DOI: https://doi.org/10.71312/mrbima.v1i2.444 ISSN: 3108-9763

MRBIMA

Media Riset
Bisnis Manajemen Akuntansi

ETIKA PENGUMPULAN DATA KONSUMEN MUSLIM DI ERA DIGITAL: TINJAUAN DARI PRINSIP HIFZ AL-MAL DAN MASLAHAH AMMAH

Abiseka Sahal Rizky Fauzi[1], Muhammad Za'im Musyaffa[2], Amanda Tri Utami[3]
Universitas Muhmmadiyah Jakarta[1,2,3]

[1] abisekarizky22@gmail.com
[2] muhammadzaimmusyaffa2@gmail.com
[3] amandautami123@gmail.com

Informasi artikel
Diterima :
04 Mei 2025
Direvisi :
18 Juni 2025
Disetujui :
04 Juli 2025

ABSTRACT

This article discusses the ethics of collecting data on Muslim consumers in the digital era with reference to the principles of maqashid sharia, specifically hifz al-mal and maslahah 'ammah. The development of digital technology has changed the way consumers and businesses interact, but data collection practices often lack transparency and risk abuse. In this context, personal data protection is crucial to safeguard individual rights and prevent harm. This research aims to provide an ethical perspective rooted in Islamic values on data management, as well as recommend measures to improve consumer data protection.

Keywords *: Ethics, Data Collection, Muslim Consumer, Hifz al-Mal, Maslahah 'Ammah*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pola konsumsi dan interaksi masyarakat dengan layanan bisnis. Salah satu dampak yang paling nyata dari transformasi digital ini adalah masifnya praktik pengumpulan dan pengolahan data konsumen oleh pelaku usaha (Kurnianingrum, n.d.). Dalam konteks ini, data pribadi menjadi aset penting yang menentukan arah strategi pemasaran, pengembangan produk, hingga pengambilan keputusan bisnis. Namun, di balik manfaat tersebut, terdapat kekhawatiran yang kian menguat terkait penyalahgunaan data, pelanggaran privasi, dan lemahnya perlindungan terhadap hak konsumen.

Bagi masyarakat Muslim, isu ini menjadi semakin kompleks karena tidak hanya menyangkut aspek hukum positif, tetapi juga etika dan nilai-nilai syariah. Islam secara fundamental menekankan pentingnya menjaga hak individu, termasuk dalam hal kepemilikan dan perlindungan harta (hifz al-mal). Selain itu, prinsip maslahah 'ammah atau kemaslahatan umum menjadi acuan penting dalam menilai kebijakan dan praktik digital yang diterapkan oleh penyedia layanan.

Sayangnya, praktik pengumpulan data yang berlangsung selama ini sering kali tidak transparan dan minim edukasi kepada pengguna. Sejumlah aplikasi bahkan diduga memanfaatkan data konsumen tanpa persetujuan yang memadai, sebagaimana ditemukan dalam beberapa kasus kebocoran data pengguna platform digital di Indonesia(Wijaya, 2023). Hal ini tidak hanya menimbulkan kerugian secara materiil dan psikologis, tetapi juga menciderai prinsip keadilan dan amanah yang menjadi fondasi dalam sistem muamalah Islam. Salah satu contoh pelanggaran etika dalam pengumpulan data adalah kasus kebocoran 279 juta data penduduk Indonesia yang diduga berasal dari sistem BPJS Kesehatan pada tahun 2021 (Agustin Setyo Wardani, 2021). Kasus ini memperlihatkan bagaimana lemahnya perlindungan data dapat membuka celah kejahatan digital seperti penipuan, pencurian identitas, hingga jual beli data di pasar gelap. Dari sudut pandang maqashid syariah, kasus ini mencerminkan pelanggaran terhadap amanah publik dan keadilan distribusi informasi, serta menimbulkan mudarat besar bagi masyarakat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk mengkaji praktik pengumpulan data konsumen Muslim di era digital dengan meninjau dari perspektif maqashid syariah, khususnya prinsip hifz al-mal dan maslahah ‘ammah. Kajian ini diharapkan dapat memberikan sudut pandang etis yang berakar pada nilai-nilai Islam dalam menghadapi tantangan era digital, serta menjadi rujukan dalam merumuskan tata kelola data yang lebih adil dan bertanggung jawab.

