al., 2023: 34). Informasi yang terbuka ini dapat menjadi acuan bagi masyarakat dalam mengakses layanan serta memastikan transparansi dan akuntabilitas dari pihak penyelenggara layanan publik.

Namun, dalam praktiknya, publikasi layanan publik kerap menimbulkan berbagai pertanyaan dari masyarakat terkait dengan keterbukaan, kejujuran, kejelasan informasi, serta kepastian hukum mengenai prosedur operasional standar (SOP) yang diterapkan (Situmorang et al., 2022: 15). Permasalahan ini memunculkan kebutuhan untuk memahami nilai-nilai moral dan etika dalam publikasi, terutama terkait prinsip kejujuran, transparansi, dan akurasi informasi. Dalam konteks ajaran Islam, nilai-nilai tersebut dapat ditemukan dalam ajaran hadis Nabi Muhammad SAW, yang memberikan pedoman tentang kejujuran dan larangan penipuan dalam interaksi sosial dan muamalah.

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis tema publikasi, iklan, dan promosi berdasarkan hadis Nabi Muhammad SAW serta kaitannya dengan dinamika muamalah modern dalam penyelenggaraan pelayanan publik. Fokus penelitian ini adalah penelusuran makna dan redaksi hadis yang berkaitan dengan publikasi atau promosi yang tertuang dalam kitab-kitab hadis. Sebagaimana diketahui, para ulama telah menyepakati bahwa Kutubu Tis'ah atau "sembilan kitab" merupakan rujukan utama dalam kajian hadis. Dalam penelitian ini, tema yang ditelusuri meliputi kejujuran, transparansi, kesederhanaan informasi, dan kepastian hukum. Dengan pemahaman terhadap tema-tema tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam menjawab isu-isu kontemporer berdasarkan panduan syariat Islam. Melalui analisis ini, diharapkan nilai-nilai hadis dapat tetap relevan dan aplikatif dalam dinamika kehidupan masyarakat modern, khususnya dalam konteks pelayanan publik.

Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini mengutamakan pada masalah proses dan makna/persepsi, di mana melalui penelitian ini diharapkan dapat mengungkap berbagai informasi kualitatif dengan deskripsi-analisis yang teliti dan penuh makna (M. Fathun Niam & Emma Rumahlewang, 2024: 76), Fokus utamanya adalah menganalisis tema tertentu dalam hadis berdasarkan isi dan konteksnya. Sifat penelitian adalah deskriptif-analitis, yaitu mendeskripsikan tema-tema yang terkandung dalam hadis dan menganalisisnya secara mendalam sesuai dengan konteks, baik melalui kajian teks maupun penerapannya dalam kehidupan. Ciri-ciri utamanya adalah menggunakan sumber primer berupa kitab-kitab hadis dan syarahnya. berorientasi pada eksplorasi makna dan pesan hadis terkait tema tertentu.

Data primer dari penelitian ini yaitu kitab hadis utama yang dijadikan sumber rujukan adalah Kutubu Tis'ah (Shahih Bukhari, Shahih Muslim, Sunan

Abu Dawud, Sunan Tirmidzi, Sunan Nasa'i, Sunan Ibnu Majah, Musnad Ahmad, Muwatta Malik, dan Sunan ad-Darimi). Sedangkan kitab syarah hadis yang dijadikan sumber adalah seperti fathul bari oleh ibn hajar, syarah shahih muslim oleh imam nawawi, aunul ma'bud oleh al-azim abadi, dan lainnya. Sedangkan Data Sekunder pada literatur pendukung seperti tafsir Al-Qur'an, buku-buku fikih, atau jurnal akademik yang relevan. Kajian-kajian kontemporer yang membahas penerapan hadis dalam tema tertentu. Adapun prosedur yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menentukan tema kajian yang ingin diteliti, dalam penelitian ini tema yang akan diteliti adalah tentang "kejujuran dalam muamalah, "transparansi", "larangan menipu dalam transaksi", dan "tidak berlebihan dalam promosi". Tema dipilih berdasarkan relevansi dan urgensinya dalam konteks masyarakat modern.

Teknik Pengumpulan Data, Dokumentasi dalam penelitian adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari dokumen untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan masalah yang diteliti. Dokumen yang digunakan dalam penelitian dapat berupa buku, arsip, catatan harian, majalah, video (Woledge, 1948:12). Dalam penelitian ini dokumentasi digunakan sebagai teknik utama dalam pengumpulan data yakni mengumpulkan hadis-hadis yang relevan dari kitab-kitab hadis dan syarahnya. Kajian Literatur: Membaca dan menganalisis berbagai referensi tambahan, termasuk jurnal, buku, dan artikel yang relevan dengan tema penelitian.

