

PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DALAM UPAYA PENGAWASAN PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT

Ahmad Munir Hamid¹

munirhamid@unisda.ac.id

Abstrak: Praktek ekonomi pada masa Rasulullah dan Khulafaurrasyidin menunjukkan adanya peranan pasar yang besar. Rasulullah sangat menghargai harga yang di bentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Namun, pasar disini mengharuskan adanya moralitas, antara lain: persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Jika nilai-nilai ini telah di tegakkan, maka tidak ada alasan untuk menolak harga pasar. sehingga didalam pasar terdapat jual beli yang disebut dengan muamalah. Monopoli yang dilarang menurut agama pasti akan berdampak besar terhadap perekonomian masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana etika bisnis Islam dalam mencegah praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui wawancara terukur oleh para informan. Hasil dari penelitian ini adalah dengan Keberadaan undang-undang nomor 5 tahun 1999 tentu telah memberikan rasa aman pada pelaku usaha dari praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, sesuai dengan apa yang telah menjadi tugas pemerintah melalui lembaga yang berwenang (KPPU) hadir dalam upaya mengendalikan adanya segala macam bentuk pelanggaran yang mengintimidasi banyak orang dan menguntungkan segelintir orang seperti praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Bahkan beberapa yang terkandung dalam undang undang anti monopoli tersebut juga mempunyai korelasi yang sangat kuat terhadap beberapa prinsip dan dalil pada ekonomi Islam terutama pada aspek pencegahan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Kata kunci: *Etika Bisnis Islam; Persaingan Usaha*

¹ Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Darul ‘ulum Lamongan

1. Pendahuluan

Pada masa Nabi Muhammad SAW, Allah SWT memerintahkan Nabi Muhammad untuk membuat pasar setelah membuat masjid. Pasar adalah sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak peradapan awal manusia. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian.

Praktek ekonomi pada masa Rasulullah dan Khulafaurrasyidin menunjukkan adanya peranan pasar yang besar. Rasulullah sangat menghargai harga yang di bentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Namun, pasar disini mengharuskan adanya moralitas, antara lain: persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Jika nilai-nilai ini telah di tegakkan, maka tidak ada alasan untuk menolak harga pasar.² sehingga didalam pasar terdapat jual beli yang disebut dengan muamalah.

Di dalam pasar terdapat persaingan yang sempurna dan persaingan tidak sempurna. Akan tetapi yang sering terjadi di pasar adalah persaingan tidak sempurna karena di dalamnya terdapat praktek monopoli yang biasa disebut juga dengan persaingan tidak. Persaingan tidak sehat adalah "persaingan antara pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau usaha pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha."

Muamalah ialah tukar menukar barang atau sesuatu yang memberi manfaat dengan cara yang telah ditentukan seperti jual beli dan jual beli menurut bahasa yaitu menukarkan sesuatu dengan sesuatu yang lain sedangkan menurut syarak adalah menukarkan harta dengan harta yang lain melalui cara tertentu.³

Sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ

² Munrokhim misanam, M.A.Ec.,Ph D. *Ekonomi islam*,(Jakarta 2008), hal 301

³ Al-husaini Imam taqiyuddin abu bakar,*Kifayatul akhyar*, (surabaya 2011) hal 193

مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ

هُم فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : “Orang – orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari tuhanNya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”

Sehingga dalam suatu muamalah dalam suatu jual beli dianggap sah apabila terdapat ijab (pernyataan menjual) dari penjual, sekalipun sambil bergurau. Ijab adalah kata-kata yang menunjukkan pemilikan yang jelas, misalnya, “saya jual barang ini kepadamu dengan harga sekian”, “barang ini untukmu dengan harga sekian”, atau “ barang ini kumilikkan atau berikan kepadamu dengan harga sekian” demikian juga dengan kata-kata “barang ini kujadikan untukmu dengan harga sekian”, jika diniati jual beli. Juga dengan qabul (pernyataan membeli) dari pembeli, sekalipun sambil bergurau. Qabul adalah kata-kata yang menunjukkan penerimaan hak milik dengan cara jelas, misalnya “kubeli barang ini dengan harga sekian” atau “aku menerima atau setuju atau memiliki barang ini dengan harga sekian”.

Diadakan ijab qabul (transaksi) seperti itu, agar sempurna shighat (bentuk transaksi) yang merupakan syarat ditunjukkan sabda Nabi saw : “jual beli bisa sah, hanya dengan saling merelakan”. Sedangkan rasa rela adalah hal yang tidak tampak, karena diukur kerelaan itu dengan bukti ucapan.⁴

Menurut ulama yang mewajibkan ijab qabul, ijab qabul itu diwajibkan memenuhi beberapa syarat :

- a. Keadaan ijab dan qabul berhubungan. Artinya, salah satu dari keduanya pantas menjadi jawaban dari yang lain dan belum berselang lama.
- b. Makna keduanya hendaklah mufakat (sama) walaupun lafadz keduanya berbeda.
- c. Keduanya tidak disangkutkan dengan urusan yang lain, seperti kata-katanya, “kalau saya jadi pergi, saya jual barang ini sekian. ”

⁴ Ust. Abul Hiyadh, *Fathul muin*, (Surabaya) hal 194

d. Tidak berwaktu, sebab jual beli dibatasi waktu seperti “kujual kepadamu selama satu tahun”.⁵

Adapun pilihan untuk menentukan jadi atau tidaknya suatu akad jual beli maka diadakan khiyar oleh syara’ agar kedua orang yang berjual beli dapat memikirkan kemaslahatan masing-masing lebih jauh, supaya tidak akan terjadi penyesalan di kemudian hari lantaran merasa tertipu.⁶

Pendekatan kualitatif digunakan dalam kajian ini untuk menghasilkan data dengan deskriptif analitis yaitu data lapangan yang didapat dari beberapa informan yang dilaksanakan dengan metode wawancara. Informan adalah yang memberikan jawaban dari sekelompok orang atau masyarakat terhadap pertanyaan yang diajukan peneliti terkait langsung dengan masalah praktek yang terjadi di masyarakat. Adapun instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data penelitian yaitu wawancara. Berdasarkan ini, penulis menganalisis data-data yang sudah diperoleh kemudian dipaparkan dan diuraikan pada hasil-hasil penelitian.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan judul perspektif ***Etika Bisnis Islam Dalam Mencegah Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.***

2. Tinjauan Pustaka

Monopoli dalam persepektif Islam berbeda dengan monopoli dalam perspektif konvensional. Di dalam ekonomi Islam secara etimologi monopoli (ihtikar) berasal dari kata al-hukr yang artinya *al-zhulm wa al-‘isa’ah al-mu’asyarah* yaitu berbuat sewenang-wenang. Sedangkan secara terminologi, monopoli (ihtikar) adalah menahan atau menimbun barang dengan sengaja dengan tujuan menaikkan harga jual ketika barang tersebut mengalami kelangkaan dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang besar. Menurut Islam tidak mengerti hukum permintaan dan penawaran, tidak pula hubungan antara laba dan juga bunga, seperti fenomena diminishing return atau penyusutan hasil produksi yang tercakup dalam ilmu ekonomi “The Science of economics.”

⁵ H.sulaiman rasjid, *fiqih islam*, (bandung 2008) hal 282

⁶ H.sulaiman rasjid, *fiqih islam*, (bandung 2008)hal 286

Monopoli dalam perspektif ekonomi konvensional adalah suatu keadaan di pasar yang mana hanya ada seorang penjual suatu barang sehingga tidak ada pesaingnya.

