

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Pengertian Bisnis

Bisnis merupakan salah satu aktivitas usaha yang utama dalam menunjang perkembangan ekonomi. Kata “*bisnis*” diambil dari bahasa Inggris “*bussines*”.¹⁸Pengertian bisnis secara umum dalam ekonomi yaitu bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis berasal dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar yang berarti “*sibuk*” dalam konteks individu, komunitas maupun masyarakat. Dalam artian sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata “bisnis” sendiri memiliki tiga penggunaan tergantung skupnya, Penggunaan kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha yaitu kesatuan yuridis(hukum), teknis, ekonomis yang bertujuan mencari laba. Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya “*bisnis pertelevisian*”. Penggunaan yang paling luas merujuk

¹⁸Ibrahim Jones dan Sewu Lindawaty, *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern*, (Bandung:PT Refika Aditama, 2007), hal. 25

pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa.¹⁹

Pengertian bisnis menurut para Ahli:

1. Menurut Peterson, bisnis adalah merupakan serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan penjualan ataupun pembelian barang dan jasa secara konsisten
2. Menurut Prof.L.R.Dicksee, bisnis adalah suatu bentuk aktivitas yang utamanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan bagi yang mengusahakan atau yang berkepentingan dalam terjadinya aktivitas tersebut.²⁰

Menurut pendapat Cristopher Pass,dkk.,Bentuk ekonomi dari suatu bisnis terdiri dari:²¹

1. Bisnis horizontal (*horizontal business*), suatu bisnis yang memfokuskan diri pada aktivitas tunggal, misalnya produksi roti;
2. Bisnis vertikal (*vertical business*), suatu bisnis yang menggabungkan dua atau lebih aktivitas yang berhubungan secara vertikal, misalnya pembuatan gandum dan roti;
3. Bisnis konglomerat atau bisnis terdiversifikasi (*conglomerate atau diversified business*), suatu bisnis yang menggabungkan sejumlah

¹⁹Top Lintas, *Pengertian bisnis*, diakses pada hari Sabtu 09 September 2017 pukul 04.20 WIB melalui website <https://m.toplintas.com>

²⁰Harian Netral RSS Feed, *Pengertian bisnis dan Tujuan Bisnis*, diakses pada hari Sabtu 09 September 2017 pukul 04.30 WIB melalui website <https://hariannetral.com>

²¹A.Kadir, *Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Quran*,(Jakarta: AMZAH, 2013) hal. 18-19

aktivitas produksi yang tidak berhubungan, misalnya produksi pembuatan roti dan jasa keuangan.

Sejumlah instruksi tentang praktik bisnis yang dibolehkan dan tidak diperbolehkan termaktub di dalam Alquran. Salah satu instruksinya yang paling penting dalam masalah ini ialah soal pemenuhan akad dan janji serta pelarangan terhadap transaksi ribawi. Allah SWT berfirman:²²

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْمُعْهَدَاتِ

“*Hai orang-orang yang beriman, patuhilah aqad-aqad itu.*”(QS. Al-Mai’idah (5):1)

Dalam melakukan kegiatan usaha di Indonesia, pelaku usaha harus berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum. Kegiatan yang dilarang dalam praktek bisnis adalah monopoli, monopsoni, penguasaan pasar, persekongkolan, posisi dominan, jabatan rangkap, pemilikan saham mayoritas pada beberapa perusahaan sejenis.²³

B. Pengertian Persaingan Usaha

Pemasaran tidak akan pernah terlepas dari unsur persaingan. Biasanya, tidak ada satu bisnis pun, yang dengan leluasa berleha-leha menikmati penjualan dan keuntungan. Paling tidak, bukan untuk waktu yang lama untuk menikmatinya karena akan ada pesaing yang ingin turut menikmatinya.

²²*Ibid.*, hal.24

²³Republika, *Persaingan Usaha Dalam Perspektif Hukum Nasional dan Hukum Islam*, diakses pada hari Minggu 1 Oktober 2017 pukul 10.00 WIB melalui website <https://republika.co.id>

Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.³ Sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari 2 pihak/lebih perusahaan yang masing-masing bergiat “memperoleh pesanan” dengan menawarkan harga/syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk pemotongan harga, iklan/promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar.²⁴

Setiap Individu harus diberi ruang gerak tertentu dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan “apa”, “berapa banyak” dan “bagaimana” produksi. Suatu proses pasar hanya dapat dikembangkan di dalam struktur pengambilan keputusan yang terdesentralisasi artinya bahwa terdapat individu-individu independen dalam jumlah secukupnya yang menyediakan pemasokan dan permintaan dalam suatu pasar, karena proses-proses pasar memerlukan saat-saat aksi dan reaksi pelaku pasar yang tidak dapat diprediksi. Ini adalah satu – satunya cara untuk menjamin bahwa kesalahan-kesalahan perencanaan oleh individu tidak semakin terakumulasi sehingga akhirnya menghentikan fungsi pasar. Persaingan hanya bila ada dua pelaku usaha atau lebih yang menawarkan produk dan

²⁴B.N Maribun, *Kamus Manajemen* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hal. 276

jasa kepada para pelanggan dalam sebuah pasar. Untuk merebut hati konsumen, para pelaku usaha berusaha menawarkan produk dan jasa yang menarik, baik dari segi harga, kualitas dan pelayanan. Kombinasi ketiga faktor tersebut untuk memenangkan persaingan merebut hati para konsumen dapat diperoleh melalui inovasi, penerapan teknologi yang tepat, serta kemampuan manajerial untuk mengarahkan sumber daya perusahaan dalam memenangkan persaingan. Jika tidak, pelaku usaha akan tersingkir secara alami dari arena pasar.²⁵

Dalam dunia persaingan usaha dikenal dengan dinamika persaingan yang berarti perubahan-perubahan yang terjadi terhadap persaingan yang terjadi pada perusahaan dalam memperebutkan pelanggan pada periode-periode tertentu. Untuk itu setiap perusahaan perlu memperhatikan dinamika yang terjadi agar mereka bisa mengikuti persaingan supaya tidak mengalami kekalahan dalam kompetisi di pasar.

Dalam kamus Manajemen persaingan bisnis terdiri dari:

1. Persaingan sehat (*healthy competition*), persaingan antara perusahaan-perusahaan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mengedepankan etika-etika bisnis.
2. Persaingan gorok leher (*cut throat competition*) persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat atau fair, dimana terjadi

²⁵Andi Fahmi L, et. all.,*Hukum Persaingan Usaha Antara Teks Dan Konteks*, (Jakarta:ROV Creative Media,2009), hal.2

perebutan pasar antara beberapa pihak yang melakukan usaha yang mengarah pada menghalalkan segala cara untuk menjatuhkan lawan, sehingga salah satu tersingkir dari pasar dan salah satunya menjual barang dibawah harga yang berlaku di pasar.

Oleh sebab itu hukum persaingan usaha adalah seperangkat peraturan yang mengatur persaingan antar pelaku usaha agar tercipta persaingan pasar sehat. Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum.²⁶ Berdasarkan gambaran diatas maka dapat disimpulkan bahwa persaingan usaha merupakan cara pengusaha/pemilik usaha untuk mempertahankan eksistensi guna untuk tetap mendapatkan keuntungan tanpa harus berbuat kecurangan.