Teknik Analisis Data. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif yang terdiri dari analisis text (*content analysis*), Meneliti isi hadis secara mendalam untuk menggali makna, pesan, dan tema utama. Mengidentifikasi kata kunci, hubungan antar konsep, dan pola tema yang muncul. Analisis kontekstual, Membandingkan hadis dengan hadis lain pada kitab yang berbeda, pendapat ulama, dan konteks historis atau sosial tempat hadis itu diucapkan. Mengaitkan pesan hadis dengan kondisi modern untuk menghasilkan interpretasi kontekstual. reduksi data, Merangkum dan menyederhanakan data yang telah dikumpulkan untuk fokus pada inti masalah. Interpretasi, menafsirkan data berdasarkan perspektif tematik, dengan mengintegrasikan dalil Al-Qur'an, hadis, dan pandangan ulama. Selanjutnya menyusun konsep topik kajian dengan konteks dan dinamika kehidupan saat ini

Pembahasan

Mengacu pada tujuan dan metologi penelitian ini mengenai kajian hadis tematik dengan tema publikasi/iklan/promosi, peneliti menemukan beberapa redaksi hadis yang berkaitan antara lain :

Kejujuran dalam Perniagaan,

Text Hadis:

بْنِ حَكِيمٍ عَنِ الْحَارِثِ بْنِ اللَّهِ عَيْدٍ عَنِ الْخَلِيلِ أَبِي عَن قَتَادَةَ حَدَّثَنَا هَمَّامٌ حَدَّثَنَا حَبَّانُ حَدَّثَنَا إِسْحَاقُ حَدَّثَنَا وَجَدْتُ هَمَّامٌ قَالَ يَتَفَرَّقَا لَمْ مَا بِالْخِيَارِ الْبَيْعَانِ قَالَ وَسَلَّمْ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى النَّبِيِّ أَنْ عَنهُ اللَّهُ رَضِيَ حِرَامٌ يَرْبِحَا أَنْ فَعَسَى وَكُنَمَا كَذِبًا وَإِنْ بَيْعَهُمَا فِي لَهْمَا بُورِكَ وَبَيْنَا صَدَقًا فَإِنْ مَرَّارَ ثَلَاثَ يَخْتَارُ كِتَابِي فِي بِهَذَا يُحَدِّثُ الْحَارِثُ بْنُ اللَّهِ عَيْدٍ سَمِعَ أَنَّهُ النَّبِيَّ أَحَبُّهُمَا بَرَكَةً وَيُحَقِّقًا رِبْحًا وَسَلَّمْ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى النَّبِيِّ عَنِ حِرَامِ بْنِ حَكِيمٍ عَنِ الْحَدِيثِ

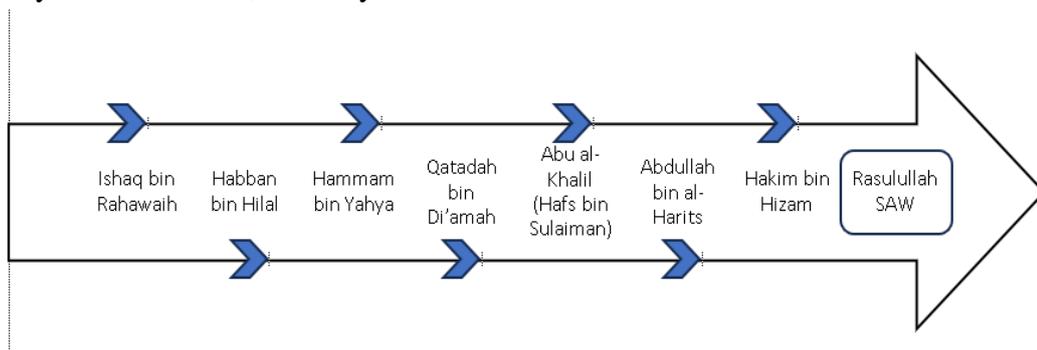
Terjemahan :

Telah menceritakan kepada kami Ishaq telah menceritakan kepada kami Habban telah menceritakan kepada kami Hammam telah menceritakan kepada kami