Meskipun ekonomi Islam dikembangkan untuk melayani tujuan budaya dan politik, upaya telah dilakukan untuk mewujudkan cita-citanya. Sekarang ada bank Islam, yang mengklaim untuk menawarkan alternatif bebas bunga untuk perbankan konvensional, dan sistem redistribusi Islam yang dikelola pemerintah, yang didirikan untuk mengurangi ketidaksetaraan. Lembaga-lembaga ini belum merevolusi kehidupan ekonomi umat Islam. Namun, bersama dengan berbagai perusahaan yang telah muncul di luar bidang ekonomi Islam, mereka telah membentuk sub-ekonomi Islam yang hidup di banyak kota metropolitan. Sub-ekonomi ini berkembang karena menumbuhkan kepercayaan antarpribadi dan menawarkan peluang untuk menghilangkan rasa bersalah.

2.1 Pandangan Islam tentang Monopoli

Etika kerja islami adalah konsep multidimensi yang menghubungkan kemakmuran dan kesinambungan organisasi dengan kesejahteraan masyarakat. Empat elemen diantaranya adalah upaya, kompetisi, transparansi, dan perilaku yang bertanggung jawab secara moral - memiliki janji untuk memperkuat perdagangan dan kemajuan ekonomi di dunia saat ini. Monopoli dari sudut pandang bisnis diartikan sebagai suatu kondisi bisnis di mana ada satu perusahaan yang memiliki layanan yang dibutuhkan oleh banyak orang. Dengan demikian, perusahaan ini ada dalam kondisi tidak memiliki pesaing (competitor). Perusahaan yang bersifat monopoli, dapat mengambil keuntungan yang maksimal akibat tekanan yang diberikannya terhadap pasar. Praktik monopoli yang kita maksudkan di sini adalah praktik menimbun harta sehingga menyebabkan barang dan harga menjadi naik karenanya. Praktik membuat langka barang di pasar akibat aksi penimbunan inilah yang disebut monopoli.

Beberapa pendapat mengenai hukum monopoli adalah haram yaitu Al-Baji (403-494 H) seorang ulama Malikiyyah dalam karyanya al-Muntaqa mendefinisikan ihtikar sebagai perbuatan yang haram karena dianggap sebagai kezaliman yang dapat merugikan orang lain. Pendapat Al-Baji ini diperkuat oleh

Ibn Qudamah (w 620 H) yang mengartikan ihtikar dapat membahayakan jiwa orang banyak apalagi jika ditimbun. Al-Syirazi dalam karyanya al-Muhadzdzab menyatakan ihtikar adalah makruh tanzih. Al-Subki (w 750 H) menyatakan hukum ihtikar adalah makruh tahrim. Al-Kasani dalam karyanya Bada'i al-Shanai menyatakan bahwa keharaman ihtikar hanya berlaku untuk dua makanan pokok yaitu kurma dan anggur. Pendapat al-Kasani di perkuat oleh Ibn al-Qudamah dalam karyanya al-Mughni menyatakan bahwa ihtikar yang diharamkan adalah makanan pokok dengan alasan semua orang membutuhkan.

Rasulullah SAW menegaskan bahwa akibat perbuatan orang yang melakukan monopoli adalah kebangkrutan dan penyakit judzam. Mengaitkan praktik monopoli dengan penyakit judzam (sejenis lepra) adalah memang hal yang aneh. Sebuah hal yang tentunya Allah SAW dan Rasul-Nya yang tahu. Namun, bila mengaitkan antara praktik monopoli dengan kebangkrutan, memang ada benarnya. Akibat ulah satu pihak oknum yang menguasai pasar barang, ulah penimbunannya bisa menyebabkan krisis bagi satu negara. Allah subhanahu wa ta'ala berfirman yang artinya: "barang siapa yang bermaksud di dalamnya (Mekkah) melakukan kejahatan secara lalim, niscaya akan Kami rasakan kepadanya sebahagian siksa yang pedih." (QS. Al-Hajj: 25)

Menurut ath-Thobari di dalam tafsirnya (9/131): Yang dimaksud melakukan kejahatan di dalamnya adalah melakukan monopoli makanan di Mekkah. Abu Sa'id al-Khudri radhiyallahu 'anhu meriwayatkan bahwasanya Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda yang artinya:

"Tidak boleh memberikan madharat kepada diri sendiri dan kepada orang lain, barang siapa yang memberikan madharat kepada orang lain, maka Allah akan memberikan madharat kepadanya, dan barangsiapa yang memberikan beban kepada orang lain, maka Allah akan memberikan beban kepadanya. (HR. Daruquthni (3/ 77), hal yang sama juga terdapat dalam kitab Bulughul Maram, hadits: 910).

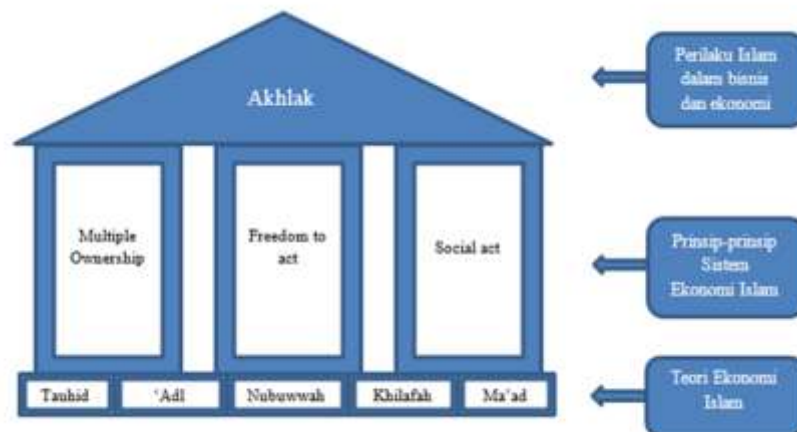
Ibnu Sholah menegaskan bahwa hadist ini dinisbatkan kepada Daruquthni dari berbagai jalan yang kesemuanya menguatkannya dan menjadikan hadist ini hasan. Mayoritas ulama menerimanya dan dijadikan sebagai sandaran dalam hukum. Guna memperkuat argumen bahwa Islam sangat

tidak mendukung adanya praktik monopoli, hadist yang diriwayatkan oleh Ma'mar bin Abdullah radhiyallahu 'anhu bahwa rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "Barangsiapa menimbun barang, maka ia berdosa." (HR. Muslim (1605).

Dari penjelasan sumber hukum Islam baik dari Al-Qur'an dan beberapa hadits diatas memberikan pesan bahwa monopoli adalah sikap atau tindakan yang tidak baik, dilarang oleh agama dan akan berdampak pada kerugian yang bisa menyebabkan kehancuran pada dirinya sendiri serta masyarakat luas.

2.2 Bangun Rancang Ekonomi Islam

Ekonomi Islam dibangun untuk tujuan suci, dituntun oleh ajaran Islam dan dicapai dengan cara-cara yang dituntunkan pula oleh ajaran Islam. Oleh karena itu, kesemua hal tersebut saling terkait dan terstruktur secara hierarki, dalam arti bahwa spirit ekonomi Islam tercermin dari tujuannya, dan ditopang oleh pilarnya. Tujuan untuk mencapai falah hanya bisa diwujudkan dengan pilar ekonomi Islam, yaitu nilai-nilai dasar (Islamic values), dan pilar operasional, yang tercermin dalam prinsip-prinsip ekonomi (Islamic principles). Dari sinilah akan tampak suatu bangunan ekonomi Islam dalam suatu paradigma, baik paradigm dalam berpikir dan berperilaku maupun bentuk perekonomiannya.



Gambar2.1 Bangun Rancang Ekonomi Islam

Dari kelima nilai-nilai yang menjadi dasar inspirasi untuk menyusun teori-teori dan proposisi ekonomi islami diatas dapat menurunkan tiga prinsip derivatif yang menjadi ciri-ciri sistem Ekonomi Islam, antara lain:

1. Multitype Ownership (Kepemilikan Multijenis)

Prinsip ini adalah penjelasan dari nilai tauhid yaitu pemilik primer langit, bumi dan seisinya adalah Allah, sedangkan manusia diberi amanah untuk mengelolanya. Jadi manusia dianggap sebagai pemilik sekunder. Dengan demikian, konsep kepemilikan swasta diakui namun untuk menjamin keadilan maka cabang-cabang produksi yang penting dan menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara.