C. Dasar Hukum Persaingan Usaha

Hukum terbentuk karena kebiasaan, perundang-undangan dan dalam proses peradilan.²⁷ Terbentuknya hukum merupakan upaya untuk mengatur segala aspek kehidupan di suatu negara. Hal ini juga mencakup urusan perekonomian dan perdagangan.

Gagasan untuk menerapkan Undang-undang Antimonopoli dan mengharamkan kegiatan pengusaha (pelaku usaha) yang curang telah dimulai sejak lima puluh tahun sebelum Masehi. Peraturan Roma yang

²⁶Wiradipura Ditha, *Hukum Persaingan Usaha; Suatu Pengantar* staffui.ac.id/internal/007/material/pendahuluan.ppt diakses pada tanggal 27 September 2017 pukul 12.00 WIB

²⁷SoedjonoDirdjosisworo, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2013),cet.16, hal.142

melarang tindakan pencatutan atau mengambil untung secara berlebihan, dan tindakan bersama mempengaruhi pedagang jagung. Demikian pula Magna Charta yang ditetapkan tahun 1349 di Inggris telah pula mengembangkan prinsip-prinsip yang berkaitan dengan restraint of trade atau pengekan dalam perdagangan yang mengharamkan monopoli dan perjanjian-perjanjian yang membatasi kebebasan individual untuk berkompetisi secara jujur.²⁸

Undang-undang antimonopoli dapat dan harus membantu dalam mewujudkan struktur ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 UUD 1945. Dalam penjelasan Pasal 33 Ayat 1 UUD 1945, yang menyatakan bahwa "*Ekonomi diatur oleh kerjasama berdasarkan prinsip gotong royong*", termuat pikiran demokrasi ekonomi, yang dimaksudkan ke dalam Pasal 2 UU No. 5 Tahun 1999. Demokrasi ciri khasnya diwujudkan oleh semua anggota masyarakat untuk kepentingan seluruh masyarakat, dan harus mengabdikan kepada kesejahteraan seluruh rakyat. Pikiran pokok tersebut termuat dalam pasal 2, yang dikaitkan dengan Huruf a dan Huruf b dari pembukaannya, yang berbicara tentang pembangunan ekonomi menuju kesejahteraan rakyat sesuai dengan UUD dan demokrasi ekonomi. Disetujui secara umum bahwa negara harus menciptakan peraturan persaingan usaha untuk dapat mencapai tujuan

²⁸RachmadiUsman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*,(Jakarta:Sinar Grafika, 2013), hal. 53

demokrasi ekonomi.²⁹ Oleh karena terdapat tiga sistem yang bertentangan dengan tujuan tersebut, yaitu :

1. "*Liberalisme perjuangan bebas*", yang pada masa lalu telah melemahkan kedudukan Indonesia dalam ekonomi internasional;
2. Sistem penganggaran belanja yang menghambat kemajuan dan perkembangan ekonomi
3. Sistem pengkonsentrasian kekuatan ekonomi, oleh karena segala monopoli akan merugikan rakyat.

Hanya perundang-undangan anti monopoli yang pada gilirannyadiharapkan dapat menciptakan kerangka kerja dan mencegah timbulnya ketiga sistem itu. Di sisi lain melindungi proses persaingan usaha, menjamin tata persaingan usaha, dan mencegah terjadinya pengelompokan serta penguasaan besar di pasar.³⁰

Pembangunan ekonomi di Indonesia haruslah bertitik tolak dan berorientasi pada pencapaian tujuan kemkmuran dan kesejahteraan rakyat. Muhammad Hatta secara sadar memasukkan pasal tentang perekonomian nasional tersebut kedalam cita-cita kedaulatan, kemakmuran dan kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia. Hal tersebut terwujud melalui demokrasi ekonomi sebagaimana dikehendaki berjalan seiring dengan kehendak untuk menciptakan demokrasi politik, dimana rakyat Indonesia berdaulat di tanah dan negerinnya sendiri.³¹

²⁹Andi Fahmi L, et. all.,*Hukum Persaingan Usaha Antara Teks Dan Kontek...*, hal.16

³⁰SuyudMargono, *Hukum Anti Monopoli*, (Jakarta:Sinar Grafika, 2013), cet.2, hal.28

³¹Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), cet.2, hal.20

Ajaran Islam melalui Al-quran telah memberikan banyak pedoman yang bersifat umum untuk mengatur perilaku-perilaku pengusaha (pelaku usaha) dalam berusaha, ada yang secara jelas dan ada pula yang secara isyarat. Para pengusaha (pelaku usaha) dituntut untuk bersikap jujur dan tidak curang.³² Jujur dalam arti bagaimana menjalankan usaha sehingga dalam memenuhi kebutuhan tidak mengambil hak-hak pengusaha (pelaku usaha lainnya).

Sehubungan dengan hal itu, dalam Alquran surah An-Nisa'-29 ditegaskan bahwa:³³

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ .
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ . إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka-sama suka diantara kamu*”.

Kemudian di tegaskan oleh Alquran, dalam surah lainnya, yaitu surah Asy-Syu'ara ayat 181-183:³⁴

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ . وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ . وَلَا تَبْخَسُوا
النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya: “*Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merusak orang-orang yang merugikan dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-*

³²RachmadiUsman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia...*, hal 53

³³<https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-29> diakses 09 Januari 2018 pukul 11.15 WIB

³⁴<http://sultonimubin.blogspot.co.id/2013/02/asy-syuara-ayat-181-190-dan-terjemah.html> diakses 09 Januari pukul 11.30 WIB

haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”.

Sebelumnya, dalam Alquran pada surah Al-Israa ayat 35 ditegaskan bahwa:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ . ذَلِكُمْ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya:“*Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.*

Itulah beberapa surah yang terdapat dalam Alquran yang telah menggariskan prinsip-prinsip dasar dalam berusaha atau berdagang, yang wajib ditaati oleh para pengusaha (pelaku usaha) Islam dan harus diingat kalau kegiatan berusaha atau berdagang itu bukan sekedar untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri saja, melainkan untuk memenuhi kebutuhan manusia secara keseluruhan yang hidup dimuka bumi.³⁵

Sejarah Islam pernah melahirkan pengawas pasar yang terkenal bernama Al-Saqati, nama lengkapnya Abu Abdullah Muhammad bin Ali Muhammad Al-Saqati. Beliau berasal dari Malaga. Hasil pengalamannya dalam menjalankan fungsi muhtasib dituangkan dalam sebuah buku yang diberi judul *Al-Hisbah*. Pelembagaan pengawas pasar dilakukan pada masa pemerintahan Dinasti Umayyah yang posisinya dibawah qadhi.³⁶

Bagi negara Indonesia pengaturan persaingan usaha telah diatur dan bersumber pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang

³⁵Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia...*, hal. 53-54

³⁶Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia...*,

Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang secara efektif mulai berlaku pada tanggal 5 Maret tahun 2000.³⁷ Dengan di terbitkannya Undang-Undang tersebut maka secara spesifik memperjelas peraturan-peraturan sebelumnya yang mengatur masalah ekonomi.