Qatadah dari Abu Al Khalil dari 'Abdullah bin Al Harits dari Hakim bin Hizam radiallahu 'anhu bahwa Nabi shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Dua orang yang melakukan jual beli boleh melakukan khiyar (pilihan untuk melangsungkan atau membatalkan jual beli) selama keduanya belum berpisah". Hammam berkata: "Aku dapatkan dalam catatanku (Beliau bersabda): "Dia boleh memilih dengan kesempatan hingga tiga kali. Jika keduanya jujur dan menampakkan cacat dagangannya maka keduanya diberkahi dalam jual belinya dan bila menyembunyikan cacat dan berdusta maka mungkin keduanya akan mendapatkan untung namun akan hilang keberkahan jual beli keduanya". Hibban berkata; Dan telah menceritakan kepada kami Hammam telah menceritakan kepada kami Abu At-Tayyah bahwa dia mendengar 'Abdullah bin Al Harits menceritakan tentang hadits ini dari Hakim bin Hizam radiallahu 'anhu dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam. (Shahih Al-Bukhari No. 1972, 2024)

Hadis tersebut berbicara mengenai jual beli dalam konteks perniagaan. Dalam konteks pelayanan publik, transaksi jual beli dimaksud adalah adanya proses pemberian layanan dari petugas penyelenggara layanan kepada masyarakat yang menerima layanan. Selanjutnya untuk menguji kesahihan hadis, dapat ditelusuri melalui jalur periwayatan hadis sebagai berikut:

Jalur Periwayatan (Sanad) Hadis Shahih Bukhari, Kitab Al-Buyu', Bab Al-Khayar Nomor 1972, Sanadnya adalah:



Gambar Jalur sanad Hadist shahih Bukhori Nomor 1972

Sanad hadis ini terdiri dari beberapa perawi yang bersambung dari periwayat pertama hingga Rasulullah SAW. Ishaq bin Rahawaih adalah seorang imam besar dalam ilmu hadis dan salah satu guru Imam Bukhari. Ia adalah perawi yang terpercaya (tsiqah), terkenal dengan hafalannya yang kuat dan reputasinya dalam meriwayatkan hadis. Selanjutnya Habban bin Hilal Perawi tsiqah yang dikenal memiliki riwayat yang sahih. Ia adalah salah satu perawi dalam Kutubu Tis'ah. Kemudian Hammam bin Yahya Hammam dikenal sebagai perawi tsiqah dan dhabith (kuat hafalannya). Ia termasuk perawi yang meriwayatkan banyak hadis dari generasi tabi'in. Selanjutnya Qatadah bin Di'amah Seorang tabi'in yang dikenal sebagai perawi yang sangat kuat hafalannya, namun beberapa ulama menyatakan bahwa riwayatnya memerlukan kehati-hatian bila tidak jelas persambungan sanadnya. Abu al-Khalil (Hafs bin Sulaiman). Ia adalah seorang tabi'in tsiqah yang dikenal banyak meriwayatkan hadis dari sahabat Nabi. Kemudian Abdullah bin al-Harits Sahabat Nabi atau salah seorang tabi'in yang meriwayatkan hadis dari sahabat lainnya. Selanjutnya Hakim bin Hizam adalah seorang sahabat Nabi yang mulia, dikenal memiliki banyak hadis yang diriwayatkan tentang jual beli dan muamalah. Rasulullah SAW (صلى الله رسول)

(Shahih Al-Bukhari No. 1972, 2024). (وسلم عليه)

Text hadis ini, selain diriwayatkan oleh Imam Bukhori, juga diriwayatkan oleh An Nasai dalam sunannya (Sunan An-Nasa'i No. 4388 - Kitab Jual-beli) dengan redaksi hadis yang hampir sama dan juga diriwayatkan oleh Imam At-Tirmidzi (Jami' At-Tirmidzi No. 1166 - Kitab Jual beli), sedangkan dalam Imam Muslim terkait dengan praktek kejujuran diriwayatkan dengan redaksi yang berbeda yaitu mengenai larangan larangan menjual kurma sebelum nampak matang (Hadits Shahih Muslim No. 2827 - Kitab Jual beli)

Sanad hadis tersebut diatas dikatakan Tsiqah karena adanya rantai perawi yang terhubung artinya tidak ada putusnya jalur periwayatan dari sahabat nabi Hakim bin Hizam hingga ke Imam Bukhari, begitupun sanad hadis lain yang serupa redaksinya baik dalam sunan An nasai, Jamiut Tirmidzi, dan Sahih muslim. Semua perawi adalah tsiqah karena setiap perawi dalam jalur ini memiliki kredibilitas yang tinggi menurut para ulama jarh wa ta'dil (Probolinggo & Timur, 2022: 74). Kesesuaian riwayat dalam matannya, artinya tidak ditemukan syudzudz (keanehan) atau 'illah (cacat tersembunyi) dalam matan hadis ini. Diriwayatkan oleh lebih dari dua kitab shahih yaitu shahih Bukhari dan Muslim hanya memasukkan hadis dengan sanad terkuat, sehingga hadis ini otomatis berstatus shahih dengan sanad tsiqah (Kamaluddin, 2023:12).