2. Freedom to act (Kebebasan Bertindak/ Berusaha)

Dalam nilai-nilai nubuwah yaitu pada keempat sifat-sifat nabi, yakni *siddiq*, amanah, *fathanah*, dan *tabligh* bila digabungkan dengan nilai khilafah (*good governance*) akan melahirkan prinsip *freedom to act* pada setiap muslim, khususnya pelaku bisnis dan ekonomi. *Freedom to act* bagi setiap individu akan menciptakan mekanisme pasar dalam perekonomian, karena itu mekanisme pasar adalah keharusan dalam Islam dengan syarat tidak ada distorsi (proses penzaliman).

3. Social Justice (Keadilan Sosial)

Gabungan nilai khilafah dan nilai *ma'ad* melahirkan prinsip keadilan sosial. Dalam Islam, pemerintah bertanggung jawab menjamin pemenuhan kebutuhan dasar rakyatnya dan menciptakan keseimbangan sosial antara yang kaya dan yang miskin.

Dalam Islam, keadilan diartikan dengan suka sama suka dan satu pihak tidak menzalimi pihak lain. Islam menganut sistem mekanisme pasar, namun tidak semuanya diserahkan pada mekanisme harga, karena segala distorsi yang muncul dalam perekonomian tidak sepenuhnya dapat diselesaikan maka Islam membolehkan adanya beberapa intervensi, baik intervensi harga maupun pasar. Selain itu, Islam juga melengkapi perangkat berupa instrumen kebijakan yang difungsikan untuk mengatasi segala distorsi yang muncul.

2.3 Defini perilaku pedagang

Sebelum kita mengetahui pengertian dari perilaku pedagang alangkah baiknya kita mengetahui pengertian pedagang terlebih dahulu agar apa yang kita

fahami lebih jelas. Berikut terdapat beberapa pengertian pedagang yang harus kita ketahui dari beberapa pendapat diantaranya:

Pedagang merupakan pelaku ekonomi yang paling berpengaruh dalam sektor perdagangan karena kontribusinya adalah sebagai penghubung dari produsen ke konsumen. Kesejahteraan seorang pedagang dapat diukur dari penghasilannya, oleh karena itu faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang harus diperhatikan supaya pendapatan pedagang stabil dan kesejahteraannya meningkat sehingga kegiatan jual-beli di pasar tetap berjalan lancar, jumlah pedagang yang ada akan tetap bertahan dan semakin bertambah.

Perdagangan adalah tukar menukar barang atau sesuatu yang memberi manfaat dengan cara yang ditentukan. Perdagangan adalah orang yang menjalankan usaha berjalan, atau usaha pertukaran kecil, pedagang juga dapat diartikan orang yang dengan moral relatif bervariasi yang berusaha di bidang produksi dan penjualan barang atau jasa-jasa untuk memenuhi kebutuhan kelompok masyarakat.

Jadi perilaku pedagang adalah suatu tanggapan atau reaksi pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada di sekitar. Perilaku pedagang juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap orang pedagang, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang.

2.4 Karakter dasar Nabi Muhammad dalam berdagang

Islam memang menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan dan atau jual beli. Namun tentu saja untuk orang yang menjalankan usaha perdagangan secara Islam, dituntut menggunakan tata cara khusus, ada aturan mainnya yang mengatur bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha di bidang perdagangan agar mendapat berkah dan ridha Allah SWT di dunia dan akhirat.

Aturan main perdagangan Islam, menjelaskan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang Muslim dalam melaksanakan jual beli. Dan diharapkan dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan Islam tersebut, suatu usaha perdagangan dan seorang Muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah Allah SWT di dunia dan di

akhirat. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli, masing-masing akan saling mendapat keuntungan.

a. Siddiq

Siddiq berarti jujur atau benar. Dalam menjalankan bisnisnya, nabi Muhammad SAW selalu menunjukkan kejujuran. Beliau menyakini betul bahwa membohongi para pelanggan sama dengan mengkhianati mereka. Mereka akan kecewa bahkan tertipu. Akibatnya, mereka tidak akan bertransaksi bisnis lagi dan lambat laun bisnis akan hancur.

Dalam manajemen pemasaran modern, karakter siddiq sangat menentukan terciptanya layanan informasi secara benar. Bahkan, karakter siddiq merupakan dasar yang harus menyertai aktivitas bisnis. Dengan jiwa siddiq, hak atau kepentingan pelanggan tetap terpenuhi.

Kejujuran Nabi Muhammad dalam berbisnis dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Tidak mengingkari janji yang telah disepakati

Ubadah bin samit meriwayatkan, Nabi bersabda, “Berikanlah kepadaku enam jaminan dari diri kamu, maka aku menjamin surga untuk kamu yakni berlaku benar saat bicara, tepatilah jika kamu berjanji, tunaikanlah amanah, pejamkanlah mata kamu (dari yang dilarang), peliharalah kemaluanmu, tahanlah tanganmu (dari menyakiti atau mengambil hak orang).”

2) Tidak menyembunyikan cacat atas sesuatu yang ditransaksikan.

Mengenai hal ini, secara tegas Rasulullah SAW bersabda, “Bukan termasuk umatku, orang yang melakukan penipuan.”Rasul pun pernah bersabda, Tidak halal bagi seseorang untuk menjual sesuatu, melainkan dia harus menerangkan kekurangan (cacat) yang ada pada sesuatu itu.

3) Tidak mengelabui harga pasar

Rasul SAW telah melarang adanya penyembunyian harga pasar karena ketidaktahuan si penjual. Itu bisa terjadi ketika si pembeli menghadang barang yang dibawa penjual dari luar kota. penjual yang baru datang dan belum tiba di pasar tidak mengetahui harga terkini, sehingga ia menjual barang dagangannya dengan murah, di bawah harga pasar. Kekesalan

dan kekecewaanpun akan terjadi setelah penjual akan mengetahui harga pasaran yang sesungguhnya. Apabila itu terjadi, penjual memiliki hak khiyar dengan cara menuntut balik atau membatalkan transaksi jual beli.⁷

Dari cara berdagang nabi Muhammad telah di ajarkan bahwasanya Seorang pedagang wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual beli. Jujur dalam arti luas. Tidak berbohong tidak menipu. Tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya. Perbuatan yang tidak jujur selain merupakan perbuatan yang jelas-jelas dosa, jika biasa dilakukan dalam berdagang juga akan mewarnai dan berpengaruh negatif kepada kehidupan pribadi dan keluarga pedagang itu sendiri. Bahkan lebih jauh lagi, sikap dan tindakan yang seperti itu akan mewarnai dan mempengaruhi kehidupan bermasyarakat.

Dalam Al-Qur'an keharusan bersikap jujur dalam jual-beli, sudah diterangkan dengan sangat jelas dan tegas yang antara lain kejujuran tersebut di beberapa ayat dihubungkan dengan pelaksanaan timbangan, sebagaimana firman Allah Swt pada QS. Al-An'am(6) ayat 152

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ^ط وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

بِالْقِسْطِ^ط لَا تُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا^ط وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ^ط وَبِعَهْدِ اللَّهِ

أَوْفُوا^ط ذَلِكُمْ وَصْنَكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾

Artinya : “Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, sampai dia mencapai (usia) dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya. Apabila kamu berbicara, bicaralah sejujurnya, sekalipun dia kerabat (mu) dan penuhilah janji Allah. Demikianlah dia memerintahkan kepadamu agar kamu ingat.”

⁷ Muhammad Syafii Antonio, dkk. *Bisnis Dan Kewirausahaan* (Jakarta Selatan: Penerbit Tazkia Publishing, 2010), 64.