Kehadiran Undang-Undang tentang persaingan Usaha di Indonesia merupakan prasyarat prinsip yang dapat memberikan kesempatan yang sama bagi setiap orang untuk bersaing secara jujur dan terbuka dalam berusaha. Dengan Undang-undang ini, pelaku usaha diharapkan menyadari kepentingan untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya tetapi harus dilakukan dengan cara persaingan yang jujur.³⁸

D. Tujuan Perlindungan Persaingan Usaha

Perundang-undangan anti monopoli Indonesia tidak bertujuan semata-mata melindungi persaingan usaha demi kepentingan persaingan itu sendiri. Oleh karena itu, ketentuan Pasal 3 tidak hanya terbatas kepada tujuan utama perundang-undangan anti monopoli, yaitu sistem persaingan usaha yang bebas dan adil, dimana terdapat kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi semua pelaku usaha, dan tidak adanya perjanjian atau penggabungan usaha yang menghambat persaingan serta penyalahgunaan kekuatan ekonomi, sehingga bagi semua pelaku usaha tersedia ruang gerak yang luas dalam melakukan kegiatan ekonomi.

³⁷RachmadiUsman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia...*, hal. 54

³⁸MustafaKamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia...*, hal.24

Seingga konsekuensi terakhir tujuan kebijakan ekonomi, yaitu penyediaan barang dan jasa konsumen secara optimal dapat dilaksanakan.³⁹

Dari segi ekonomi, dua kategori efisiensi yang didorong oleh persaingan usaha adalah *efisiensi statis* (penggunaan optimal sumber daya yang ada dengan biaya seminimal mungkin), dan *efisiensi dinamis* (pengenalan produk baru dengan cara yang optimal, proses produksi dan struktur organisasi unggul yang timbul dalam perjalanan waktu).

Kebijakan menegakkan persaingan yang wajar dan sehat dalam dunia usaha, antara lain bertujuan untuk:⁴⁰

1. Menjamin persaingan pasar yang *inherent* dengan pencapaian efisiensi ekonomi di semua bidang kegiatan usaha dan perdagangan.
2. Menjamin kesejahteraan konsumen serta melindungi kepentingan konsumen, dan
3. Membuka peluang pasar yang seluas-luasnya dan menjaga agar tidak terjadi konsentrasi kekuatan ekonomi pada kelompok tertentu.

E. Perjanjian Yang Dilarang Dalam Persaingan Usaha

Perjanjian merupakan kesepakatan yang mengikat bagi yang membuat perjanjian. Pengertian perjanjian menurut versi hukum persaingan terdapat dalam pasal 1 ayat 7 UU No.5 Tahun 1999 “ perjanjian adalah suatu perbuatan dari satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama

³⁹Suyud Margono, *Hukum Anti Monopoli...*, hal. 28

⁴⁰*Ibid.*, hal 30-31

apapun baik tertulis maupun tidak tertulis”.⁴¹ Dalam perjanjian timbal balik atau perjanjian bilateral, pada masing-masing pihak ada hak dan kewajiban, seperti pada perjanjian jual beli, sewa menyewa, tukar menukar.⁴² Ruang lingkup dan isi perjanjian tergantung para pihak dalam perjanjian tersebut.

Syarat sahnya suatu perjanjian menurut pasal 1320 KUHPerdota, suatu perjanjian adalah sah, apabila memenuhi empat syarat yaitu *pertama*, sepakat mereka yang mengikatkan dirinya. *Kedua*, kecakapan untuk membuat suatu perikatan. *Ketiga*, suatu hal tertentu. *Keempat*, suatu sebab yang halal.⁴³

Dalam dunia bisnis perjanjian merupakan hal yang sudah dipastikan ada, baik perjanjian dalam hubungan dengan rekan bisnis maupun perjanjian hubungan dengan konsumen. Pada konteks hukum persaingan usaha, walaupun sulit untuk dibuktikan perjanjian lisan secara hukum sudah dapat dianggap sebagai suatu perjanjian yang sah dan sempurna.⁴⁴ Pasal 1332 KUHPerdota memberikan arah mengenai kebebasan para pihak untuk membuat perjanjian sepanjang menyangkut objek perjanjian.⁴⁵ Akan tetapi bebas dalam arti harus sesuai dengan aturan hukum yang berlaku.

⁴¹MustafaKamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia...*, hal. 85

⁴²Djaja S. Meliala, *Hukum Perdata Dalam Perspektif BW*, (Bandung: Nuansa Aulia, 2014), hal. 168

⁴³*Ibid.*, hal. 171

⁴⁴Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia...*, hal. 188

⁴⁵Ibrahim Jones dan Sewu Lindawaty, *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2007), hal. 102

Perjanjian yang dilarang diatur dalam Bab III Pasal 4-16 UU No. 5 Tahun 1999 sebagai berikut:

1. Perjanjian yang bersifat Oligopoli

Dalam kepustakaan *antitrust law* oleh Muller, oligopoli diartikan *monopoly by a few*. Oligopoli merupakan salah satu struktur pasar, dimana sebagian besar komoditi (barang dan jasa) dalam pasar tersebut dikuasai oleh beberapa perusahaan. Salah satu ciri khas pasar oligopolistik itu adalah pasar yang memperdagangkan barang-barang yang bersifat homogen, seperti minyak tanah, bensin, bahan bangunan, pedagang buah sayuran, pipa baja, dagang mie, dagang bakso, dan sebagainya.⁴⁶

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, Pasal 4 melarang perjanjian oligopoli. “Pelaku usaha membuat perjanjian dengan pelaku usaha lainnya untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat”.⁴⁷ Dalam praktiknya perjanjian oligopoli sangat berdampak negatif bagi stabilitas perekonomian. Dimana akan memunculkan permainan harga sehingga merugikan konsumen.

2. Perjanjian penetapan harga

Pada literatur ilmu ekonomi, perilaku penetapan harga (*Price Fixing*) antara perusahaan yang sedang bersaing dipasar merupakan

⁴⁶Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia...*, hal. 194-195

⁴⁷Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia...*, hal.88-89

salah satu dari bentuk kolusi.⁴⁸Perjanjian penetapan harga dilarang oleh UU No.5 Tahun 1999 yang terbagi atas perjanjian penetapan harga (*price Fixing Agreement*) diatur dalam Pasal 5, diskriminasi harga (*Price Discrimination*) diatur dalam pasal 6, perjanjian jual rugi (*Predatory Pricing*) diatur dalam Pasal 7, dan pengaturan harga jual kembali (*Relase Price Maintenance*) diatur dalam Pasal 8.⁴⁹

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat telah melarang penetapan harga pada pasal 5 ayat (1) “pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas mutu suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama” namun pasal tersebut tidak menyebutkan penetapan harga dilarang jika bukan pelaku usaha pesaing, sedangkan *franchisee* dan *franchisor* bukan pelaku usaha pesaing. Hal tersebut sangat memungkinkan *franchisor* membuat perjanjian penetapan harga dengan *franchisee* untuk memperoleh keuntungan dari konsumen.⁵⁰

3. Perjanjian pembagian wilayah pemasaran

Latar belakang larangan pembagian wilayah pemasaran adalah upaya untuk menghindari kasus-kasus kartel secara khusus di daerah

