



**IMPLEMENTASI ETIKA PERSAINGAN USAHA MENURUT ISLAM DAN UU NO.5
 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN
 USAHA TIDAK SEHAT
 (Studi Pada Pasar Made Sejahtera Kecamatan Lamongan)**

Ainul Masruroh¹, Elvin Muthoharoh²

¹Universitas Wahid Hasyim, Semarang

²Universitas Islam Darul Ulum Lamongan

Post-el: ainulmasrurohlmg@gmail.com¹

muthoharohe@gmail.com²

Abstrak	Info Artikel
<p><i>Aktivitas perdagangan penting untuk diperhatikan tidak hanya mencari untung semata. Pada kenyataan di lapangan, para pedagang kerap kali melaksanakan kegiatan perdagangan hanya sekedar untuk mencari keuntungan saja, tanpa memperhatikan nilai-nilai keislaman dan aturan hukum yang seharusnya penting sebagai landasan untuk melakukan proses perdagangan tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan ekonomi dan perundangan-undangan dari hukum Islam dan UU No. 5 Tahun 1999. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi, jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Berdasarkan hasil penelitian, Penerapan etika bisnis bagi pedagang dalam persaingan usaha sudah berjalan baik. Persaingan usaha yang dilakukan pedagang di Pasar Made Sejahtera dapat dikatakan persaingan yang jujur dan sehat yang sesuai dengan UU NO. 5 Tahun 1999 tentang larangan Praktek monopoli dan persingan usaha tidak sehat karena para pedagang yakin bahwa rizki telah diatur oleh Allah SWT. Para pedagang tidak terlalu memikirkan persaingan dan menganggap bahwa dalam berdagang pasti ada untung rugi dan semua itu harus di terima resikonya.</i></p>	<p>Diajukan : 21-11-2023 Diterima : 11-01-2024 Diterbitkan : 24-02-2024</p> <p>Kata kunci: <i>Etika; Persaingan, Usaha</i></p> <p>Keywords: <i>Ethics, Competition, Business</i></p>
<p><i>It is important to note that trading activities are not just about seeking profit. In reality on the ground, trader often carry out trading activities just to seek profit, without paying attention to Islamic values and law which should be important as a basis for carrying out the trading process. The method used in this research is a qualitative descriptive method using a statutory approach from Islamic law and Law no. 5 of 1999. The data collection techniques used were observation, interviews and documentation, the types of data used were primary and secondary data. Based on the research results, the application of business ethics for traders in business competition is already underway. Business competition carried out by traders at Made Sejahtera Market can be said to be honest and healthy competition in accordance with Law NO. 5 of 1999 concerning the prohibition of monopolistic practices and unhealthy business competition because traders believe that their fortunes have been regulated by Allah SWT. Traders don't think too much about competition and think that in trading there are bound to be profits and losses and the risks must be accepted.</i></p>	

Cara mensitasi artikel:

Masruroh, A., & Muthoharoh, E. (2024). Implementasi Etika Persaingan Usaha Menurut Islam dan UU No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *IJCD: Indonesian Journal of Community Dedication*, 2(1), 90–98. <https://jurnal.academiacenter.org/index.php/IJCD>

PENDAHULUAN

Islam memiliki aturan (syari'ah) pada semua aspek kehidupan. Termasuk di dalamnya aturan bermuamalah (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (syari'ah) dalam ajaran Islam di bidang muamalah tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan (rizki) yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembagunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuh kebutuhan, kesepakatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat.

Dalam dunia perdagangan (persaingan bisnis), Islam sebagai salah satu aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang jelas dan rinci tentang hukum dan etika persaingan, serta telah disesuaikan dengan ajaran-ajaran Islam. Hal itu dimaksudkan dengan tujuan untuk menghindari adanya persaingan-persaingan yang tidak sehat.

Dengan kata lain bisnis Islami adalah keseluruhan dari peraturan-peraturan dan ketentuan-ketentuan hukum yang berkaitan dengan praktik bisnis secara syar'i atau sesuai dengan syari'ah guna meningkatkan kesejahteraan dan kemaslahatan umat manusia (Kadir, 2013). Dari sinilah kemudian akan tampak betapa pentingnya etika bisnis islam, sebuah kombinasi bisnis dengan nilai etika(Latif, 2017).