Kemudian pada surah Asy-Syu'ara (26) ayat 181-183

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴾ ﴿ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴾ وَلَا

تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿

Artinya : “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain, dan timbanglah dengan timbangan yang benar, dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi.”⁸

Shiddiq adalah meyakini kebenaran, berkata benar, dan berbuat benar. Kebenaran merupakan bisikan nuraninya yang paling objektif dan sesuai standar kebenaran yang paling hakiki. Shiddiq secara manajerial mengandung makna reliability (dapat dipercaya), truth (kebenaran), dan disclosure (penyingkapan kebenaran). Shiddiq juga bermakna jujur serta mengatakan dan berperilaku sebagaimana adanya tanpa dimanipulasi. Spesifik, kejujuran berlaku dalam beberapa hal, yaitu jujur dalam niat dan keinginan, jujur dalam hasrat, jujur dalam perbuatan, serta jujur dan ridha atas ketentuan Allah.

Modal utama bagi seorang pedagang muslim adalah kejujuran . kejujuran bahkan dapat mengalahkan persaingan bisnis. Begitu banyak konsumen yang justru merasa nyaman ketika berhubungan dengan pedagang yang jujur sehingga faktor harga dan lainnya menjadi terkesampingan karena mereka merasa lebih cocok dan nyaman. Seorang pedagang muslim harus bisa menjaga martabat dengan integritasnya. Adapun integritas akan mencapai apabila fondasinya adalah kejujuran. Dengan demikian, seorang pedagang muslim akan mendapatkan kepercayaan dari mitra usaha ketika ia mampu mempertahankan dan meningkatkan kadar integritasnya.⁹

b. Amanah

Amanah berarti dapat di percaya. Dalam konteks ini, amanah adalah tidak mengurangi atau menambah sesuatu dari yang seharusnya atau dari yang telah disepakati dan setiap seseorang yang diberi amanah harus

⁸ Darmawati, “Perilaku Jual Beli Di Kalangan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, Dalam Jurnal Fenomena, Vol. Iv No. 2, 2012, (Samarinda: Fenomena, 2012), 130.

⁹ Agus Siswanto, *The Power Of Islamic Entrepreneurship*, (Jakarta, Penerbit Amzah, 2016), 117.

benar-benar menjaga dan memegang amanah tersebut. Seorang pebisnis haruslah dapat dipercaya, seperti yang telah dicontohkan Nabi Muhammad SAW dalam memegang amanah. Saat menjadi pedagang, Nabi Muhammad selalu memberikan hak pembeli hak pembeli dan orang-orang yang memercayai modalnya kepada beliau.

Dalam dunia marketing nilai-nilai amanah sama penting kedudukannya dengan nilai-nilai *siddiq*. Bagi perusahaan, pebisnis, dan pekerja, sifat amanah akan membawa keuntungan besar. Sebab, ketika mitra bisnis atau para pembeli memutuskan untuk membelanjakan uangnya, mereka menganggap pedagang itu dapat dipercaya (amanah). Dalam hadist disebutkan, “Tidaklah beriman orang yang tidak memegang amanah, dan tidak ada agama bagi orang yang tidak menepati janji”.

Amanah adalah dapat di percaya dan merupakan sifat yang langka. Amanah merupakan dasar dari tanggung jawab, kepercayaan, dan kehormatan. Dalam amanah terkandung nilai-nilai yang harus di tumbuhkan, yaitu *honesty* (kejujuran), *responsibility* (bertanggung jawab), *commitment* (komitmen), *accountable* (bertanggung jawab), *honorable* (yang terhormat), dan *credibility* (dapat dipercaya).¹⁰

c. **Fatanah**

Fatanah berarti cakap atau cerdas. Pebisnis yang cerdas mampu memahami peran dan tanggungjawab bisnisnya dengan baik. Diapun mampu menunjukkan kreativitas dan inovasi guna mendukung dan mempercepat keberhasilan. Seiring itu, pebisnis yang cerdas mampu memberikan sentuhan nilai yang efektif dan efisien dalam melakukan kegiatan pemasaran.

Di dunia bisnis yang penuh persaingan seperti saat ini, kecerdasan dalam berbisnis (kreativitas dan inovasi) sangatlah vital. Jika tidak, sukses dan keberlangsungan hidup suatu usaha akan terancam.

Dalam transaksi muamalah, prinsip-prinsip yang dijiwai sifat fatanah tercermin dari:

- 1) Mengadministrasikan dokumen transaksi, Allah berfirman dalam surat Al-baqarah (2) : 282

¹⁰ Agus Siswanto, *The Power Of Islamic Entrepreneurship*, (Jakarta, Penerbit Amzah, 2016), 118.

وَلْيَكْتُبْ^٤ فَاكْتُبُوهُ مُسَمًّى أَجَلٍ إِلَىٰ يَدَيِّنِ تَدَايِنْتُمْ إِذَا ءَامَنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا
 وَلْيَمْلِلِ فَلْيَكْتُبْ^٥ اللَّهُ عَلَّمَهُ كَمَا يَكْتُبُ أَنْ كَاتِبٌ يَأْبَ وَلَا^٦ بِالْعَدْلِ كَاتِبٌ بَيْنَكُمْ
 أَوْ سَفِيهًا الْحَقُّ عَلَيْهِ الَّذِي كَانَ فَإِنْ شَيْءًا مِنْهُ يَبْخَسُ وَلَا رَبَّهُ اللَّهُ وَلَيَتَّقِ الْحَقُّ عَلَيْهِ الَّذِي
 مِنْ شَهِيدِينَ وَأَسْتَشْهِدُوا^٧ بِالْعَدْلِ وَلِيُّهُ فَلْيَمْلِلْ هُوَ يُمِلُّ أَنْ يَسْتَطِيعَ لَا أَوْ ضَعِيفًا
 تَضِلُّ أَنْ الشُّهَدَاءِ مِنْ تَرْضَوْنَ مِمَّنْ وَأَمْرَاتَانِ فَرَجُلٌ رَجُلَيْنِ يَكُونَا لَمْ فَإِنْ رَجَالِكُمْ^٨
 أَنْ تَسْعَمُوا وَلَا^٩ دُعُوا مَا إِذَا الشُّهَدَاءُ يَأْبَ وَلَا^{١٠} الْأُخْرَىٰ إِحْدَاهُمَا فَتَذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا
 تَرْتَابُوا^{١١} أَلَّا وَأَدَّتْ لِلشَّهَادَةِ وَأَقَوْمُ اللَّهُ عِنْدَ أَقْسَطِ ذَلِكُمْ أَجَلِهِ إِلَىٰ كَبِيرًا أَوْ صَغِيرًا تَكْتُبُوهُ
 تَكْتُبُوهَا أَلَّا جُنَاحٌ عَلَيْكُمْ فَلَيْسَ بَيْنَكُمْ تُدِيرُونَهَا حَاضِرَةً تَجْرَةً تَكُونَ أَنْ إِلَّا^{١٢}
 اللَّهُ وَأَتَّقُوا^{١٣} بِكُمْ فُسُوقٌ فَإِنَّهُ تَفَعَّلُوا وَإِنْ شَهِيدٌ وَلَا كَاتِبٌ يُضَارُّ وَلَا تَبَايَعْتُمُ ذَا وَأَشْهَدُوا
 عَلِيمٌ شَيْءٍ بِكُلِّ وَاللَّهُ وَاللَّهُ وَيُعَلِّمُكُمْ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajar kepadanya, maka hendaklah dia menuliskan. Dan hendaklah orang yang berutang itu mendiktekan, dan hendaklah dia bertaqwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia mengurangi sedikitpun daripadanya. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnyanya atau lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, maka hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi laki-laki diantara kamu. Jika

tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, maka (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan diantara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada), agar jika yang seorang lupa maka yang seorang lagi mengingatkannya. Dan janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Dan janganlah kamu bosan menuliskannya, untuk batas waktunya baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu, lebih adil disisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu kepada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perdagangan tunai yang kamu jalankan diantara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak menuliskannya. Dan ambillah saksi apabila kamu berjual beli, dan janganlah penulis di persulit dan begitu juga saksi. Jika kamu lakukan (yang demikian) maka sungguh, hal itu suatu kefasikan pada kamu. Dan bertaqwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu, dan Allah maha mengetahui segala sesuatu.”