KAJIAN LITERATUR

1. Etika Pengumpulan Data di Era Digital

Perkembangan teknologi digital telah mendorong munculnya berbagai bentuk interaksi baru antara konsumen dan pelaku usaha, termasuk dalam hal pengumpulan data pribadi. Data konsumen, yang dulunya hanya bersifat administratif, kini berkembang menjadi komoditas bernilai tinggi dalam sistem ekonomi digital. Pengumpulan data ini dilakukan melalui berbagai saluran seperti aplikasi, situs web, transaksi e-commerce, hingga program loyalitas berbasis profil pengguna.

Namun, praktik pengumpulan data ini sering kali tidak dilakukan secara etis. Etika pengumpulan data di era digital merujuk pada prinsip-prinsip moral dan tanggung jawab yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha ketika mengakses, menyimpan, dan menggunakan data pribadi konsumen. Etika tersebut mencakup transparansi, yaitu memberikan informasi yang jelas kepada konsumen tentang data apa yang dikumpulkan dan untuk tujuan apa; persetujuan yang sah, yaitu memastikan bahwa pengguna memberikan izin secara sadar dan sukarela; serta akuntabilitas, yaitu tanggung jawab perusahaan untuk menjaga keamanan dan tidak menyalahgunakan data.

Sayangnya, dalam praktiknya banyak pelaku usaha yang tidak mematuhi prinsip-prinsip tersebut. Sebagaimana diungkapkan oleh (Hasibuan et al., 2023), mayoritas konsumen tidak sepenuhnya memahami risiko dari pemberian izin akses data kepada aplikasi digital, yang dapat berujung pada kebocoran maupun penyalahgunaan data oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Hal ini menunjukkan lemahnya penerapan etika dalam proses pengumpulan data.

Pengumpulan data secara masif di era digital menyisakan berbagai risiko serius, mulai dari pencurian identitas, eksploitasi profil digital untuk kepentingan komersial maupun politis, hingga kebocoran data akibat sistem keamanan yang lemah. Menurut laporan (Prayoga et al., 2022), penggunaan infrastruktur terdistribusi dan basis data NoSQL memperbesar celah keamanan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak ketiga secara ilegal. Oleh karena itu, perlindungan data tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga harus berdasarkan prinsip etika, seperti kejelasan otorisasi, pemberian hak untuk mengakses atau menghapus data, serta audit rutin terhadap pengelolaan data oleh perusahaan.

Dalam perspektif etika bisnis, pengumpulan data harus dilakukan dengan menjunjung tinggi nilai transparansi, keadilan, dan perlindungan hak individu. Kebijakan pengumpulan data yang tidak jelas atau manipulatif bertentangan dengan prinsip-prinsip tersebut. Seiring dengan semakin canggihnya teknologi seperti kecerdasan buatan dan algoritma personalisasi, pelaku usaha juga memiliki tanggung jawab moral untuk tidak mengekstraksi informasi secara tersembunyi dari data konsumen tanpa keterlibatan atau persetujuan mereka (Fatmawati & Firdonsyah, 2024)

2. Prinsip Hifz al-Mal dalam Perlindungan Data

Dalam kerangka maqashid syariah, *hifz al-mal* atau perlindungan harta merupakan salah satu dari lima tujuan pokok (daruriyyat) syariah. Harta dalam konteks ini tidak semata bersifat fisik, tetapi mencakup segala sesuatu yang memiliki nilai dan bisa dimanfaatkan, termasuk data pribadi yang bernilai secara ekonomi. Menurut (Arifa et al., n.d.), perlindungan terhadap harta mencakup upaya mencegah kerugian yang timbul akibat penipuan, pencurian, ataupun manipulasi berbasis informasi digital.

Dalam fiqh muamalah, pengakuan terhadap harta (‘mal’) tidak hanya terbatas pada benda fisik, tetapi juga pada aset yang memiliki nilai manfaat dan dapat diperjualbelikan. Oleh karena itu, data pribadi yang memiliki nilai ekonomis dapat dikategorikan sebagai harta digital (‘al-mal al-raqmi’). Beberapa ulama kontemporer menyamakan perlindungan data pribadi dengan perlindungan terhadap dokumen penting atau informasi strategis. Maka dari itu, tindakan eksploitasi data tanpa hak dapat dikategorikan sebagai bentuk ghasab (pengambilan hak orang lain tanpa izin), atau bahkan tadlis (penipuan) dalam akad jika digunakan untuk kepentingan tersembunyi.