Kegiatan jual beli merupakan salah satu kebutuhan masyarakat sebagai sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Salah satu sarana tempat jual beli itu adalah pasar, dalam lingkungan pemasaran dapat berubah dan serba tidak pasti serta memberikan peluang dan ancaman. Seiring dengan berkembangnya zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis(Umi Mursidah, 2022).

Munculnya wacana tentang etika bisnis tak lain dikarenakan realitas di lapangan menunjukkan berbagai penyimpangan dalam dunia jual beli. Dan salah satunya adalah bisnis yang telah mengabaikan nilai-nilai moralitas. Hal ini sering terjadi jika para pelaku bisnis dalam menjalankan aktivitas mereka hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Dampaknya jelas mereka akan menghalalkan berbagai cara demi mendapatkan apa yang mereka inginkan, dan tentu akan meninggalkan etika berbisnis yang sehat dan benar. Aspek moralitas dalam persaingan bisnis jelas dianggap sebagai satu penghalang, oleh karena itu pelaku bisnis sering menempatkan moralitas di tempat yang kesekian. Sementara mengejar keuntungan hal pertama yang harus jadi pegangan. Mereka juga sering menganggap bahwa prinsip moralitas hanya akan membatasi segala aktivitas bisnis, sementara kebebasan tanpa aturan dianggap sebagai kunci utama untuk meraih kesuksesan(Durin, 2020).

Namun demikian, ada juga yang mempunyai satu pendapat dan keyakinan bahwa kesuksesan suatu bisnis tak akan dilepaskan karena pengaruh etika. Kalangan ini

beralasan bahwa etika merupakan landasan dasar segala tindakan manusia di semua aspek kehidupan manusia, tak terkecuali dengan aktivitas bisnis. Sehingga aspek etika tak bisa ditinggalkan dengan begitu saja, kemanfaatan etika dalam usaha bisnis jelas dibutuhkan sebagai salah satu pengendali bagi para pelaku bisnis untuk senantiasa menjalankan roda bisnis mereka dalam jalur yang sesuai dengan kaidah-kaidah yang telah ditentukan dan berlaku didalam masyarakat. Harapan inilah yang kemudian menjadi satu penyemangat untuk senantiasa menerapkan etika dalam berbisnis (Arifin, 2009).

Bersama dengan semakin besarnya kesadaran etika dalam berbisnis, orang mulai menekankan pentingnya keterkaitan faktor-faktor etika dalam bisnis. Sesungguhnya dalam hal seluruh pelaksanaan kehidupan telah di atur dalam pandangan ajaran Agama Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syari'ah.

Penerapan etika bisnis tersebut juga harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk dalam penyelenggaraan produksi, konsumsi maupun distribusi. Tidak terkecuali penerapan etika bisnis islam di pasar Made Sejahtera yang berada di Made, Lamongan ini.

Pasar Made Sejahtera adalah pasar yang berada di tengah-tengah pemukiman perumnas Made. Pasar ini berada di Jl. Made Mulyo No 1, kec. Lamongan, kab. Lamongan. Pasar Made Sejahtera mulai beraktifitas sejak pukul 04.30 WIB. Pasar ini sangat membantu warga Made dan sekitarnya. Apapun kebutuhan rumah tangga sudah bisa terpenuhi cukup di pasar Made Sejahtera.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh dengan melakukan suatu penelitian ilmiah yang diberi judul "Etika Persaingan Usaha Menurut Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Made Sejahtera Lamongan".

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan ekonomi dan perundang-undangan (sumber hukum Islam dan UU No.5 Tahun 1999). sumber data primer diperoleh dari pelaku usaha di pasar Made Sejahtera. Sumber data sekunder berupa buku dan jurnal. teknik pengumpulan data dengan cara melakukan observasi di tempat kejadian. Selanjutnya dilakukan wawancara dan dokumentasi kepada para pelaku usaha di Pasar Made Sejahtera. Proses analisis data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan..