⁴⁸RachmadiUsman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia...*, hal. 224-225

⁴⁹Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia...*, hal. 94

⁵⁰Alfian Priyo Suhartono, I Wayan Wiryawan, "*Kajian Yuridis Mengenai Persaingan Usaha Antara Usaha Mikro Kecil Menengah Dengan Minimarket*", hal 4 diakses melalui website www.E-Jurnal.com tanggal 1 Oktober 2017 pukul 10.25 WIB

tertentu. Pembagian wilayah pemasaran adalah cara untuk menghindari atau mengurangi persaingan yang bisa diambil oleh pelaku usaha yang saling bersaing dalam satu bidang usaha sehingga suatu pasar dapat dikuasai secara eksklusif oleh masing masing oleh pelaku usaha. Larangan pembagian wilayah pemasaran yang dilarang dalam Pasal 9 UU No. 5 Tahun 1999 ini merupakan sebagian saja dari pelarangan pembagian pasar seperti yang umum dilarang oleh Hukum Anti Monopoli.⁵¹

4. Perjanjian pemboikotan

Boikot adalah tindakan mengorganisasi suatu kelompok untuk menolak hubungan usaha dengan pihak tertentu atau tidak berhubungan dengan pesaing-pesaing yang lain seperti kepada supplier ataupun konsumen-konsumen tertentu.⁵²

Pada Kamus Lengkap Ekonomi Edisi Kedua, disusun oleh Christopher Pass dan Bryan Lowes, boikot itu mengandung arti penghentian pasokan barang oleh produsen untuk memaksa distributor menjual kembali barang tersebut dengan ketentuan khusus.⁵³

Pemboikotan ini diatur dalam Pasal 10 UU No. 5 Tahun 1999.

5. Perjanjian kartel

Kartel merupakan salah satu bentuk monopoli, dimana beberapa pelaku usaha (produsen) bersatu untuk mengontrol produksi, menentukan harga dan/atau wilayah pemasaran atas suatu barang

⁵¹*Ibid.*, hal. 111-112

⁵²*Ibid.*, hal. 116

⁵³RachmadiUsman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia...*, hal. 279

dan/jasa, sehingga diantara mereka (pelaku usaha) tersebut tidak tercipta dan ada lagi persaingan. Dengan merujuk kepada ketentuan dalam pasal 11 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, maka suatu bentuk perjanjian kartel dilarang oleh hukum antimonopoli bila tujuan tersebut bertujuan untuk mempengaruhi harga dengan cara mengatur produksi dan/atau pemasaran suatu barang dan/atau jasa tertentu, dimana perbuatan tersebut dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.⁵⁴

6. Perjanjian trust

Trust sebenarnya merupakan wadah bagi pelaku usaha yang didesain untuk membatasi persaingan dalam bidang usaha dan industri tertentu. Pada Kamus Besar Webster dinyatakan *trust* dalam bahasa Inggris banyak artinya, tetapi dalam hal ini *trust* diartikan sebagai suatu kombinasi dari beberapa perusahaan atau industrial untuk menciptakan suatu monopoli dengan jalan menetapkan harga, memiliki *controlling stock*. Jadi dalam hal ini, *trust* dipersamakan dengan kartel.⁵⁵

Perjanjian *trust* ini dilarang secara *rule of reason* yang berarti, bahwa perjanjian *trust* akan dilarang dengan melihat seberapa jauh efek negatifnya dan jika perjanjian *trust* tersebut terbukti, maka perjanjian *trust* tersebut secara signifikan mempunyai unsur yang

⁵⁴*Ibid.*, hal. 283-284

⁵⁵*Ibid.*, hal. 308

menghambat persaingan.⁵⁶ Pelanggaran praktik *trust* diatur secara jelas dalam UU No.5 Tahun 1999

7. Perjanjian oligopsoni

Oligopsoni adalah merupakan bentuk suatu pasar yang di dominasi oleh sejumlah konsumen yang memiliki kontrol atas pembelian. Struktur pasar ini memiliki kesamaan dengan struktur pasar oligopoli hanya saja struktur pasar ini terpusat di pasar input. Dengan demikian distorsi yang ditimbulkan oleh kolusi antar pelaku pasar akan mendistorsi pasar input.

Dengan adanya praktek oligopsoni produsen atau penjual tidak memiliki alternatif lain untuk menjual produk mereka selain kepada pihak pelaku usaha yang telah melakukan perjanjian oligopsoni. Tidak adanya pilihan lain bagi pelaku usaha untuk menjual produk mereka selain kepada pelaku usaha yang melakukan praktek oligopsoni, mengakibatkan mereka hanya dapat menerima saja harga yang sudah ditentukan oleh pelaku usaha yang melakukan praktek oligopsoni.

UU No.5 Tahun 1999 memasukkan perjanjian oligopsoni ke dalam salah satu perjanjian yang dilarang untuk dilakukan oleh pelaku usaha. Pasal 13 ayat (1) UU No.5 Tahun 1999 menyebutkan bahwa: “pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk secara bersama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan agar dapat mengendalikan harga atas barang

⁵⁶*Ibid.*, hal. 310

dan/atau jasa dalam pasar bersangkutan, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.” Sedangkan Pasal 13 ayat (2) menambahkan bahwa: “pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara bersama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila 2 (dua) atau 3 (tiga) pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.”⁵⁷

8. Perjanjian integrasi vertikal

Integrasi vertikal adalah bagian dari hambatan vertikal (*vertical restraint*). Hambatan vertikal adalah segala praktik yang bertujuan untuk mencapai suatu kondisi yang membatasi persaingan dalam dimensi vertikal atau dalam perbedaan jenjang produksi (*stage of production*) atau dalam usaha yang memiliki keterkaitan sebagai rangkaian produksi atau rangkaian usaha.⁵⁸ Integrasi vertikal dapat dicapai melalui investasi baru dan/atau merger vertikal dan/atau akuisisi terhadap perusahaan-perusahaan yang ada, yang berbeda tingkat produksinya. Umumnya motif dari suatu integrasi vertikal adalah efisiensi dan minimalisasi biaya transaksi.⁵⁹

Secara yuridis sebagaimana dalam penjelasan Pasal 14 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dinyatakan, bahwa yang di

⁵⁷Andi Fahmi L, et. all., *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks Dan Konteks...*, hal. 110-111

⁵⁸Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia...*, hal. 128

⁵⁹Suyud Margono, *Hukum Anti Monopoli...*, hal. 70

maksud *menguasai produksi sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi* atau yang lazim disebut integrasi vertikal adalah penguasaan serangkaian proses produksi atas barang tertentu mulai dari hulu sampai hilir atau proses yang berlanjut atas suatu layanan jasa tertentu oleh pelaku usaha tertentu.⁶⁰

Dirumuskannya Pasal 14 UU No. 5 Tahun 1999 secara *rule of reason* adalah sangat tepat, karena seperti telah dijelaskan bahwa integrasi vertikal dapat mempunyai dampak-dampak yang pro kepada persaingan, dan dapat pula berdampak hal yang merugikan pada persaingan. Dengan kata lain pelaku usaha sebenarnya tidak dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk menguasai produksi sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi barang atau jasa tertentu yang mana setiap rangkaian produksi merupakan hasil pengolahan atau proses lanjutan, baik dalam satu rangkaian langsung maupun tidak langsung sepanjang tidak mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat atau merugikan kepentingan masyarakat dan perjanjian tersebut mempunyai alasan-alasan yang dapat diterima.⁶¹