Dengan demikian, praktik pengumpulan data yang dilakukan tanpa izin, atau dengan persetujuan yang tidak diinformasikan secara utuh, dapat dikategorikan sebagai bentuk pelanggaran terhadap hifz al-mal. Ini karena data yang dieksploitasi secara sepihak dapat menimbulkan kerugian pada konsumen, baik dalam bentuk komersial (penawaran yang menyesatkan, pencurian identitas) maupun non-komersial (penggunaan data untuk kepentingan politik atau ideologis tanpa sepengetahuan pengguna).

3. Maslahah ‘Ammah dan Keseimbangan Kepentingan

Konsep *maslahah ‘ammah* mengacu pada kemaslahatan umum atau kepentingan kolektif yang harus dijaga dalam setiap aspek muamalah. Dalam konteks pengumpulan data, maslahah ini mencakup perlindungan terhadap masyarakat dari praktik bisnis yang eksploitatif, sekaligus mendukung pemanfaatan data untuk tujuan yang memberikan manfaat luas, seperti peningkatan layanan, efisiensi logistik, atau pengembangan kebijakan publik.

Konsep Mashlahah Al-‘Ammah dalam fiqh sosial Kiai Sahal merupakan pemenuhan kebutuhan Dharuriyah sebagai basic need untuk menunjang tercapainya Maqasid As-Syari’ah (Chasanuddin & Nafisah, 2019).

Namun, sebagaimana disampaikan oleh (Ramadhani et al., 2025), Data pribadi, yang merupakan bagian dari hak asasi manusia dan martabat individu, telah menjadi objek pemrosesan masif oleh berbagai platform digital syariah, sehingga menuntut adanya perlindungan hukum yang kuat dan etis. Oleh karena itu, penyeimbangan antara kepentingan bisnis dan kepentingan publik menjadi bagian penting dari analisis etika pengumpulan data dalam perspektif syariah. Rasulullah SAW bersabda:

عنْ أَبِيْ سَعِيْدٍ سَعْدِ بنِ مَالِكِ بْنِ سِنَانٍ الخُدْرِيِّ رضي الله عنه أَنَّ رَسُولَ اللهِ صلى الله عليه وسلم قَالَ: (لاَ ضَرَرَ وَلاَ ضِرَارَ) حَدِيْثٌ حَسَنٌ رَوَاهُ ابْنُ مَاجَه، وَالدَّارَقُطْنِيّ وَغَيْرُهُمَا مُسْنَدًا، وَرَوَاهُ مَالِكٌ في الْمُوَطَّأ مُرْسَلاً عَنْ عَمْرِو بْنِ يَحْيَى عَنْ أَبِيْهِ عَنِ النَّبِيِّ صلى الله عليه وسلم فَأَسْقَطَ أَبَا سَعِيْدٍ، وَلَهُ طُرُقٌ يُقَوِّي بَعْضُهَا بَعْضاً.

Dari Abu Said Sa’ad bin Malik bin Sinan Al Khudry *radhiyallahu ‘anhu*, bahwa Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wa sallam* bersabda: *”Tidak boleh melakukan sesuatu yang*