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hubungan atau Korelasi Persaingan Usaha dengan Etika Bisnis Islam

Terdapat hubungan yang erat antara etika bisnis dan persaingan usaha. Terdapatnya aspek hukum dan aspek etika bisnis sangat menentukan terwujudnya persaingan yang sehat. Munculnya persaingan yang tidak sehat disebabkan karna peranan hukum dan etika bisnis dalam persaingan usaha belum berjalan sebagaimana mestinya. Dalam bisnis, terjadi persaingan yang ketat, yang kadang-kadang menyebabkan pelaku usaha menghalalkan segala usaha untuk memperoleh keuntungan usaha dan memenangkan persaingan(Latif, 2017).

Etika bisnis adalah perwujudan dari nilai-nilai moral. Hal ini disadari oleh sebagian besar pelaku usaha, karena mereka akan berhasil dalam kegiatan bisnisnya jika mengindahkan prinsip-prinsip etika bisnis. Jadi penegakan etika bisnis penting artinya dalam upaya menegakkan iklim persaingan sehat yang kondusif di Indonesia, penegakan etika bisnis dalam persaingan usaha semakin berat (Umi Mursidah, 2022). Kondisi ini semakin sulit dan kompleks, karena banyaknya pelanggaran terhadap etika bisnis oleh para pelaku bisnis itu sendiri, sedangkan pelanggaran etika bisnis tersebut tidak dapat diselesaikan melalui jalur hukum karena sifatnya yang tidak mengikat secara hukum.

Kondisi etika bisnis di kalangan pengusaha Indonesia sangat memprihatinkan seperti misalnya tampak adanya keserakahan, kolusi, korupsi, dan nepotisme yang menyebabkan timbulnya pengusaha besar atau kelompok pengusaha besar atau konglomerat, yang mengalahkan pengusaha kecil dan konsumen. Timbullah praktek bisnis curang seperti monopoli, kartel, dan sebagainya (Hasna, 2022).

Upaya ke arah terbentuknya persaingan sehat dan penegakan etika bisnis, telah dilakukan oleh pemerintah Indonesia dengan mengeluarkan dua buah undang-undang, yaitu Undang-undang Anti Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat dan Undang-undang perlindungan konsumen. Indikator dari persaingan sehat adalah tersedianya banyak produsen, harga pasar yang ditentukan berdasarkan keseimbangan antara peminat dan industry dan perdagangan. Adanya persaingan usaha yang sehat, akan menguntungkan semua pihak termasuk konsumen dan pengusaha.

2. Implementasi Etika Persaingan Usaha Menurut Islam di Pasar

Persaingan usaha dapat terjadi dimana saja salah satunya di Pasar Made Sejahtera. Persaingan usaha yang terjadi di Pasar yang ditawarkan persaingan antar penjual baik yang berjualan eceran maupun grosir. Motivasi harga ini lumrah terjadi dalam setiap aktivitas perdagangan dengan berbagai alasan dan motif. Di pasar salah satu alasan yang diperoleh dari persaingan harga ini adalah karena tidak ingin lebih unggul (menang dalam persaingan) sehingga beberapa penjual yang memiliki modal lebih banyak dari harga barangnya jauh di bawah harga yang terjadi di pasar. Dimana penurunan harga ini bukan Cuma-mata untuk meraup konsumen yang membeli tetapi lebih untuk tidak ingin ada kompetisi. Penulis yang diterima tidak semua pedagang yang memiliki modal lebih melakukan strategi harga yang demikian salah satunya adalah Toko Grosir Arafah. Toko Grosir Arafah adalah salah satu sentra penjualan berbagai macam kerudung grosir di pasar Made Sejahtera. Etika Bisnis Islam dalam bersaing seperti yang diajarkan oleh Rasulullah. melihat dengan tepat, menggunakan persaingan yang sehat, menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan Islam, serta meminta bantuan yang terbaik untuk konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, yaitu penulis akan mengumpulkan data dengan cara mendatangi langsung ke lapangan.