9. Perjanjian Tertutup

Perjanjian tertutup, yang lazim disebut *tying agreement* adalah suatu perjanjian antara penjual dan pembeli yang mempersyaratkan bahwa pembeli hanya dapat membeli barang yang diinginkan apabila

⁶⁰Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia...*, hal. 315

⁶¹Andi Fahmi L, et. al., *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks Dan Konteks...*, hal. 134

pembeli membeli barang yang diinginkan dan pembeli membeli pula barang lain dari penjual yang bersangkutan. Perjanjian tertutup ini dianggap merupakan praktik yang bertentangan dengan Undang-Undang Antimonopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Keberatan atas praktik ini dengan melakukan *tying agreement* itu, yang memungkinkan bagi suatu perusahaan yang telah memiliki kedudukan monopoli di suatu pasar tertentu akan memperoleh pula kedudukan monopoli di pasar yang kedua. Ketentuan Pasal 15 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, melarang pelaku usaha untuk membuat perjanjian tertutup dengan pelaku usaha lainnya.⁶²

10. Perjanjian dengan pihak luar negeri

Pada konteks hukum persaingan usaha, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha untuk mengadakan perjanjian dengan pihak luar negeri jika perjanjian tersebut dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Larangan tersebut dalam ketentuan Pasal 16 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.⁶³

Pasal 16 UU No. 5 Tahun 1999 menyebutkan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain di luar negeri yang memuat ketentuan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Dapat dikatakan pasal

⁶²RachmadiUsman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia...*, hal. 336-338

⁶³*Ibid.*, hal. 361

ini mengatur suatu keadaan khusus apabila pelaku usaha di dalam negeri melakukan perjanjian dengan pihak pelaku usaha di luar negeri.

Permasalahan yang muncul dari rumusan Pasal 16 UU No.5 Tahun 1999, keharusan adanya suatu perjanjian yang dibuat antar pelaku usaha di dalam negeri dengan pelaku usaha yang ada di luar negeri, sehingga apabila tidak ada perjanjian di antara pelaku usaha tersebut, maka pelaku usaha yang melakukan praktek persaingan usaha tidak sehat kemungkinan tidak dapat diproses menggunakan pasal ini.⁶⁴

F. Kegiatan Yang Dilarang Dalam Persaingan Usaha

1. Monopoli

Monopoli merupakan masalah yang menjadi perhatian utama dalam setiap pembahasan pembentukan Hukum Persaingan Usaha. Monopoli itu sendiri sebetulnya bukan merupakan suatu kejahatan atau bertentangan dengan hukum, apabila diperoleh dengan cara-cara yang fair dan tidak melanggar hukum. Oleh karenanya monopoli itu sendiri belum tentu dilarang oleh hukum persaingan usaha, akan tetapi justru yang dilarang adalah perbuatan-perbuatan dari perusahaan yang mempunyai monopoli untuk menggunakan kekuatannya di pasar bersangkutan yang biasa disebut sebagai praktek monopoli atau monopolizing/monopolisasi.⁶⁵

⁶⁴Andi Fahmi L, et. all., *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks Dan Konteks...*, hal. 143

⁶⁵*Ibid.*, hal. 145

2. Monosopsoni

Pengertian monosopsoni dimengerti sebagai kegiatan yang dilakukan seseorang atau satu kelompok pelaku usaha yang menguasai pangsa pasar yang besar untuk membeli produk tertentu.

Dalam undang-undang diketengahkan agar suatu kegiatan dapat dilarang sebagai suatu bentuk kegiatan monopsoni berdasarkan Pasal 18 Undang-Undang Anti Monopoli, kegiatan yang dilarang tersebut harus mengandung unsur-unsur sebagai berikut:⁶⁶

- a. pelaku usaha menguasai penerimaan pasok barang; atau
- b. pelaku usaha telah menjadi pemasok tunggal atas suatu produk;
- c. kedua tindakan tersebut diduga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau terjadinya praktik persaingan usaha tidak sehat.

3. Penguasaan Pasar

Dalam Undang-Undang No.5 Tahun 1999 terdapat adanya kegiatan penguasaan pasar. Penguasaan yang dilarang meliputi satu atau sebagian kecil pelaku pasar, selanjutnya oleh Undang-Undang Anti Monopoli No.5 Tahun 1999 juga dilarang penguasaan pasar secara tidak *fair*, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat

Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat

⁶⁶Suyud Margono, *Hukum Anti Monopoli...*, hal. 108

mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan tidak sehat berupa:⁶⁷

- a. Menolak dan/atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan; atau
 - b. Menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan hubungan usaha dengan pelaku usaha pesaingnya itu; atau
 - c. Membatasi peredaran dan/atau penjualan barang dan/atau jasa pada pasar bersangkutan; atau
 - d. Melakukan praktik deskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.
4. Persekongkolan

Persekongkolan atau konspirasi adalah segala bentuk kerjasama diantara pelaku usaha, dengan atau tanpa melibatkan pihak selain pelaku usaha, untuk memenangkan persaingan secara tidak sehat. Praktik ini dapat menimbulkan praktik monopoli dan persaingan tidak sehat.

G. Manfaat Persaingan Usaha

Kompetisi merupakan persaingan yang merujuk kepada kata sifat siap bersaing dalam kondisi nyata dari setiap hal atau aktifitas yang dijalani. Ketika kita bersikap kompetitif maka berarti kita memiliki sikap siap serta berani bersaing dengan orang lain.

⁶⁷*Ibid.*, hal. 109

Dari sisi manfaat, persaingan dalam dunia usaha adalah cara yang efektif untuk mencapai pendayagunaan sumber daya secara optimal. Dengan adanya rivalitas akan cenderung menekan ongkos-ongkos produksi sehingga harga menjadi lebih rendah serta kualitasnya semakin meningkat. Bahkan lebih dari itu persaingan dapat menjadi landasan fundamental bagi kinerja diatas rata-rata untuk jangka panjang dan dinamakannya keunggulan bersaing yang lestari (*sustainable competitive advantage*) yang dapat diperoleh melalui tiga strategi generik, yakni keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus biaya.

Dalam perspektif nonekonomi bahwa persaingan usaha mempunyai aspek positif. Ada tiga argumen yang mendukung dalam bidang usaha. *Pertama*, dalam kondisi penjual maupun pembeli terstruktur secara teoritis (masing-masing berdiri sendiri sebagai unit-unit terkecil dan independen) yang ada dalam persaingan, kekuatan ekonomi atau yang didukung oleh faktor ekonomi menjadi tersebar dan terdesentralisasi.

Kedua, berkaitan erat dengan hal di atas, sistem ekonomi pasar yang kompetitif akan dapat menyelesaikan persoalan-persoalan ekonomi secara impersonal, bukan melalui personal pengusaha atau birokrat.