berbahaya dan menimbulkan bahaya bagi orang lain." (Hadits hasan diriwayatkan oleh Ibnu Majah, Ad Daruquthni dan lainnya dengan sanad bersambung. Diriwayatkan juga oleh Malik dalam Al Muwatha' dari Amr bin Yahya dari ayahnya dari Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam* secara *mursal* karena menggugurkan(tidak menyebutkan) Abu Sa'id. Hadits ini memiliki beberapa jalan yang saling menguatkan). Kaidah ini menunjukkan pentingnya menjaga keseimbangan antara manfaat dan bahaya dalam setiap bentuk muamalah, termasuk dalam hal pengelolaan data digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka (library research). Metode ini dipilih untuk menggali konsep-konsep etika pengumpulan data konsumen dalam perspektif Islam, khususnya dengan mengkaji prinsip *maqashid syariah* sebagai kerangka analisis utama. Studi ini berfokus pada dua elemen maqashid, yaitu *hifz al-mal* (perlindungan harta) dan *maslahah 'ammah* (kemaslahatan umum), yang dijadikan sebagai lensa normatif dalam menilai praktik pengumpulan data konsumen Muslim di era digital.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dari berbagai sumber, antara lain: artikel jurnal nasional dalam bidang etika bisnis Islam, serta dokumen kebijakan dan peraturan perundang-undangan yang relevan, seperti Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) di Indonesia. Analisis dilakukan secara kualitatif dengan menelaah keterkaitan antara teori etika syariah, praktik pengumpulan data digital oleh pelaku usaha, dan implikasi etis terhadap perlindungan konsumen Muslim.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam konteks era digital, data pribadi konsumen tidak hanya menjadi aset ekonomi, tetapi juga menyentuh aspek moral dan etika, khususnya bagi konsumen Muslim. Pengumpulan, penyimpanan, dan pemrosesan data pribadi tanpa izin atau tanpa transparansi berpotensi menyalahi prinsip *Hifz al-Mal* (perlindungan harta) dalam maqashid syariah. Hal ini karena data pribadi dapat dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi oleh pihak tertentu tanpa persetujuan subjek data, bahkan berisiko disalahgunakan melalui kebocoran, penjualan, atau peretasan data.

Penelitian oleh (Prayoga et al., 2022) menyoroti bahwa sebagian besar konsumen digital tidak memiliki kendali penuh atas bagaimana datanya digunakan, terutama ketika kebijakan privasi disusun dalam bahasa teknis yang tidak mudah dipahami masyarakat umum. Hal ini menunjukkan adanya ketimpangan informasi (information asymmetry) antara perusahaan dan konsumen, yang bertentangan dengan prinsip *maslahah* karena menimbulkan potensi *mafsadah* (kerusakan) dalam transaksi digital.

Selain itu, risiko keamanan data juga bersumber dari lemahnya infrastruktur perlindungan dan rendahnya literasi digital masyarakat. Studi oleh (Kriswandaru et al., 2024) mengungkap bahwa Salah satu penyebabnya adalah terbatasnya kapasitas penegakan hukum dan kurangnya mekanisme pengawasan yang independen dan terstruktur. Kondisi ini mengakibatkan banyak institusi, baik publik maupun swasta, tidak menganggap serius risiko dari pelanggaran data pribadi. Dalam kerangka maqashid syariah, hal ini tidak hanya mengancam *Hifz al-Mal*, tetapi juga berdampak pada *Hifz al-Nafs* (perlindungan jiwa), karena dapat menimbulkan stres dan ketidaknyamanan psikologis bagi konsumen.

Sebagai bentuk tanggung jawab etis, perusahaan digital harus memperhatikan prinsip transparansi, keadilan, dan kemaslahatan publik dalam mengelola data pribadi. Upaya ini mencakup pemberian persetujuan eksplisit, penggunaan bahasa yang mudah dipahami dalam kebijakan privasi, dan implementasi sistem keamanan berbasis teknologi mutakhir. Sejalan dengan itu, dalam artikel (Arifa et al., n.d.), dijelaskan bahwa perlindungan data pribadi harus menjadi bagian integral dari tata kelola perusahaan yang etis dan inklusif.

Berdasarkan prinsip *Maslahah Ammah*, perlindungan data pribadi bukan semata untuk kepentingan individu, tetapi juga menjaga stabilitas sosial dan kepercayaan publik terhadap ekosistem digital. Ketika perlindungan data diterapkan secara adil dan proporsional, maka akan tercipta iklim digital yang kondusif, inklusif, dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang sejalan dengan nilai-nilai Islam.

KESIMPULAN DAN SARAN

Etika pengumpulan data konsumen Muslim di era digital menuntut pendekatan yang tidak hanya legalistik, tetapi juga berlandaskan pada nilai-nilai maqashid syariah. Praktik pengumpulan dan pemanfaatan data yang tidak transparan, manipulatif, atau tanpa persetujuan jelas, bertentangan dengan prinsip *Hifz al-Mal* dan mengabaikan *Maslahah Ammah*. Konsumen Muslim memiliki hak moral dan spiritual untuk mendapatkan perlindungan terhadap data pribadinya, sebagaimana mereka dijamin untuk menjaga harta, kehormatan, dan ketenangan batin. Ketika aspek perlindungan data tidak dijalankan secara etis, kepercayaan publik terhadap pelaku ekonomi digital akan menurun dan menciptakan disfungsi sistemik yang merugikan semua pihak.