Larangan Menipu

Text Hadis :

و حَدَّثَنِي يَحْيَى بْنُ أَبِي وَفْتِيئَةَ وَابْنُ حُجْرٍ جَمِيعًا عَنْ إِسْمَاعِيلَ بْنِ جَعْفَرٍ قَالَ ابْنُ أَبِي حَتْمَةَ حَدَّثَنَا إِسْمَاعِيلُ قَالَ أَخْبَرَنِي الْعَلَاءُ عَنْ أَبِيهِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ عَلَى صَبْرَةٍ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا فَتَأَلَّتْ أَصَابِعُهُ بَلًّا فَقَالَ مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ قَالَ أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَمَا يَرَاهُ النَّاسُ مِنْ غَشٍّ فَلَيْسَ مِنِّي

Terjemahan :

Dan telah menceritakan kepada kami Yahya bin Ayyub dan Qutaibah serta Ibnu Hujr semuanya dari Ismail bin Ja'far, Ibnu Ayyub berkata, telah menceritakan kepada kami Ismail dia berkata, telah mengabarkan kepadaku al-Ala' dari bapaknya dari Abu Hurairah bahwa Rasulullah melewati setumpuk makanan, lalu beliau memasukkan tangannya ke dalamnya, kemudian tangan beliau menyentuh sesuatu yang basah, maka pun beliau bertanya: "Apa ini wahai pemilik makanan?" sang pemiliknya menjawab, "Makanan tersebut terkena air hujan wahai Rasulullah." Beliau bersabda: "Mengapa kamu tidak meletakkannya di bagian makanan agar manusia dapat melihatnya. Barangsiapa menipu maka dia bukan dari golongan kami." (Shahih Muslim No.147, 2024)

Tidak Berlebihan dalam Pemberian Informasi

Text Hadis :

“سنن أبي داود ٤٣٥٥: حَدَّثَنَا سُلَيْمَانُ بْنُ عَبْدِ الْحَمِيدِ الْبَهْرَانِيُّ أَنَّهُ قَرَأَ فِي أَصْلِ إِسْمَاعِيلَ بْنِ عِيَّاشٍ وَحَدَّثَهُ مُحَمَّدُ بْنُ إِسْمَاعِيلَ ابْنُهُ قَالَ حَدَّثَنِي أَبِي قَالَ حَدَّثَنِي ضَمُّضَمٌ عَنْ شُرَيْحِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ حَدَّثَنَا أَبُو ظَبْيَةَ أَنَّ عَمْرَو بْنَ الْعَاصِ قَالَ يَوْمًا وَقَامَ رَجُلٌ فَأَخْتَرُ الْقَوْلَ فَقَالَ عَمْرُو لَوْ قَصَدَ فِي قَوْلِهِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ لَقَدْ رَأَيْتُ أَوْ أَمَرْتُ أَنْ أَتَجَوَّرَ فِي الْقَوْلِ فَإِنَّ الْجَوَّارَ هُوَ خَيْرٌ

Terjemahan : *Telah menceritakan kepada kami [Sulaiman bin Abdul hamid Al Bahrani] Ia membaca dalam buku Isma'il bin Ayyasy dan telah menceritakan*

kepadanya [Muhammad bin Isma'il] anaknya, Ia berkata: telah menceritakan kepadaku [Bapakku] Ia berkata: telah menceritakan kepadaku [Dhamdham] dari [Syuraih bin Ubaid] Ia berkata: telah menceritakan kepada kami [Abu Zhabyah] berkata: Bahwa Amr bin Al Ash suatu hari pernah berkata saat itu ada seorang laki-laki berdiri dan banyak berbicara - Amru berkata: "Sekiranya Ia biasa saja dalam berbicara tentu itu lebih baik baginya. Aku pernah mendengar Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "Aku berpandangan" atau beliau mengatakan: "Aku diperintahkan untuk sederhana dalam berbicara, sebab sederhana dalam berbicara adalah suatu kebaikan." (Sunan Abi Dawud No. 5008, 2024)

Selanjutnya berdasarkan text-text hadis di atas, dalam proses kajian penelitian tematik ini, adalah melakukan kategorisasi hadis berdasarkan kandungan makna. Dari data yang ditemukan kemudian peneliti menguraikan kategorinya menjadi sebagai berikut:

Kejujuran, Hadis tentang pentingnya kejujuran dalam jual beli, sejalan dengan penelitian (Setiadi, 2024). hal ini juga berlaku dalam konteks pelayanan publik dimana masyarakat dapat berperan sebagai pelanggan/pembeli dan pemerintah/swasta sebagai penyelenggara layanan berperan sebagai penjual. Transparansi, Hadis yang menegaskan pentingnya menjelaskan kekurangan produk. jika dibawa dalam konteks pelayanan publik bahwa transparansi sebagai bentuk penjelasan atau deskripsi produk layanan apa saja yang diselenggarakan disuatu instansi penyelenggara baik pemerintah maupun swasta. Larangan Penipuan: hadis yang melarang segala bentuk penipuan dalam publikasi promosi. Dalam konteks pelayanan publik hal ini dapat berupa larangan penambahan dan pengurangan syarat atau biaya tambahan diluar dari standar yang sudah ditetapkan. Kesederhanaan informasi, larangan berlebihan dalam menyampaikan informasi. dalam konteks layanan publik, kesederhanaan dapat berupa alur atau mekanisme yang sederhana dapat dipahami dengan baik dan tentu ujungnya adalah kepastian layanan yang diterima oleh masyarakat sebagai pengguna layanan. Kemudian setelah dilakukan pengkategorian makna, langkah selanjutnya peneliti melakukan penelitian matan. Matan hadis dianalisis untuk melihat kesesuaian dengan konteks publikasi atau promosi modern. Dalam hal ini tidak ditemukan adanya 'illat atau syadz yang mempengaruhi keabsahan hadis.

Kebebasan dalam Jual Beli

Kata kebebasan dalam hadis ini dapat dimaknai sebagai hak khiyar sebagaimana dalam frasa "**selama mereka belum berpisah**" memberikan hak bagi kedua belah pihak untuk menimbang ulang keputusan transaksi, mencerminkan keseimbangan dalam hubungan jual beli. Hal ini menekankan bahwa syariat Islam menghormati kebebasan individu sambil menjaga keseimbangan antara hak dan tanggung jawab. Dalam konteks pelayanan publik, prinsip ini dapat diterapkan pada kebijakan pengembalian atau pembatalan layanan, memberikan ruang bagi pengguna layanan untuk merevisi keputusan mereka tanpa tekanan. Kebijakan ini mendorong kepercayaan dan loyalitas dalam interaksi publik.

Kejujuran dan Keberkahan

Esensi kejujuran dalam transaksi tidak hanya mempengaruhi keberkahan materi tetapi juga mempererat hubungan emosional dan spiritual antara penjual

dan pembeli. Transparansi dalam mengungkapkan kondisi barang, termasuk cacatnya, adalah implementasi nilai etis yang melampaui nilai komersial. Dalam pelayanan publik, kejujuran dapat diterjemahkan sebagai keterbukaan informasi terkait layanan yang diberikan. Misalnya, menjelaskan manfaat, batasan, dan risiko layanan kepada masyarakat. Hal ini memperkuat akuntabilitas dan membangun kepercayaan publik.

Dampak Dusta

Meskipun transaksi yang mengandung penipuan mungkin sah secara hukum, ketidakhadiran keberkahan menunjukkan pentingnya dimensi spiritual dalam interaksi muamalah. Penipuan menciptakan kerugian jangka panjang baik pada kepercayaan maupun hubungan sosial. Penipuan dalam pelayanan publik, seperti manipulasi data atau menyembunyikan informasi penting, dapat merusak kredibilitas lembaga dan menciptakan ketidakpercayaan masyarakat. Prinsip ini mengajarkan pentingnya integritas dalam seluruh aspek pelayanan public

Larangan Menipu

Makna frasa "Ia Bukan Golongan Kami"

Hadis ini menegaskan bahwa penipuan adalah perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Meski tidak secara literal mengeluarkan pelaku dari Islam, ancaman ini memperlihatkan seriusnya dosa penipuan. Dalam pelayanan publik, prinsip ini menuntut integritas dan kejujuran sebagai standar moral yang tidak dapat dinegosiasikan. Dalam konteks pelayanan publik, penipuan dapat berupa manipulasi data, penyalahgunaan wewenang, atau menyembunyikan informasi. Praktik semacam ini tidak hanya merusak kepercayaan masyarakat, tetapi juga melemahkan legitimasi institusi publik. Oleh karena itu, hadis ini mengingatkan bahwa layanan yang tidak jujur bertentangan dengan nilai-nilai kemanusiaan dan spiritual.