2) Menjaga profesionalisme dan kualitas pelayanan

Dalam bertransaksi bisnis, nabi senantiasa memperlihatkan profesionalisme. Profesionalisme yang beliau tunjukkan mencerminkan kecerdasan beliau. “Sesungguhnya Allah sangat menyukai seorang hamba yang melakukan pekerjaannya dengan sebaik mungkin ”.

3) Kreatif dan inovatif

“Barang siapa menemukan sesuatu yang baru, maka baginya pahala atas penemuan itu dan pahala bagi orang yang mengamalkannya”.

4) Mengantisipasi perubahan yang terjadi di pasar, baik yang berhubungan dengan produk, teknologi, harga, maupun persaingan.

Kecakapan lain yang melekat pada sifat fatanah adalah antisipatif. Antisipatif artinya pengusaha harus selalu waspada akan berbagai gejolak pasar, baik yang berhubungan dengan vendor, kelancaran suplai bahan baku, masuknya pemain baru, ada potensi barang substitusi yang ditawarkan pasar, adanya kebijakan pajak atau cukai baru, maupun adanya inovasi

teknologi baru sehingga barang dengan teknologi lama akan kehilangan daya tawarnya.¹¹

Secara umum fathanah sering diartikan sebagai kecerdasan dan kapasitas keilmuan. Dalam makna ini sebenarnya juga terkandung aspek penguasaan kemahiran. Makna lain dari fathanah adalah profesionalisme, yaitu memiliki kapasitas untuk melakukan sesuatu sesuai dengan keahlian. Pemaknaan tentang cerdas saat ini mengarah pada kemampuan menggunakan pikiran dengan berbagai cara.¹²

d. *Tabligh*

Secara bahasa *tabligh* bisa dimaknai dengan menyampaikan. Dalam konteks bisnis, pemahaman *tabligh* bisa mencakup argumentasi dan komunikasi. Penjual hendaknya mampu mengomunikasikan produknya dengan strategi yang tepat. Dengan sifat *tabligh*, seorang pebisnis diharapkan mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran. Dengan itu, pelanggan dapat dengan mudah memahami pesan bisnis yang disampaikan.

Rasulullah telah menunjukkan dirinya sebagai pedagang yang argumentatif dan komunikatif. Beliau juga merupakan sosok komunikator yang ulung, sehingga banyak mitra bisnis dan pelanggan merasa senang berbisnis dengannya. Lebih dari itu, beliau mampu memberi pemahaman kepada mereka perihal bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.¹³ *Tabligh* memiliki arti menyampaikan dalam konotasi pesan, bukan barang atau benda. *Tabligh* mensyaratkan pada jenis pesan yang sah dan membawa keberkahan hidup yang dibangun berdasarkan cinta. Esensi *tabligh* adalah memerintahkan kebaikan dan mencegah kemungkaran berdasarkan cinta dan bertujuan mendapatkan ridho dari Allah.¹⁴

Argumen di atas menjadi sebuah gambaran bagi lembaga atau perusahaan dengan struktur organisasi yang jelas dan berafiliasi dengan nilai-

¹¹ Muhammad Syafii Antonio, dkk. *Bisnis Dan Kewirausahaan* (Jakarta Selatan: Penerbit Tazkia Publishing, 2010), 65.

¹² Agus Siswanto, *The Power Of Islamic Entrepreneurship*, (Jakarta, Penerbit Amzah, 2016), 118.

¹³ Muhammad Syafii Antonio, dkk. *Bisnis Dan Kewirausahaan* (Jakarta Selatan: Penerbit Tazkia Publishing, 2010), 67.

¹⁴ Agus Siswanto, *The Power Of Islamic Entrepreneurship*, (Jakarta, Penerbit Amzah, 2016), 119.

nilai Islam agar mereka akan pentingnya akhlak atau etika. Organisasi modern merupakan organisasi dengan prinsip seperti transparansi, akuntabilitas, keterbukaan, egalitarianisme, profesionalisme dan pertanggungjawaban juga mendapat perhatian yang serius, Al Qur'an telah sejak lama memberikan aturan dan prinsip-prinsip dasar yang menjadi landasan bagi pembentukan organisasi modern atau perusahaan yang melakukan usaha dalam bidang ekonomi.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

3.1 Sumber Data

Dalam penelitian ini, instrumen utamanya adalah peneliti itu sendiri. Sumber data primer adalah observasi dan wawancara dengan komisioner KPPU RI, staff ahli KPPU RI, dan akademisi pengajar mata kuliah persaingan usaha. Sedangkan sumber data sekunder berupa informasi dari sumber lain yang dianggap memiliki keterkaitan dengan tema tersebut, seperti Undang-undang, internet, koran, majalah, dokumen, dan lainnya.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Penelitian kualitatif ini akan menggunakan tiga metode pengumpulan data, yaitu Observasi, Wawancara Mendalam (In-depth Interview), Dokumentasi, dan Triangulasi.

3.3 Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data terdiri dari sejumlah komponen. Tetapi, proses analisis data secara keseluruhan melibatkan usaha memaknai data berupa teks atau gambar. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan langkah-langkah analisis data yang ditawarkan oleh Creswell. Langkah tersebut bisa digambarkan melalui tahapan berikut:

- a. Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini melibatkan transkrip wawancara, mengetik data lapangan, mengumpulkan dokumen, atau memilah-milih dan menyusun data tersebut ke dalam jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.
- b. Membaca keseluruhan data. Langkah ini ingin membangun general sense atas informasi yang diperoleh dan merefleksikan maknanya secara keseluruhan
- c. Menganalisis lebih detail dengan meng-coding data. Coding merupakan proses mengolah informasi menjadi segmen-segmen tulisan sebelum memaknainya.
- d. Mempertimbangkan petunjuk-petunjuk detail yang dapat membantu proses coding
- e. Deskripsi yang akan disajikan dalam laporan
- f. Interpretasi dan memaknai data

Dengan adanya tahapan penelitian diatas, poin pada angka 1-4 menjadi bagian ketua peneliti dalam proses pengelolannya, sedang pada pin 5-6 adalah bagian anggota yang akan memaknani serta membuat deskripsi laporan yang akan disajikan kepada pihak-pihak yang terkait. Diharapkan penelitian ini akan bisa memberikan manfaat kepada peneliti sendiri, komisioner KPPU, akademisi juga pemerintah sehingga bisa menjadi sebuah rujukan bagi penelitian-penelitian ke depan dan akan bisa menjadi bahan pembuatan kebijakan nasional yang produktif dan mandiri sehingga akan bisa menaikkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat Indonesia yang lebih baik.

3.4 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data ini dilakukan melalui beberapa tahap seperti:

- a. Editing, yaitu memeriksa kembali semua data yang diperoleh, terutama dari segi kelengkapan, keterbatasan, kejelasan makna dan keselarasan satu dengan yang lainnya, relevansi serta keseragaman data.
- b. Organizing, yaitu dengan menyusun dan mensistematiskan data-data dalam kerangka paparan sehingga menghasilkan bahan untuk dijadikan rumusan deskripsi.

3.5 Metode Analisis Data

Dalam menganalisa data, peneliti menggunakan satu kerangka analisis pemikiran sebagai bentuk dari praktek sosial. Diperlukan kajian kritis terhadap ilmu ekonomi dalam mencegah praktek persaingan tidak sehat; praktek monopoli dan kartel. Metode ini diukung dengan penggunaan metode deskriptif-historis. Dengan proses pencarian fakta yang menggunakan ketepatan interpretasi. Deskripsi ini menjelaskan, bahwa suatu fakta, dalam hal ini pemikiran dan nilai-nilai yang melekat pada ilmu ekonomi islam dalam mencegah persaingan usaha tidak sehat.