Pertama, bagi perusahaan digital dan pelaku usaha, pengelolaan data konsumen hendaknya dilakukan dengan transparansi, akuntabilitas, dan mengedepankan prinsip perlindungan hak-hak individu sesuai syariah. Kedua, pemerintah perlu memperkuat regulasi perlindungan data pribadi serta memastikan pengawasan yang ketat terhadap pelanggaran etika digital. Ketiga, diperlukan literasi digital bagi masyarakat Muslim agar mereka mampu memahami hak-haknya sebagai pemilik data dan lebih bijak dalam memberikan persetujuan terhadap layanan digital. Terakhir, kolaborasi antara regulator, akademisi, dan lembaga keuangan syariah penting untuk membangun kerangka perlindungan data yang tidak hanya efektif secara teknis, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai keadilan dan kemaslahatan Islam.

REFERENSI

Agustin Setyo Wardani. (2021, May 20). *BPJS Kesehatan Telusuri Dugaan Kebocoran Data Milik 279 Juta Penduduk Indonesia*. LIPUTAN 6.

Arifa, N., Urdatul Usqho, M., & Dinul, M. (n.d.). *conditions of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License-(CC-BY-SA) (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) EFEKTIVITAS PELUANG TRANSAKSI ONLINE DI ERA DIGITAL PERSPEKTIF MAQASID SYARIAH (HIFZ AL-MAL)*. https://doi.org/10.30983/icmil

Chasanuddin, A., & Nafisah, Z. (2019). KONSEP MASHLAHAH AL-AMMAH DALAM PERSPEKTIF FIQH SOSIAL KH. MA. SAHAL MAHFUDH. *Islamic Review : Jurnal Riset Dan Kajian Keislaman*, *8*(2), 235–258. https://doi.org/10.35878/islamicreview.v8i2.177

Fatmawati, Y., & Firdonsyah, A. (2024). *The Implementation of Data Privacy Policies in the 5G Technology Era in Indonesia*. *11*, 38–45. http://journal.umpalangkaraya.ac.id/index.php/pencerah

Hasibuan, M., Irwan Padli Nasution, M., Iskandar Ps, W. V, Estate, M., Percut Sei Tuan, K., & Deli Serdang, K. (2023). *Perlindungan Privasi Konsumen Dalam Penggunaan Big Data Di Ekonomi Digital*. *2*(2). http://jurnal.jomparnd.com/index.php/jk

Kriswandaru, A. S., Pratiwi, B., & Suwardi, S. (2024). Efektivitas Kebijakan Perlindungan Data Pribadi di Indonesia: Analisis Hukum Perdata dengan Pendekatan Studi Kasus. *Hakim: Jurnal Ilmu Hukum Dan Sosial*, *2*(4), 740–756. https://doi.org/10.51903/hakim.v2i4.2157

Kurnianingrum, T. P. (n.d.). *URGENSI PELINDUNGAN DATA PRIBADI KONSUMEN DI ERA EKONOMI DIGITAL*. https://www.

Prayoga, D., Hayati, F., Athar Yuana Putra, H., Nur Rizki, I., Syarif Hidayatullah Jakarta Jl Ir Juanda No, U. H., Putih, C., Ciputat Timur, K., & Tangerang Selatan, K. (2022). Risiko Keamanan Data Pribadi Pelanggan Dalam Penggunaan Big Data. *Jurnal Nasional Komputasi Dan Teknologi Informasi*, *5*(3).

Ramadhani, M., Afrenoldi Todi, Y., & Hidayat, R. (2025). PT. Media Akademik Publisher KOMPARASI HUKUM INDONESIA DAN HUKUM ISLAM TERHADAP PERLINDUNGAN DATA PRIBADI DALAM TRANSAKSI EKONOMI SYARIAH DIGITAL Muhammad said ridho 3. *JMA)*, *3*(4), 3031–5220. https://doi.org/10.62281

Wijaya, T. (2023). *Berkembangnya Sistem Innovative Credit Scoring di Indonesia Menilai Risiko dan Tantangan Kebijakan*. https://doi.org/10.35497/560781