Etika Bisnis Islam dalam persaingan di Toko Grosir Arafah melalui pembahasan kualitatif. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Toko Grosir Arafah menerbitkan telah menerapkan beberapa Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan dalam berjualan dengan Menerapkan sifat jujur dalam bebisnis, menggunakan strategi pemasaran yang

sesuai dengan syari'at Islam dengan tidak menjelekkkan bisnis, serta melakukan persaingan yang memecat.

Hal tersebut sejalan dengan Baidowi (Baidowi, 2016), terdapat beberapa panduan etika dalam berbisnis yang sudah dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw:

- a. Kejujuran
Kejujuran ialah salah satu syarat yang mendasar dalam kegiatan berbisnis dalam islam. Nabi Muhammad Saw bersabda "*tidaklah dibenarkan bagi seorang muslim menjual barang dagangan yang memiliki aib, kecuali aibnya itu telah dijelaskan*" (H.R. Al-Quswani) dan diperkuat pula oleh (H.R. Muslim) yang menjelaskan "*siapa yang melakukan penipuan, maka ia bukan termasuk kedalam golongan kami*". Nabi Muhammad Saw pun telah memberikan contohnya, Beliau dalam berdagang selalu bersikap jujur.
- b. Menolong dan dapat bermanfaat untuk orang lain.
Seorang pebisnis dalam islam tidak hanya akan mengejar keuntungan semata akan tetapi juga berorientasi kepada menolong orang lain sebagai implikasi social dri kegiatan berbisnis.
- c. Larangan menipu
Dalam hal berbisnis, maka dalam islam sudah diajarkan bahwa ukuran takaran dan timbangan haruslah benar. Sebagaimana firman Allah "*maka celakalah orang yang berbuat curang yaitu orang yang apabila ia men menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi dan apabila mereka menakar untuk orang lain makai ia kurang*" (Qs 83;112).
- d. Tidak diperbolehkan menjelekkkan orang lain
Islam sangatlah menghargai persaingan dalam hal berbisnis, namun yang perlu digaris bawahi adalah persaingan tersebut tidak menghalalkan segala cara, dikarenakan hal tersebut bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah dalam islam.
- e. Tidak menimbun barang
Menimbun barang dalam masa tertentu yang bertujuan supaya harganya menjadi naik dan mendapatkan keuntungan besar, kegiatan ini dilarang oleh Rasulullah.
- f. Tidak melakukan monopoli
Dalam islam tidak dibenarkan untuk eksploitasi individu tertentu atas milik orang lain.
- g. Menjual barang halal bukan haram
Nabi Muhammad saw bersabda, "*Sesungguhnya Allah mengharamkan bisnis miras, bangkai, babi dan patung-patung*," (H.R. Jabir).
- h. Dalam berbisnis harus bersih dari riba
Firman Allah, "*Hai orang-orang yang beriman, tinggalkanlah sisa-sisa riba jika kamu beriman*," (QS. al- Baqarah: 278).
- i. Dilakukan dengan sukarela
Firman Allah, "*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan bisnis yang berlaku dengan suka-sama suka di antara kamu*," (QS. 4: 29).
- j. Upah dibayarkan sebelum keringat karyawan kering
"*Berikanlah upah kepada karyawan, sebelum kering keringatnya*." Hadist ini mengindikasikan bahwa pembayaran upah harus disegerakan dan tidak boleh ditunda-tunda.

Mardatillah, juga mengungkapkan mengenai bisnis yang sesuai dengan hukum Islam adalah semua aspek kegiatan untuk menyalurkan barang-barang melalui saluran produktif, dari membeli barang mentah sampai menjual barang jadi. Pada pokoknya kegiatan bisnis meliputi : (1) Perdagangan, (2) Pengangkutan, (3) Penyimpanan, (4) Pembelian, (5) Pemberian informasi.

Nilai-nilai etika dalam praktek ekonomi dan bisnis memberikan ruang kepada manusia untuk memformulasikan nilai-nilai bersama yang menjiwai kepentingan dan kesejahteraan manusia secara material dan spiritual. Implikasinya bahwa etika ekonomi dan bisnis dalam perspektif ekonomi Islam bersumber dari dua sumber, yaitu ; ilahiyat dan insaniyat.