Guna menguatkan bahan penelitian, maka kami selaku ketua peneliti dan anggota peneliti menggali lebih dalam kepada para praktisi yang sedang aktif bekerja di KPPU baik dari wilayah hingga sampai pusat, bahkan tak lupa juga beberapa dosen yang tergabung dalam forum dosen persaingan usaha (FDPU) kami berupaya menggali informasi baik secara praktis maupun pengetahuan yang mereka miliki. Dan untuk membuat kekuatan dan kevalidan informasi tentang keunggulan ekonomi islam, para praktisi dan dosen yang bergelut dalam ekonomi islam kami jadikan informan, hasil wawancara menegaskan bahwa disiplin ilmu ekonomi islam mempunyai banyak keunggulan baik secara landasan, falsafah, historis maupun praktis.

4. Pembahasan

4.1 Pemikiran dan Nilai Ekonomi Islam Dalam Mencegah Persaingan Usaha Tidak Sehat

Dalam pandangan Islam khususnya ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang saling bertentangan. Bisnis merupakan simbol dari urusan duniawi namun juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya, jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan), maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam Islam, pengertian bisnis itu sendiri tidak dibatasi urusan dunia, tetapi mencakup pula seluruh kegiatan kita di dunia yang “dibisniskan” (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat.

Guna menganalisis dampak yang ditimbulkan dari praktek kartel dalam perdagangan dari perspektif hukum Islam, diperhatikan norma dan etika perdagangan yang ditetapkan syara' dalam bermuamalah. Berdasarkan norma dan etika yang ada, perilaku yang ditimbulkan dari usaha tersebut jelas bertentangan, karena Islam lebih menekankan kejujuran dan keadilan dalam melakukan praktek usaha. Model Islam etika bisnis normatif menjelaskan bagaimana model etika ini berupaya menyeimbangkan kebutuhan berbagai pemangku kepentingan, dan mendiskusikan mekanisme penegakannya. Pendekatan Islam terhadap etika bisnis ini berpusat pada kriteria yang sama dengan teori pemangku kepentingan seperti keadilan dan keseimbangan, dan mencakup kriteria tambahan yang unik seperti kepercayaan dan kebajikan.

Mengenai proses penetapan harga yang dilakukan oleh sekelompok para pengusaha yang melakukan kartel, sesuai dengan hadits dibawah ini mengenai penetapan harga:

“...Wahai Rasulullah, harga-harga telah melambung tinggi, maka tetapkanlah standar harga untuk kami.” Beliau lalu bersabda: Sesungguhnya Allah yang menentukan harga, yang menyempitkan dan melapangkan, dan Dia yang memberi rezeki. Sungguh, aku berharap ketika berjumpa dengan Allah tidak ada seseorang yang meminta pertanggungjawaban dariku dalam hal darah dan harta.”

Hadits di atas pada dasarnya menegaskan bahwa harga ditentukan oleh pasar, memberikan harga berlaku menurut alamiahnya, tanpa campur tangan dari pihak mana pun. Misalnya pedagang menjual dagangannya dengan baik dan tidak mengandung kezaliman, namun kemudian harganya naik karena banyaknya orang yang meminta barang tersebut. Namun jika berbagai faktor yang tidak alamiah terjadi di pasar, misalnya terjadi monopoli sehingga masyarakat kesulitan memenuhi kebutuhannya, atau masyarakat sangat memerlukan barang tertentu, namun pedagang tidak mau menjualnya kecuali dengan harga yang tinggi, maka diperlukan intervensi terhadap pasar.

4.2 Dampak Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat bagi masyarakat

Dampak dari ihtikar bisa membuat kondisi kacau dan situasi perekonomian yang tidak stabil, hal ini karena mahalannya barang-barang pokok yang menjadi kebutuhan manusia. Setiap hari harga-harga agar melambung

cukup tinggi dan nilai tawar barang-barang yang lainnya juga akan mengikutinya karena adanya imbas dari kelangkaan barang yang ada di tengah masyarakat. Dalam hukum ekonomi dijelaskan bahwa apabila permintaan meningkat sedangkan barang menurun maka harga akan cenderung naik. Peningkatan ini tentu akan memberikan dampak yang luas sesuai hukum ekonomi di atas maka semakin tinggi persediaan barang di pasar maka harga barang semakin naik dan permintaan terhadap barang semakin berkurang.

Kondisi seperti ini produsen bisa menjual barang dengan harga yang lebih tinggi dari harga normal dan penjual akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari keuntungan normal, sementara konsumen akan menderita kerugian. Jadi akibat ihtikar masyarakat akan dirugikan oleh ulah sekelompok kecil manusia, oleh sebab itu dalam pasar monopoli seorang produsen dapat bertindak sebagai price maker atau penentu harga, dampak lebih jauh dari ihtikar adalah rusaknya mekanisme pasar dan juga menghentikan keuntungan yang akan diperoleh oleh orang lain dan dapat menghambat proses distribusi kekayaan sesama manusia, sebab konsumen masih harus membayar harga produk yang lebih tinggi dari ongkos marginal.

Dampak positif dengan adanya monopoli antara lain:

- a. Dapat memaksimalkan efisiensi pengelolaan sumber daya ekonomi tertentu. Apabila sumber daya ekonomi dikelola oleh salah satu usaha sel tunggal yang besar masih ada kemungkinan bahwa pihak tertentu agar bisa dihindari. Monopoli juga bisa menjadi sarana untuk meningkatkan pelayanan terhadap konsumen dalam industri tertentu.
- b. Dalam bidang usaha pelayanan telekomunikasi misalnya akan bisa saling berhubungan tanpa kesulitan karena hubungan itu difasilitasi oleh satu perusahaan yang memiliki basis teknologi yang bisa dimanfaatkan oleh semua konsumen, hal ini mungkin saja tidak terjadi jika usaha pelayanan telekomunikasi dibuka bagi persaingan.
- c. Dalam hal terjadi persaingan ada kemungkinan perusahaan-perusahaan yang saling bersaing yaitu mengembangkan sendiri teknologi mereka bagi konsumen mereka sendiri, dengan demikian ada kemungkinan mereka memiliki basis teknologi yang saling berbeda yang akan menyurutkan

konsumen perusahaan yang satu untuk berhubungan dengan konsumen perusahaan yang lainnya.

- d. Monopoli bisa menghindarkan duplikasi fasilitas umum, adakalanya bidang usaha tertentu akan lebih efisien bagi publik apabila dikelola hanya oleh satu perusahaan, contoh jika distribusi air minum diberikan pada lebih dari satu perusahaan yang saling bersaing yang mungkin terjadi adalah bahwa mereka akan membangun sendiri instalasi atau penampungan pipa pipa air minum mereka, dari sisi kepentingan publik duplikasi fasilitas air minum itu bisa dianggap sebagai sesuatu yang kurang efisien.
- e. Dari sisi produsen monopoli bisa menghindarkan biaya iklan serta biaya diferensiasi. Artinya jika terjadi persaingan penghasilan perusahaan yang akan bersaing akan saling mencoba merebut konsumen dengan banyak cara, iklan akan menjadi cara yang cukup penting untuk menjangkau konsumen. Setiap perusahaan juga akan berkecenderungan untuk membuat produk-produk mereka bisa dibedakan.
- f. Dalam monopoli biaya kontraktual bisa dihindarkan, persaingan membuat kekuatan ekonomi tersebar dengan demikian maka para pelaku ekonomi akan memiliki kekuatan relatif yang tidak jauh berbeda, konsekuensinya jika mereka akan saling transaksi waktu biaya dan tenaga yang diperlukan menjadi lebih besar. Kondisi ini tidak dijumpai dalam kondisi monopoli di mana peluang untuk bernegosiasi tidak terlalu besar, monopoli bisa digunakan sebagai sarana untuk melindungi sumber daya tertentu yang penting bagi masyarakat luas dari eksploitasi yang semata-mata bersifat 'profit motive'.