Universalitas Pesan

Pesan hadis ini tidak terbatas pada jual beli. Dalam pelayanan publik, setiap bentuk manipulasi, seperti janji palsu atau pelaporan fiktif, juga tergolong sebagai penipuan. Penyelenggara layanan harus memastikan transparansi dalam prosedur, proses, dan hasil layanan. Misalnya, pemberian informasi yang akurat tentang hak masyarakat dan layanan yang disediakan. Dengan menghindari penipuan, lembaga dapat menciptakan lingkungan pelayanan yang adil dan dapat dipercaya.

Dimensi sosial. Penipuan merusak kepercayaan, yang merupakan dasar dari hubungan sosial. Dalam pelayanan publik, kehilangan kepercayaan masyarakat dapat menyebabkan ketidakpuasan, protes, dan bahkan krisis legitimasi. Untuk menjaga rasa aman dan keadilan sosial, sistem pelayanan harus dirancang sedemikian rupa agar minim celah untuk terjadinya manipulasi. Contohnya, dengan mengadopsi teknologi transparansi seperti system informasi online untuk penyampaian informasi standar layanan atau pelaporan layanan.

Sederhana dalam penyampaian informasi. Frasa "sederhanalah" menunjukkan perlunya penyederhanaan alur dalam penyampaian pesan atau alur pelayanan. Penyampaian informasi yang berlebihan, seperti membuat keterangan yang cenderung klaim palsu atau terlalu membesar-besarkan informasi atau deskripsi yang kurang berkaitan dengan produk layanan, dianggap tidak etis dalam Islam. Dalam kehidupan modern, publikasi atau promosi sering kali menggunakan metode hiperbola yang berpotensi menipu pelanggan. Hadis ini mengingatkan penyelenggara layanan publik untuk tetap jujur dalam konten atau

penyampaian informasi produk pelayanan. Selanjutnya pada dimensi psikologis dan sosial publikasi atau promosi berlebihan bisa menimbulkan ekspektasi yang tidak realistis dari masyarakat pengguna layanan, yang kemudian dapat merusak reputasi penyelenggara layanan. Kesederhanaan juga menciptakan rasa saling percaya antara penyelenggara layanan dan masyarakat selaku penerima layanan.

Dari uraian hadis diatas, substansi yang dibahas adalah tentang kejujuran transparansi dan larangan menipu dan penyampaian perkataan yang sederhana. Jika merujuk pada ayat-ayat suci Al Qur'an sebagai pedoman untuk penguatan terhadap tema yang sedang dikaji, peneliti disini mengaitkan tema dimaksud dengan surah QS. Al-baqarah (2:42), sebagai berikut :

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahan : *Dan janganlah kamu campur adukkan yang hak dengan yang bathil dan janganlah kamu sembunyikan yang hak itu, sedang kamu mengetahui.* (Alqur'an Web, 2024). Ayat ini mendukung kejujuran dan transparansi dalam publikasi atau promosi. Dalam konteks pelayanan publik modern sudah seharusnya penyelenggara melalui berbagai media, baik konvensional maupun digital berkewajiban untuk menyampaikan informasi mengenai produk layanan yang diselenggarakan disertai dengan system, mekanisme dan alur yang jelas dan sederhana dengan tujuan agar masyarakat mengentahui secara utuh informasi produk sebuah layanan.

Penjelasan ulama seperti dalam Fath al-Bari dan Sharh Sahih Muslim menyebutkan bahwa kejujuran dalam perniagaan adalah pondasi keberkahan. Hadis tersebut menurut Ibnu Hajar menjelaskan bahwa pentingnya hak khiyar dalam jual beli. Hak ini memberikan kesempatan kepada penjual dan pembeli untuk memastikan kerelaan dan kepuasan kedua belah pihak sebelum transaksi menjadi mengikat. Frasa "keberkahan jual beli" diartikan sebagai kebaikan dan kelanggengan dalam manfaat harta, baik dari sisi duniawi maupun ukhrawi. Sementara Imam Nawawi menyoroti dua aspek utama khiyar majlis, yang pertama adalah kebebasan membatalkan transaksi selama masih berada dalam majelis yang sama. Yang kedua keutamaan kejujuran dan keterbukaan. Imam Nawawi menekankan bahwa keberkahan yang hilang akibat dusta tidak hanya bersifat materi tetapi juga mencakup hilangnya kepuasan dan kepercayaan.