Muhammad SAW merupakan pelaku bisnis yang menjadi model terbaik dalam praktik perniagaan di zaman Jahiliyah. Keberhasilan Muhammad dalam berbisnis dipengaruhi oleh kepribadian dan perilakunya, dimana Muhammad SAW selalu menerapkan nilai-nilai etika dalam berdagang. Etika bisnis Muhammad dalam praktek bisnisnya antara lain: kejujuran, amanah, tepat menimbang, menjauhi praktik gharar, tidak melakukan penimbunan barang (ikhtikar), tidak melakukan al ghabn dan tadlis dan saling menguntungkan (Aziz, 2013).

Setiap orang mempunyai seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku Islam hanya Al Qur'an dan Hadis yang mengatur perilaku demi kebaikan seorang pelaku usaha agar tidak merugikan pihak lain yaitu pembeli atau konsumen. Etika bisnis Islam menghimbau pelaku bisnis untuk mewujudkan citra bisnis yang etis agar bisnis itu layak diterima oleh semua pihak yang mempercayai adanya etika di dalam bisnis. Hal ini sekaligus menghalau citra buruk dunia bisnis sebagai kegiatan yang kotor, licik dan tipu muslihat (Anindya, 2017).

Etika persaingan usaha yang sehat dapat berbentuk tidak diperkenalkannya menawar barang yang sedang ditawarkan oleh orang lain, tidaklah diperbolehkan membeli barang-barang pedagang yang berasal dari desa/tempat terpencil dimana pedagang tersebut belum mengetahui harga pasaran barang yang dijualnya, tidaklah dibenarkan berpura-pura menawar barang dengan harga yang tinggi guna mempengaruhi pembeli lainnya (Latif, 2017).

Sementara itu persaingan usaha tidak sehat ialah persaingan yang terjadi antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi maupun pemasaran barang dan jasa yang dilakukan dengan tidak jujur, melawan hukum maupun menghambat persaingan usaha itu sendiri. Adapun beberapa prinsip dasar larangan usaha tidak sehat adalah sebagai berikut ini:

- a. Riba ialah tambahan, perkembangan, peningkatan serta pembesaran atas pinjaman pokok yang diterima pemberi pinjaman dari peminjam sebagai imbalan karena mananggihkan modalnya selama beberapa waktu tertentu (Sudarsono, 2008). Dan dalam QS. Al-Baqarah: 275 Allah telah berfirman yang artinya "*Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba*".
- b. Tadlis (menyembunyikan barang cacat) ialah ketidaktahuan salah satu pihak terhadap objek akad akibat adanya aib yang memang sengaja disembunyikan. Dalam QS. An-Nisa: 29 Allah telah berfirman yang artinya "*Wahai orang-orang yang beriman Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang*

batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.

- c. Gharar (Pertaruhan), dalam Islam pertaruhan itu haram dikarenakan dapat menimbulkan permusuhan. Rasulullah SAW melarang segala macam bentuk perdagangan yang tidak pasti, berkaitan dengan jumlah yang tidak ditentukan secara khusus atas barang-barang yang akan ditukar atau dikirim. Gharar (pertaruhan) bermacam-macam, diantaranya adalah; ketidakjelasan kualitas, kuantitas, harga dan waktu penyerahan (S, 2011). Sebagaimana firman Allah yang artinya “*Janganlah kalian membeli ikan yang masih dalam air, karena merupakan gharar* (HR. Ahmad)”.
- d. Ihtikar (Penimbunan) yang dalam istilah fikih disebut pula sebagai ihtikar. Ihtikar ialah kegiatan pengumpulan komoditas tertentu yang dilakukan dengan sengaja sampai terjadi kenaikan harga. Dalam perdagangan sekarang ihtikar dikenal meliputi praktek monopoli. Allah telah berfirman yang artinya “*barang siapa yang melakukan penimbunan (ihtikar), maka ia telah berbuat kesalahan*” (HR. Muslim).
- e. Tallaqi Rukban ialah perbuatan pedagan dikota yang menyambut kafilah diperjalanan sebelum sampai pase untuk membeli dengan harga murah adar dapat mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Allah telah berfirman “*Janganlah kalian melakaukan tallaqi rukban*” (HR. Bukhari dan Muslim).
- f. Riswah (suap) ialah barang haram, dikarenakan dengan suap yang benar bias menjadi salah dan yang salah bias menjadi benar. Menyuaup termasuk kedalam kategori memakan harta orang lain dengan cara bathil (Aedy, 2011). Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Baqarah; 188 yang artinya “*Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain diantara kamu dengan jalan batil dan (janganlah) kamu membawa dari harta benda orang lain dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui”.*