Dampak negatif dari monopoli antara lain:

- a. Monopoli akan membuat konsumen tidak mempunyai kebebasan memilih produk sesuai dengan kehendak dan keinginan mereka, jika penawaran sepenuhnya dikuasai oleh seorang produsen secara praktis pada konsumen tidak punya pilihan lain, dengan kata lain mau tidak mau para konsumen harus menggunakan produk salah satunya itu.
- b. Monopoli membuat posisi konsumen menjadi rentan di hadapan produsen, ketika produsen menempati posisi sebagai pihak yang lebih dibutuhkan

daripada konsumen, terbuka peluang besar bagi produsen untuk merugikan konsumen melalui penyalahgunaan posisi monopolistiknya, antara lain menjadi penentuan harga secara sepihak dan menyimpang dari biaya produksi riil.

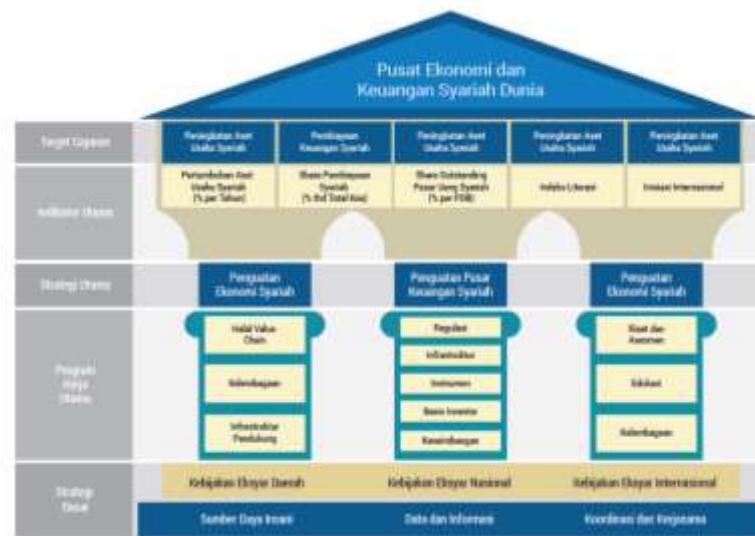
- c. Monopoli juga berpotensi menghambat inovasi teknologi dan proses produksi. Dalam keadaan tidak ada pesaing produsen lantas tidak memiliki motivasi yang cukup besar untuk mencari dan mengembangkan teknologi dan proses produksi baru, akibatnya inovasi teknologi dalam proses produksi akan mengalami stagnasi.
- d. Berkurangnya tingkat kesejahteraan konsumen, pada pasar monopoli terdapat kemungkinan berlakunya keadaan berikut; harga akan lebih tinggi, jumlah produksi lebih rendah, dan keuntungan lebih besar daripada di dalam pasar persaingan sempurna. Sesuai dengan kemungkinan tersebut monopoli dapat menimbulkan akibat yang timbul terhadap kesejahteraan masyarakat dan distribusi pendapatan menjadi lebih tidak merata. Monopoli akan memperoleh keuntungan yang lebih besar dari normal, dan ini akan dinikmati oleh pengusaha monopoli dan pemegang pemegang sahamnya. Mereka terdiri dari penduduk yang berpendapatan tinggi atau menengah, para pekerja yang juga merupakan konsumen antara golongan yang relatif miskin yang tidak akan memperoleh sesuatu apapun dari keuntungan yang lebih tinggi dari keuntungan normal tersebut.
- e. Produksi tidak dapat berjalan secara efisien karena perusahaan mempunyai dorongan untuk mengurangi suplai pasar guna mendapatkan harga yang lebih tinggi dengan produksi yang dihasilkan, para monopolis senantiasa akan lebih rendah dibandingkan pada pasar yang berjalan secara sempurna. Produksi tidak berjalan secara efisien, karena perusahaan mempunyai dorongan untuk mengurangi suplai pasar guna mendapatkan harga yang lebih tinggi. Tingkat produksi yang dihasilkan para monopolis senantiasa akan lebih rendah dibandingkan dengan jika pasar berjalan secara sempurna.

Jadi tindakan yang dilakukan dengan sengaja oleh sekelompok orang atau lebih yang bertujuan untuk menguasai pasar, meraih keuntungan yang maksimal yang bersikap intimidasi (bukan pihak lain secara luas) sangat tidak di

perkenankan, tanah yang banyak merugikan masyarakat yang secara hukum positif dijamin dan dilindungi oleh pemerintahan dan secara makro ekonomi akan dapat merusak tatanan sosial dan perekonomian Indonesia yang mengalami pergeseran menjadi negara maju

4.3 Pendapat Ahli Ekonomi Islam dan Persaingan Usaha, Praktisi dan Pengusaha tentang Keunggulan Ekonomi Islam dalam Mencegah Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim mencapai 87, 18% dari populasi 232,5 juta jiwa menurut (global islamic economy report 2018-2019). Kondisi ini merupakan ukuran pangsa pasar produk dan jasa berbasis ekonomi syariah yang sangat besar. Desain pengembangan ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia salah satunya diinisiasi oleh bangsa Indonesia yang dilakukan pada tanggal 6 Juni 2017 dalam bentuk cetak biru atau blue print ekonomi dan keuangan syariah Indonesia seperti pada gambar di bawah ini.



Gambar 2.7.1 Kerangka Pengembangan Ekonomi dan Keuangan Syariah (Sumber: Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024, Badan Perencanaan Pembangunan Nasional)

Kerangka diatas diusulkan untuk menjadi dasar bagi strategi nasional pengembangan ekonomi dan keuangan syariah oleh seluruh pemangku kepentingan di bawah koordinasi KNKS. Secara garis besar kerangka ini memuat empat hal utama yakni; nilai nilai dan prinsip dasar pengembangan

ekonomi dan keuangan syariah, kerangka dasar kebijakan pengembangan ekonomi dan keuangan syariah, strategi dan rencana aksi ekonomi dan keuangan syariah, dan kerjasama dan koordinasi baik dengan pihak internal maupun eksternal ganda pengembangan ekonomi dan keuangan syariah.

5. Kesimpulan

Bahwa intisari sari dan substansi dari ekonomi Islam juga termaktub dalam undang-undang nomor 5 tahun 1999 yang memberikan rasa aman pada pelaku usaha dari praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, wujud undang-undang nomor 5 tahun 1999 juga memberikan pesan bahwa pemerintah melalui lembaga yang berwenang (KPPU) hadir dalam upaya mengendalikan adanya segala macam bentuk pelanggaran yang mengintimidasi banyak orang dan menguntungkan segelintir orang seperti praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Bahkan beberapa yang terkandung dalam undang undang anti monopoli tersebut juga mempunyai korelasi yang sangat kuat terhadap beberapa prinsip dan dalil pada ekonomi Islam terutama pada aspek pencegahan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Peneliti juga berterimakasih kepada ristekdikti yang telah mendanai riset ini, dukungan ini tentu sangat berarti bagi peneliti dalam pengembangan riset-riset yang berkaitan dengan pengembangan ekonomi Islam, kepada pihak rektorat juga LPPM Unisda yang telah mendukung penelitian ini juga kami haturkan terimakasih. Semoga semua dukungan itu bisa menjadi spirit dan motivasi untuk bisa melakukan penelitian dan pengabdian yang lebih baik..