Dari penjelasan kedua ulama besar tersebut, Ibnu Hajar lebih menekankan aspek teknis hukum khiyar, sedangkan Nawawi menyoroti dimensi spiritual dari kejujuran dan keberkahan. Keduanya sepakat bahwa transparansi adalah fondasi utama dalam jual beli. Selanjutnya hadis larangan menipu, Imam Nawawi dalam Syarah Shahih Muslim menjelaskan bahwa frasa "bukan golongan kami" menunjukkan ancaman berat bagi pelaku penipuan, meskipun tidak serta-merta mengeluarkan pelakunya dari Islam. Ini adalah bentuk tahzir (peringatan keras) agar umat Islam menjauhi sifat tercela tersebut (Setiadi, 2024: 46). Beliau juga memperluas cakupan larangan ini, mencakup segala bentuk penipuan, baik dalam bisnis maupun interaksi sosial lainnya.

Ibn Rajab al-Hanbali dalam Jami' al-'Ulum wa al-Hikam menghubungkan hadis ini dengan prinsip al-nasihah (ketulusan) yang menjadi landasan hubungan sosial dalam Islam. Penipuan bertentangan dengan sifat nasihat dan melanggar hak orang lain. Beliau menekankan bahwa tindakan menipu mengindikasikan kekurangan iman karena pelakunya tidak takut akan hisab di akhirat. Dari penjelasan keduanya terdapat fokus yang berbeda dimana Imam Nawawi lebih

fokus pada dimensi hukuman dan peringatan, sementara Ibnu Rajab mengaitkannya dengan prinsip moral dan keimanan yang mendasari hubungan manusia. Keduanya setuju bahwa menipu merusak integritas sosial.

Sederhana dalam penyampaian informasi. Penjelasan ulama terhadap hadis ini menurut Al-Khaththabi (Syarah Sunan Abu Dawud – Ma'alim as-Sunan) bahwa kesederhanaan dalam berbicara berarti berbicara dengan kejelasan, relevansi, dan tanpa berlebihan. Beliau menghubungkan hal ini dengan adab berbicara, yang mencakup berbicara seperlunya dan menghindari kata-kata yang tidak berguna. Menurutnya, kesederhanaan adalah tanda kebijaksanaan dan menunjukkan kontrol diri seseorang terhadap lisannya. Dalam berbagai situasi, berbicara sederhana mencerminkan kematangan emosional dan akhlak yang baik. Hal ini menghindarkan seseorang dari konflik yang tidak perlu dan mempererat hubungan sosial. Sementara Ibnu Hajar Al-Asqalani dalam Al-Talkhis al-Habir dan Fathul Bari mengaitkan hadis ini dengan konsep qawlan sadidan (perkataan yang benar) yang disebutkan dalam Al-Qur'an. Beliau menjelaskan bahwa kesederhanaan dalam berbicara adalah bagian dari upaya menjaga lisan agar tidak melampaui batas, baik dalam jumlah kata, nada bicara, maupun isi pembicaraan. Kesederhanaan berbicara juga mencerminkan kecerdasan seseorang dalam memilih kata-kata yang efektif. Dalam situasi resmi, seperti dalam pelayanan publik, berbicara sederhana menunjukkan profesionalisme dan meningkatkan kepercayaan orang lain terhadap pembicara, hal ini sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian (Podungge & Aneta, 2020: 39).

Pentingnya Publikasi dan Promosi pada Pelayanan Publik dalam Islam

Dari uraian di atas, bahwa publikasi dan promosi sangat diperlukan dalam konteks penyampaian informasi layanan yang diselenggarakan oleh sebuah instansi. Dalam konteks kehidupan di era keterbukaan informasi dan era digital pentingnya hal ini dilakukan karena dalam Islam, promosi dan publikasi tidak hanya terbatas pada perdagangan atau bisnis, tetapi juga mencakup pelayanan publik, terutama dalam penyampaian informasi kepada Masyarakat (Cahyasari et al., 2024: 23). Oleh karena itu, etika promosi dalam Islam menuntut adanya keseimbangan antara menarik perhatian masyarakat dan tetap menjaga kejujuran serta transparansi. Keseimbangan dalam Promosi: Islam mengajarkan bahwa segala sesuatu yang berlebihan akan menimbulkan kerugian, baik bagi individu maupun Masyarakat (Farma & Umuri, 2020: 56). Oleh karena itu, dalam pelayanan publik, seperti promosi layanan kesehatan atau pendidikan, informasi harus disampaikan dengan cara yang jujur, akurat, dan tidak menyesatkan. Keterbukaan dan Akuntabilitas: Dalam konteks pelayanan publik, informasi yang disampaikan harus mencakup fakta yang lengkap dan akurat. Hal ini akan menciptakan kepercayaan masyarakat kepada penyelenggara layanan.