Ketiga, kondisi persaingan usaha berkaitan erat dengan kebebasan manusia untuk mendapatkan kesempatan yang sama dalam berusaha. Pada dasarnya setiap orang akan mempunyai kesempatan yang sama untuk berusaha sehingga hak setiap manusia untuk mengembangkan diri (*the right to self-development*) menjadi terjamin. Persaingan bertujuan untuk

efisiensi dalam menggunakan sumber daya, memotivasi untuk sejumlah potensi atau sumber daya yang tersedia.⁶⁸

H. Persaingan Usaha Dalam Islam

Islam merupakan satu-satunya agama yang mengemukakan prinsip-prinsip yang meliputi semua segi kehidupan manusia, tidak hanya membicarakan tentang nilai-nilai ekonomi. Islam juga telah menanamkan kerangka kerja yang luas berdasarkan kesempatan berekonomi yang sama dan adil bagi penganutnya untuk mengarahkan mereka ke arah kehidupan ekonomi yang seimbang. Sebagai agama yang komprehensif tentunya aktivitas ekonomi sebagai kegiatan vital kemanusiaan tidak luput dari perhatian.⁶⁹

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” (QS Al-Baqarah [2]: 275).

Ayat-ayat inilah yang menunjukkan sebagian dari sekian banyak ayat Al-Qur’an yang merujuk pada aktivitas ekonomi. Selain itu, dalam ajaran Islam juga terdapat aturan-aturan dan falsafah yang tegak di atas asas persaudaraan antar manusia dan menganggap mereka semua sebagai satu keluarga, sebagaimana sabda Rasulullah SAW.: *“Jadilah kalian hamba-hamba Allah yang bersaudara”* (H.R. Ahmad dan Muslim). Dan dengan berpegang pada asas tersebut maka pembisnis muslim satu dengan

⁶⁸Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia...*, hal. 8

⁶⁹Republika, *Persaingan Usaha Dalam Perspektif Hukum Nasional dan Hukum Islam*, diakses pada hari Selasa 3 Oktober 2017 pukul 16.00 WIB melalui website <https://republika.co.id>

pebisnis lainnya diharapkan dapat saling menghargai dan menghormati diantara mereka.

Tingkah laku manusia memiliki batas, jika manusia dalam bertingkah lakunya telah melampaui batas tersebut maka tingkah laku tersebut akan menciptakan permusuhan, dan jika tingkah laku itu tidak mencapai batasnya maka hal tersebut akan menyebabkan kekurangan dan kehinaan.

Begitu juga dengan kedengkian yang juga memiliki batas yaitu batasan untuk bersaing dalam hal mencari kesempurnaan untuk bisa melebihi saingannya. Jika kedengkian melebihi dari hal itu maka kedengkian itu akan berubah menjadi penisdasan dan penganiayaan, yang disertai harapan hilang nikmat dari pesaingnya dan berambisi untuk menyakitinya. Seperti yang terkandung dalam Hadist Muslim:⁷⁰

حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ يَحْيَى أَخْبَرَنَا هُشَيْمٌ عَنْ هِشَامٍ عَنْ ابْنِ سِيرِينَ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ نَهَى رَسُولُ
اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنْ يُتَلَقَّى الْجُلْبَ

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami [Yahya bin Yahya] telah mengabarkan kepada kami [Husyaim] dari [Hisyam] dari [Ibnu Sirin] dari [Abu Hurairah] dia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam melarang seseorang mencegat rombongan dagang. (yaitu, mencegat rombongan pedagang sebelum sampai ke pasar dengan maksud menjual barang dagangan mereka dengan harga berlipat-lipat).”

Adapun hal yang perlu dipikirkan adalah bagaimana persaingan bisnis itu dapat memberikan kontribusi yang baik bagi para pelakunya. Dengan berfikir tentang hal tersebut, maka diharapkan para pelakunya

⁷⁰<https://tafsirq.com/hadits/muslim/2795> diakses 22 Januari 2018 pukul 10.30 WIB

akan berusaha menciptakan persaingan yang sehat. Harapan ideal tersebut hanya dapat terwujud apabila ada komitmen bersama diantara pesaing terhadap konsep persaingan sebagai berikut; “ Persaingan itu tidak lagi diartikan sebagai usaha untuk mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya”.⁷¹

Berbisnis adalah bagian dari muamalah, karenanya bisnis tidak lepas dari hukum-hukum yang mengatur muamalah. Karenanya, Dalam menjalankan suatu usaha atau bisnis setidaknya kita harus sesuai syariah Islam. Karena syarat suatu bangunan berdiri kokoh adalah tiang yang kokoh. Jika bangunan yang kokoh tersebut adalah ekonomi syariah maka tiang penyangganya adalah sebagai berikut:⁷²

1. Siap Menerima Risiko

Prinsip-prinsip ekonomi syariah yang dapat dijadikan pedoman oleh setiap muslim dalam bekerja untuk menghidupi dirinya dan keluarganya, yaitu menerima risiko yang terkait dengan pekerjaannya itu. Keuntungan dan manfaat yang diperoleh juga terkait dengan jenis pekerjaannya. Karena itu, tidak ada keuntungan/ manfaat yang diperoleh seseorang tanpa risiko. Hal ini merupakan jiwa dari prinsip “di mana ada manfaat, di situ ada risiko” (Al Kharaj bid dhaman).

⁷¹Zona Ekonomi Islam, *Pandangan Islam Tentang Kompetisi (Persaingan) Dalam Bisnis* diakses pada hari Selasa 03 Oktober 2017 pukul 16.10 WIB melalui website <https://zonaekis.com>

⁷²Ali Zainuddin, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta:Sinar Grafika, 2009) cet.2, hal. 7-8

2. Tidak Melakukan Penimbunan

Dalam sistem ekonomi syariah, tidak seorang pun diizinkan untuk menimbun uang. Tidak boleh menyimpan uang tanpa dipergunakan. Dengan kata lain, Hukum Islam tidak memperbolehkan uang kontan (*cash*) yang menganggur tanpa dimanfaatkan. Untuk itu, penulis menawarkan 3 (tiga) cara untuk menggunakan uang yang diperbolehkan secara syariah, yaitu (a) konsumsi yang halal, (b) kegiatan produktif/ investasi, dan (c) kesejahteraan sosial.

3. Tidak Monopoli

Dalam sistem ekonomi syariah tidak diperbolehkan seseorang, baik dari perorangan maupun lembaga bisnis dapat melakukan monopoli. Harus ada kondisi persaingan, bukan monopoli atau oligopoli. Islam mendorong persaingan dalam ekonomi sebagai jiwa dari *Fastabiqul Khairat*.