3. Etika Persaingan Usaha di Pasar Menurut UU No. 5 Tahun 1999

Pembentukan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, dimaksudkan untuk menegakkan aturan hukum dan memberikan perlindungan yang sama bagi setiap pelaku usaha di dalam upaya untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat. Undang-Undang ini memberikan jaminan kepastian hukum untuk lebih mendorong pembangunan ekonomi dalam upaya meningkatkan kesejahteraan umum, serta sebagai implementasi dari semangat dan jiwa Undang-Undang Dasar 1945.

Etika persaingan usaha juga telah diatur dalam UU No.5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Yang mana dalam undang-undang tersebut jelas aturan-aturan dan etika-etika dalam melaksanakan bisnis ataupun usaha.

Dalam pasal 17 UU No.5 Tahun 1999 menyatakan bahwa:

Pasal (1) “Pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.”

Pasal (2) “Pelaku usaha patut diduga atau dianggap melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa sebagaimana

dimaksud dalam ayat (1) apabila: (a). barang dan atau jasa yang bersangkutan belum ada substitusinya; atau (b). mengakibatkan pelaku usaha lain tidak dapat masuk ke dalam persaingan usaha barang dan atau jasa yang sama; atau (c). satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.”

Apabila kita kaji mengenai perumusan dalam pasal ini maka dapat kita ketahui bahwa monopoli dan persaingan usaha yang dilakukan dengan tidak sehat baik berisi pengaturan terhadap produksi dan pemasaran barang maupun jasa yang difungsikan untuk mempengaruhi harga dilarang. Persaingan dalam suatu pasar dapat dibedakan menjadi persaingan sempurna dan persaingan tidak sempurna. Pasar yang tidak memiliki pesaing disebut monopoli. Adanya persaingan dapat mendorong perusahaan-perusahaan untuk mengembangkan produk, teknologi dan jasa, sehingga menyebabkan lebih banyaknya pilihan, menghasilkan produk yang lebih baik, dan harga yang lebih rendah (Aan Julia, Nurfahmiyati, 2016).

Kemudian dalam pasal 30 UU No.5 Tahun 1999, juga telah ditetapkan badan atau komisi yang berfungsi sebagai pengawas dalam persaingan usaha;

Pasal 1 “Untuk mengawasi pelaksanaan Undang-undang ini dibentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha yang selanjutnya disebut Komisi.”

Pasal 2 “Komisi adalah suatu lembaga independen yang terlepas dari pengaruh dan kekuasaan Pemerintah serta pihak lain.”

Pasal 3 “Komisi bertanggung jawab kepada Presiden”

Sebagaimana telah diuraikan dalam pasal 30 diatas, maka dapat kita ketahui bahwa untuk menjaga persaingan dalam usaha agar tidak terjadi praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat yang hal tersebut dilarang oleh pemerintah, maka melalui UU ini dibentuklah komisi yang berperan sebagai pengawas persaingan usaha.

Praningtyas (Prananingtyas, 2014) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa Asosiasi atau himpunan adalah suatu perkumpulan yang biasanya didirikan oleh para profesional dan pengusaha, berdasarkan kesamaan-kesamaan, yaitu kesamaan produksi barang maupun jasa, maupun kesamaan di bidang pemasaran.