Simpulan

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam Islam dimensi muamalah khususnya dalam konteks pelayanan publik, menekankan pada kejujuran, transparansi, dan kesederhanaan. Hadis-hadis yang telah dibahas memberikan pedoman yang jelas tentang pentingnya menjaga integritas dalam transaksi dalam memberikan pelayanan serta publikasi/promosi produk layanan kepada masyarakat.

Adapun hal-hal penting yang harus diperhatikan dalam praktek pelayanan publik adalah menjaga transparansi dan kejujuran dalam setiap transaksi atau proses pemberian layanan, menghindari segala bentuk penipuan atau klaim berlebihan dalam produk layanan yang ditawarkan, menerapkan prinsip kesederhanaan dalam publikasi standar layanan, dengan memberikan informasi yang jujur dan realistis kepada masyarakat dengan mengikuti prinsip-prinsip ini, diharapkan dapat menciptakan lingkungan pelayanan yang adil, transparan, dan penuh keberkahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alqur'an Web. 2024. *Alquran Web*. Tafsirweb.Com. <https://tafsirweb.com/334-surat-al-baqarah-ayat-42.html>
- Amin M. 2020. Pengaruh Profesionalisme Aparatur Terhadap Kualitas Pelayanan Publik Bidang Administrasi Pemerintah. *Public Policy*, 1, No. 2, 137–153. <https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppj>
- Cahyasari, D., Anthonio, M. A., Hadibrata, L., & Arifin, A. 2024. Optimalisasi pelayanan publik melalui pembangunan ulang website desa: integrasi media informasi dan promosi. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8, Nomor 3, 2254–2264.
- Farma, J., & Umuri, K. 2020. Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Strategi Promosi Produk Asuransi Takaful. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 15(1), 19–29. <https://doi.org/10.31603/cakrawala.v15i1.3268>
- Kamaluddin, A. 2023. Naqd As-Sanad: Metodologi Validasi Hadits Shahih. *Mushaf Journal: Jurnal Ilmu Al Quran Dan Hadis*, 3(2), 229–239. <https://doi.org/10.54443/mushaf.v3i2.136>
- M. Fathun Niam, Emma Rumahlewang, dkk. 2024. *Metode Penelitian Kualitatif* (E. Damayanti, Ed.; Pertama). Widiana.
- Nur Maria Magdalena, Steviana Br. Sihombing, & Mellyana Candra. (2023). Hambatan Dan Standar Pelayanan Publik Pada Pemerintah Daerah. *Eksekusi : Jurnal Ilmu Hukum Dan Administrasi Negara*, 2(1), 279–285. <https://doi.org/10.55606/eksekusi.v2i1.883>
- Podungge, A. W., & Aneta, A. 2020. Profesionalisme Pegawai Ditinjau Dari Aspek Pengorganisasian Dalam Pelayanan Publik. *Publik (Jurnal Ilmu Administrasi)*, 9(1), 55. <https://doi.org/10.31314/pjia.9.1.55-65.2020>
- Probolinggo, G., & Timur, J. 2022. *Ketsiqohan Perawi Hadits Dan Pengaruhnya Terhadap Kualitas Hadits*. 1(1), 1–12.
- Sabeni, H., & Setiamandani, E. D. 2020. Pengelolaan Pengaduan Masyarakat Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 9 No. 1(1), 43–52. www.publikasi.unitri.ac.id
- Setiadi, A. B. 2024. Konsep Etika Jual Beli Perspektif Hadis Dan Implementasinya Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Ujung Berung. *Khazanah Multidisiplin*, 5, 125–158. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/kl>
- Shahih Al-Bukhari No. 1972. 2024. *Kitab Jual Beli*. Hadis.Id. <https://www.hadits.id/hadits/bukhari/1972>
- Shahih Muslim No.147. 2024. *Kitab Iman*. Sunnah.Com. <https://sunnah.com/muslim:102>
- Situmorang, H. E., Rini, E. S., & Pujangkoro, S. 2022. Implementation of Standard Operational Procedure (SOP) for Services, Government Policy and Information Technology of Communication on Improving Public Satisfaction of Balai Karantina Pertanian Kelas II Medan. *International Journal of Research and Review*, 9(1), 461–469. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20220152>
- Sunan Abi Dawud No. 5008. 2024. *Kitab Adab*. Sunnah.Com. <https://sunnah.com/abudawud:5008>
- Suryantoro B, K. Y. 2020. Analisis Kualitas Pelayanan Publik pada Politeknik

Pelayaran Surabaya. *Jurnal Baruna Horizon*, 3 No. 2, 223–229.

Wolledge, G. 1948. Documentation In The Social Sciences Some Preliminary Considerations. *Journal of Documentation*, 4(2), 84–86.
<https://doi.org/10.1108/eb026127>