4. Pelarangan Interes Riba

Ada orang berpendapat bahwa Al-quran hanya melarang riba dalam bentuk bunga berbunga (*compound interest*) dan bunga yang dipraktikkan oleh bank konvensional (*simple interest*) bukan riba. Namun, jumhur ulama mengatakan bahwa bunga bank adalah riba. Beberapa orang juga berpendapat bahwa riba hanya terdapat pada kegiatan perdagangan seperti yang dipraktikkan pada zaman jahiliah, bukan pada kegiatan produksi seperti yang dipraktikkan oleh bank konvensional saat ini. Namun, penulis berpendapat bahwa seluruh

jenis *interest* adalah riba termasuk bunga bank dan diharamkan (dilarang) oleh Allah SWT di dalam Alquran Surah Al-Baqarah ayat 278:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.*”

5. Solidaritas sosial

Jika seorang muslim mengalami problem kemiskinan, maka tugas kaum muslimin lainnya untuk menolong orang miskin itu (dengan cara membayar zakat, infak, dan shodaqah). Kekayaan adalah milik Allah. Adapun harta yang telah Allah berikan pada manusia, merupakan amanah dari Allah. Siapapun yang menggunakan hartanya pada jalan Allah, akan mendapatkan kompensasi di akhirat.

Jika ekonomi syariah merupakan gambaran luas mengenai pedoman berekonomi maka Dalam berbisnis secara spesifik harus berlandaskan dasar-dasar sebagai berikut:

a. Kesatuan(*Unity*)

Kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan seluruh aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.

b. Keseimbangan(*Equilibrium*)

Dalam beraktifitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, walaupun kepada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Surat Al-Maidah:8

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan kebenaran karena Allah SWT, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa”.

c. Kehendak Bebas(*Free will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai Etika Bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif.

d. Tanggungjawab(*Responsibility*)

Untuk memenuhi tuntutan keadilan manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

e. Kebenaran: kebajikan dan kejujuran

Dalam konteks bisnis kebenaran yang dimaksudkan sebagai niat, sikap, dan perilaku benar meliputi proses akad (*transaksi*) proses

mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya menetapkan keuntungan.⁷³

Setiap Individu bebas untuk berjual-beli dan menentukan upah/harga dengan berbagai macam nilai nominal, tetapi dengan syarat tidak bertentangan dengan kepentingan umum.⁷⁴Persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islami. Dalam berbisnis setiap orang akan berhubungan dengan pihak-pihak lain, seperti rekanan bisnis dan pesaing bisnis. Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaingnya. Walaupun ini tidak berarti Rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut. Dalam berbisnis, harus selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik, namun tidak menghalalkan segala cara.⁷⁵

Paling tidak ada tiga unsur yang perlu untuk dicermati dalam membahas persaingan bisnis menurut Islam yaitu: *pertama*, pihak-pihak yang bersaing, *kedua*, cara persaingan, dan *ketiga*, produk barang atau jasa

⁷³Zona Ekonomi Islam, *Prinsip Dasar dalam Etika Bisnis Islam*, diakses pada hari Sabtu 09 September 2017 pukul 05.10 WIB melalui website <https://zonaekis.com>

⁷⁴Mardani, *Hukum Ekonomi Syariah Di Indonesia*, (Bandung:PT Refika Aditama, 2011) hal 13

⁷⁵M. Ismail Yusanto dan M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002) hal. 93

yang dipersaingan. Ketiga hal tersebut merupakan unsur terpenting yang harus mendapatkan perhatian terkait dengan masalah persaingan bisnis dalam perspektif Islam.

a. Pihak-pihak yang Bersaing

Manusia merupakan pusat pengendali persaingan bisnis. Ia akan menjalankan bisnisnya terkait dengan pandangannya tentang bisnis yang digelutinya. Hal terpenting yang berkaitan dengan faktor manusia adalah segi motivasi dan landasan ketika ia menjalankan praktik bisnisnya, termasuk persaingan yang terjadi di dalamnya.

Bagi seorang muslim, bisnis yang dia lakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Harta yang dia peroleh tersebut adalah rezeki tidak akan lari ke mana-mana. Bila bukan rezekinya, sekuat apa pun orang mengusahakan, ia tidak mendapatkannya. Begitupun sebaliknya. Tugas manusia adalah melakukan usaha untuk mendapatkan rezeki dengan cara yang sebaik-baiknya. Salah satunya dengan jalan berbisnis. Ia tidak sedikit pun akan kekurangan rezeki atau kehilangan rezekinya hanya karena anggapan rezeki itu “diambil” pesaingnya.

Keyakinan bahwa rezeki semata-mata datang dari Allah SWT akan menjadi kekuatan ruhiyah bagi seorang pebisnis muslim. Keyakinan ini menjadi landasan sikap tawakal yang kokoh dalam berbisnis. Selama berbisnis, ia senantiasa sandarkan segala sesuatunya. Sebaliknya, ketika terpuruk dalam bersaing, ia bersabar. Intinya, segala

keadaan ia hadapi dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang telah Allah perintahkan kepadanya. Insya Allah perasaan *stress* atau tertekan semestinya tidak menimpa pembisnis muslim.

Dalam hal kerja, Islam memerintahkan setiap muslim untuk memiliki etos kerja yang tinggi, sebagaimana telah memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini, persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.

Tak salah kiranya jika dalam Islam senantiasa mengajarkan kepada umatnya untuk memiliki etos kerja yang tinggi, dan itu harus dibuktikan dengan cara berlomba-lomba dalam kebaikan. Sehingga jika setiap pebisnis mau memegang prinsip itu, maka besar kemungkinan bahwa kompetisi yang ada bukanlah persaingan untuk mematikan yang lain. tetapi lebih ditekankan sebagai upaya untuk bisa memberikan yang terbaik bagi orang lain dengan usaha yang ia kelola. kepada Allah. Manakala bisnisnya memenangkan persaingan, ia bersyukur.

b. Cara Persaingan

Berbisnis adalah bagian dari muamalah. Karenanya, bisnis juga tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur masalah muamalah. Karenanya, persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan

dengan prinsip-prinsip muamalah islami, oleh karena itu harus dihilangkan. Sedangkan praktik persaingan yang harus dikedepankan adalah bersaing secara sehat, tidak saling manjatuhkan. Dalam berbisnis, setiap orang akan berhubungan dengan pihak-pihak lain seperti rekanan bisnis dan pesaing bisnis. Sebagai hubungan interpersonal, seorang pebisnis muslim tetap harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Hanya saja, tidak mungkin bagi pebisnis muslim bahwa pelayanan terbaik itu diartikan juga memberikan “servis” dengan hal yang dilarang syariah.

Dalam berhubungan dengan rekanan bisnis, setiap pebisnis muslim haruslah memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis. Dalam berakad, haruslah sesuai dengan kenyataan tanpa manipulasi. Misalnya saja, memberikan sampel produk dengan kualitas yang sangat baik, padahal produk yang dikirimkan itu memiliki kualitas jelek.

Rasulullah SAW. memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing dagangnya. Walaupun ini tidak berarti Rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut. Secara alami, hal-hal

seperti ini ternyata justru mampu meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya.