Fungsi dari pengawas adalah untuk mengawasi persaingan usaha di kalangan pengusaha, sehingga tidak merugikan konsumen yang merupakan masyarakat itu sendiri. Dapat dikatakan bahwa asosiasi melakukan pengontrolan dan stabilisasi terhadap anggotanya dan dapat juga berarti pengontrolan anggota asosiasi terhadap kebijakan anggota asosiasi yang lainnya. Oleh karena titik singgung antara pendekatan ekonomi, hukum dalam bisnis sangat bersifat interdependen, maka dapat disimpulkan bahwa Hukum Persaingan harus melihat efek akhir dari suatu tindakan atau keputusan asosiasi akan menghambat persaingan atau tidak. Walaupun banyak pro dan kontra mengenai eksistensi dari asosiasi saat ini, tetapi patut dicermati bahwa fungsi positifnya lebih banyak bagi kepentingan perekonomian dibandingkan dengan tindakannya yang dianggap merugikan (Prananingtyas, 2014).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai persaingan usaha di Pasar Made Sejahtera dalam perspektif etika bisnis Islam.

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa pemahaman pedagang di Pasar Made Sejahtera mengenai etika bisnis Islam disimpulkan bahwa tidak semua para pedagang mengetahui etika bisnis Islam. Akan tetapi, para pedagang tetap berusaha menjalankan usaha berdagang atau jual beli dengan menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam yakni cara berdagang yang sesuai dengan cara berdagang Nabi Muhammad SAW. Aturan agama Islam dalam kegiatan bisnis seperti jujur, adil, ramah, cakap, senang membantu pelanggan, menjaga hak-hak konsumen, tidak menjelekkan bisnis orang lain, tabligh, amanah, dan fatanah.

Begitu juga dengan para pedagang yang ada di Pasar Made Sejahtera menunjukkan bahwa terdapat perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam dan UU No.5 tahun 1999. Dari empat perilaku pedagang yang diteliti, terdapat dua perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Seperti, dalam hal keramahan dan tidak menjelekkan bisnis orang lain. Dalam hal keramahan, terdapat pedagang yang beranggapan bahwa pembeli yang membutuhkan penjual bukan penjual yang membutuhkan pembeli. Sehingga, penjual mempunyai sikap masa bodo kepada pembeli saat pembeli ingin melakukan transaksi jual beli ditempat. Dan perilaku dalam menjelekkan bisnis orang lain, terdapat pedagang yang membuat bumerang pada dirinya sendiri.

DAFTAR RUJUKAN

- Aan Julia, Nurfahmiyati, M. H. (2016). Kajian Persaingan Usaha Dalam Perspektif Islam Pada Komoditas Kerajinan Kulit Kerang Di Kabupaten Cirebon. *Prosiding SNaPP2016Sosial, Ekonomi, Dan Humaniora*.
<https://proceeding.unisba.ac.id/index.php/sosial/article/view/385>
- Aedy, H. H. (2011). *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. Alfabeta.
- Anindya, D. A. (2017). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha. *Jurnal Ekonomi Islam*.
- Arifin, J. (2009). *Etika Bisnis Islam*. Walisongo Press.
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Alfabeta.
- Baidowi, A. (2016). ETIKA BISNIS PERSPEKTIF ISLAM. *Jurnal Hukum Islam*, 9(1).
<https://doi.org/10.28918/jhi.v9i1.591>
- Durin, R. (2020). Arti Penting Menjalankan Etika Dalam Bisnis. *Valuta, VOL. 6 NO.(manajemen ekonomi)*, 32-40.
<https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/5284>
- Hasna, A. M. (2022). Etika Dalam Pertumbuhan Usaha, Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). *Youth & Islamic Economic Journal, Vol 03 No.*
- Kadir, A. (2013). *Hukum Bisnis Syariah dalam Alquran*. Amzah.
- Latif, A. (2017). Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam. *Islamic Economics Journal*, 3(2), 161. <https://doi.org/10.21111/iej.v3i2.2717>
- Prananingtyas, P. (2014). Asosiasi Usaha Dalam Tinjauan Hukum Persaingan Indonesia. *Masalah-Masalah Hukum, Vol 43, No.* <https://doi.org/10.14710/mmh.43.4.2014.607-617>
- S, B. (2011). *Hukum Bisnis Syariah*. UII Press.
- Sudarsono, H. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Ekonisia.
- Umi Mursidah. (2022). PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR TRADISIONAL (Studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat). In *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*.