DAFTAR RUJUKAN

- AL ARIF, M. Nur Rianto. Monopoli dan Ikhtikar dalam Ekonomi Islam. *Shirkah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, [SI], v. 1, n. 3, hal. 299-310, Desember 2016. ISSN 2503-4243.
- Bogdewic, S. P. (1991). Participant observation. In M. Ely (Ed.), *Doing qualitative research: Circles within circles* (pp. 4569). London: Falmer Press
- Coltart, C. and Henwood, K. (2012). On paternal subjectivity: A qualitative longitudinal and psychosocial case analysis of men's classed positions and transitions to first-time fatherhood. *Qualitative Research*, 12(1), 35-52.
- Corbin, J.M., Strauss, A.L., 2015. *Basics of Qualitative Research*, fourth ed. Sage Publications, California
- Damschroder, L.J., 2019. Clarity out of chaos: Use of theory in implementation research. *Psychiatry Res.* <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2019.06.036>.
- Damschroder, L.J., Lowery, J.C., 2013. Evaluation of a large-scale weight management program using the consolidated framework for implementation research (CFIR). *Implement. Sci.* 8, 51. <http://doi.org/10.1016/j.amepre.2008.08.005>.
- Damschroder, L.J., Reardon, C.M., Sperber, N., Robinson, C.H., Fickel, J.J., Oddone, E.Z., 2017. Implementation evaluation of the telephone lifestyle coaching (TLC) program: organizational factors associated with successful implementation. *Transl. Behav. Med.* 7, 233–241. <http://doi.org/10.1186/1748-5908-8-51>
- Ely, M. (1997). Working in interpretive modes. In M. Ely, R. Vinz, M. Anzul, & M. Downing (Eds.), *On writing qualitative research, living by words* (pp. 233273). London: Falmer
- Hakim, Arif (2015), Peran Pemerintah Dalam Mengawasi Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam, *jurnal iqtishadia*, vol 8, no. 1
- Hamilton, A., December 2013. Qualitative methods in rapid turn-around health services research. In: VA HSR&D National Cyberseminar Series: Spotlight on Women's Health, https://www.hsr.d.research.va.gov/for_researchers/cyber_seminars/archives/video_archive.cfm?SessionID=780 (accessed 5 April 2019).
- Hamilton, A.B., Brunner, J., Cain, C., Chuang, E., Luger, T.M., Canelo, I., Rubenstein, L., Yano, E.M., 2017a. Engaging multilevel stakeholders in an implementation trial

- of evidence-based quality improvement in VA women's health primary care. *Transl. Behav. Med.* 7, 478–485. <https://doi.org/10.1007/s13142-017-0501-5>.
- Hamilton, A.B., Cohen, A.N., Glover, D.L., Whelan, F., Chemerinski, E., McNagny, K.P., Mullins, D., Reist, C., Schubert, M., Young, A.S., 2013. Implementation of evidencebased employment services in specialty mental health. *Health Serv. Res.* 48, 2224–2244. <https://doi.org/10.1111/1475-6773.12115>.
- Hamilton, A.B., Farmer, M.M., Moin, T., Finley, E.P., Lang, A.J., Oishi, S.M., Huynh, A.K., Zuchowski, J., Haskell, S.G., Bean-Mayberry, B., 2017b. Enhancing mental and physical health of women through engagement and retention (EMPOWER): a protocol for a program of research. *Implement. Sci.* 12, 127. <https://doi.org/10.1186/s13012-017-0658-9>.
- Hamilton, A.B., Mittman, B.S., Campbell, D., Hutchinson, C., Liu, H., Moss, N.J., Wyatt, G.E., 2018. Understanding the impact of external context on community-based implementation of an evidence-based HIV risk reduction intervention. *BMC Health Serv. Res.* 18, 11. <https://doi.org/10.1186/s12913-017-2791-1>
- Maietta, R., Hamilton, A., 2018. Designing and executing qualitative data collection projects. In: Presentation at the 15th Annual Qualitative Research Summer Intensive. Chapel Hill, NC.
- Mannay, D., & Creaghan, J. (2016). Similarity and familiarity: Reflections on indigenous ethnography with mothers, daughters and school teachers on the margins of contemporary wales. In M. R. M. Ward (Ed.), *Gender identity and research relationships* (Vol. 14). *Studies in Qualitative Methodology*. Bingley, UK: Emerald Group Publishing Limited.
- McDowell, L. (1998). Elite in the city of London: Some methodological considerations. *Environment and Planning*, 30(12), 2133-2146. McDowell, L. (2000a). 'It's that Linda again': Ethical, practical and political issues involved in longitudinal research with young men. *Ethics, Place & Environment*, 4(2), 87-100. Relationship-Building in Research 163 Downloaded by Western University At 23:17 30 October 2016 (PT)
- McDowell, L. (2000b). The trouble with men? Young people, gender transformations and the crisis of masculinity. *International Journal of Urban and Regional Research*, 24(1), 201-209.

- McDowell, L. (2003). *Redundant masculinities: Employment change and white working class youth*. Malden, MA: Blackwell.
- McLeod, J. (2003). Why we interview now Reflexivity and perspective in longitudinal studies. *International Journal of Research Methodology*, 6(3), 201211.
- Ulfa Jamilatul Farida (2012), *Jurnal Ekonomi Islam La_Riba*, Vol VI, No. 2.
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- Syamsuatir, Tesis, Analisis Pemikiran Ekonomi Islam Baqir Al-Shadr, 2012 h. 5
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2010), hlm.6.
- John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, kuantitatif, dan Mixed*, terj. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012) edisi ketiga, hlm.274-278
- Karim, Adiwarmanto A., 2007, *Ekonomi Mikro Islami*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. H.185
- Muhammad Baqir Sadr, 2008, *Our Economic*, dalam “Buku Induk ekonomi Islam Iqtishoduna” terj. Yudi, Jakarta: Zahra: 2008
- Kuran, Timur. 1995. "Ekonomi Islam dan Subekonomi Islam." *Jurnal Perspektif Ekonomi* , 9 (4): 155-173
- Munir, Ahmad (2017), Tesis; *Islamic Governance in Islamic School Finance*, Airlangga Surabaya
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Beekun, R.I., Badawi, J.A. *Balancing Ethical Responsibility among Multiple Organizational Stakeholders: The Islamic Perspective*. *J Bus Ethics* 60, 131–145 (2005). <https://doi.org/10.1007/s10551-004-8204-5>
- Mufti, 2018, analisis hukum islam terhadap sistem kartel dalam undang - undang nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. <https://www.ahmadzain.com/read/karya-tulis/463/hukum-monopoli-dalam-islam/> di akses tanggal 5 Februari 2020 pukul 06.30 PM
- Ali, A. dan Al-Owaidan, A. (2008), "Etos kerja Islam: tinjauan kritis", *Manajemen Lintas Budaya: An International Journal* , Vol. 15 No. 1, hlm. 5-19
- Parente, Stephen, L., dan Edward C. Prescott. 1999. "Hak Monopoli: A Barrier to ices." *American Economic Review* , 89 (5): 1216-1233

Sugiarto, Irwan (2015), Perspektif Ilmu Ekonomi Dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Diskriminasi, *Jurnal Wawasan Hukum*, Vol. 33, No. 2.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 3 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 10 Huruf d (Praktek Diskriminasi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, hlm. 2.

Muhammad Syafii Antonio, dkk. *Bisnis Dan Kewirausahaan* (Jakarta Selatan: Penerbit Tazkia Publishing, 2010), 64.

Darmawati, “*Perilaku Jual Beli Di Kalangan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*”, Dalam *Jurnal Fenomena*, Vol. Iv No. 2, 2012, (Samarinda: Fenomena, 2012), 130.

Agus Siswanto, *The Power Of Islamic Entrepreneurship*, (Jakarta, Penerbit Amzah, 2016), 117.

Munrokhim misanam, M.A.Ec.,Ph D. *Ekonomi islam*,(Jakarta 2008), hal 301

Al-husaini Imam taqiyuddin abu bakar,*Kifayatul akhyar*, (surabaya 2011) hal 193

Ust. Abul Hiyadh, *Fathul muin*, (Surabaya) hal 194

H.sulaiman rasjid, *fiqih islam*, (bandung 2008) hal 282