Sementara itu, kaitannya dengan cara berbisnis yang islami, negara harus mampu menjamin terciptanya sistem yang kondusif dalam persaingan. Pemerintah tidak diperkenan memberikan fasilitas khusus kepada seseorang atau sekelompok bisnis tertentu semisal tentang teknologi, informasi pasar, pasokan bahan baku, hak monopoli, atau penghapusan pajak. Hal yang demikian tak ubahnya sebagai praktik kolusi, dan hal itu sangat dibenci dalam Islam. Maka dari itu pemberian fasilitas, kenyamanan, keamanan dalam berbisnis harus diberikan sama dan rata oleh pemerintah kepada siapapun yang menjalankan bisnis, dan yang lebih penting harus benar-benar disesuaikan dengan aturan syari'ah.

c. Produk atau jasa yang dipersaingan

Selain pihak yang bersaing, cara bersaing Islam memandang bahwa produk (baik barang/jasa) merupakan hal terpenting dalam persaingan bisnis. Islam sendiri memberikan penegasan bahwa barang atau produk yang dipersaingan harus mempunyai satu keunggulan.⁷⁶

Beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah

⁷⁶Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hal. 97- 107

a. Produk

Produk yang dipersaingan baik barang dan jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing.

b. Harga

Bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Dalam hal ini, tidak diperkenankan membanting harga untuk menjatuhkan pesaing.

c. Tempat

Tempat yang digunakan harus baik, sehat, bersih dan nyaman, dan harus dihindarkan dari hal-hal yang diharamkan seperti gambar porno, minuman keras dan sebagainya untuk sekedar menarik pembeli.

d. Pelayanan

Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat.⁷⁷

Persaingan dalam pandangan syariah dibolehkan dengan kriteria bersaing secara baik. Salah satunya dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 148 tentang anjuran berlomba dalam kebaikan:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: "Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu (dalam

⁷⁷M. Ismail Yusanto dan M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami...*, hal. 96-

berbuat)kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamusekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. (QS. Al Baqarah: 148).⁷⁸

Dalam kandungan ayat Al-Qur'an diatas dijelaskan bahwa persaingan untuk tujuan kebaikan itu diperbolehkan, selama persaingan itu tidak melanggar prinsip syariah. Seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah, ketika berdagang Rasul tidak pernah melakukan usaha yang membuat usaha pesaingnya hancur, walaupun tidak berarti gaya berdagang Rasul seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya.

Di dalam berbisnis sangat penting menganut azas persaudaraan, dimana memandang pesaing bukan musuh akan tetapi saudara. Hubungan baik menciptakan kondisi kerja yang menyenangkan dan menghasilkan efisiensi dan produktifitas. Islam mempresentasikan konsep persaudaraan sebagai berikut:⁷⁹

وَأَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ

Artinya: *“Dan ingatlah nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa Jahiliyah) bermusuh-musuhan, maka Allah menundukkan hatimu, lalu karena nikmat Allah jadikan kamu orang-orang yang bersaudara (Q.S.Ali Imran, 3:103)*

⁷⁸Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 148, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, Departemen Agama RI, hal. 38

⁷⁹Al-Alwani J.Taha, *Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Ak Group, 2005) hal. 19

I. Penelitian Terdahulu

1. Skripsi Ulfatul Chasanah tahun 2012 dengan judul Strategi Pemasaran Pada Meubel “SURYA MANDIRI” desa Ketanon Tulungagung Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam dari Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan penjelasan pemilik diatas tentang pelaksanaan strategi pemasaran dengan cara promo yaitu a. Promo melalui radio, b. Promo melalui surat kabar c. Promo melalui selebaran. Strategi diterapkan dalam jangka waktu satu tahun sekali. Dan tidak melanggar Etika Bisnis Islam karena pemilik meubel selalu mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberitahu jika barang mengalami cacat.⁸⁰ Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu sama sama mengkaji mengenai usaha ekonomi dalam jual-beli. Perbedaannya yaitu jika penelitian ini cenderung membahas tentang pemasaran sedangkan penelitian ini membahas mengenai secara luas bentuk persaingan usaha dalam menjalankan usaha.
2. Skripsi Iin Mutmaina tahun 2016 dengan judul Perlindungan Hukum Terhadap Toko Tradisional Di Kota Malang Ditengah Maraknya Toko Ritel Modern Berbasis Waralaba dari Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan peraturan yang telah dibuat Perda kota Malang Nomor 1 Tahun 2014 tidak sesuai dengan toko ritel modern. Ini berdampak pada toko

⁸⁰Ulfatul Chasanah, *Strategi Pemasaran Pada Meubel “SURYA MANDIRI” desa Ketanon Tulungagung Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*, (IAIN Tulungagung : Skripsi, 2012)

tradisional yang semakin punah keberadaannya.⁸¹ Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu sama sama mengkaji mengenai persaingan usaha . Perbedaannya yaitu jika penelitian ini cenderung membahas tentang Perda No 1 Tahun 2014 kota Malang sedangkan penelitian ini membahas mengenai secara luas bentuk persaingan usaha dalam menjalankan usaha.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Tri Joko Utomo yang berjudul “Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional vs Modern” Tahun 2011 dapat disimpulkan bahwa persaingan ritel tradisional dan ritel modern, berbeda dengan jenis persaingan yang lain, yaitu persaingan antar sesama ritel modern, persaingan sesama ritel tradisional, dan persaingan antar supplier telah sejak awal menempatkan ritel tradisional pada posisi yang lemah. Perbedaan karakteristik yang berbanding terbalik semakin memperlemah posisi ritel tradisional. Penguatan kemampuan bersaing ritel tradisional dengan demikian menuntut peran serta banyak pihak terutama pemerintah sebagai pemilik kekuasaan regulasi. Banyaknya atribut persaingan ritel tradisional dan ritel modern dengan masing-masing permasalahan yang ditimbulkannya, membutuhkan energi yang besar untuk mengurangi dan mencari solusi pemecahan. Strategi yang paling mungkin digunakan ritel tradisional dalam persaingan ini justru bagaimana menjalin sinergi

⁸¹In Mutmaina, *Perlindungan Hukum Terhadap Toko Tradisional Di Kota Malang Ditengah Maraknya Toko Ritel Modern Berbasis Waralaba*, (Malang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016), diakses pada tanggal 26 September 2017 pukul 15.00 WIB melalui website <http://etheses.uin-malang.ac.id/7498/1/BAB%20I,%20V,%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>hal. 17

dengan ritel modern, bukan dengan saling berhadapan untuk saling menyerang.⁸² Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu kajian pokoknya adalah seputar persaingan usaha. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek kajian yaitu jika penelitian ini mengambil objek ritel tradisional dan modern sedangkan penelitian peneliti mengambil objek toko pakaian saja.

4. Skripsi Ismatul Khalimah tahun 2017 dengan judul Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Para Penjual (Studi Kasus Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto) dari Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa Toko Grosir Al-Araffah setidaknya telah menerapkan beberapa Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan dalam berjualan dengan menerapkan sifat jujur dalam berbisnis, menggunakan strategi pemasaran yang sesuai dengan syari'at Islam dengan tidak menjelakkan bisnis pesaingnya, serta melakukan persaingan yang *fair*.⁸³ Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama menganalisa tentang persaingan usaha. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian.
5. Skripsi Zulia Khoirun Nisa', Tahun 2016 dengan judul Strategi Persaingan Usaha Jasa Transportasi Online ditinjau dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Hukum Bisnis Islam (Studi Kasus Jasa Transportasi Online

⁸²Tri Joko Utomo, *Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional vs Modern*, Fokus Ekonomi, Vol.6, No 1, Januari, 2014

⁸³Ismatul Khalimah, *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Para Penjual (Studi Kasus Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto)*, (Purwokerto: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017), diakses pada tanggal 15 Oktober 2017 pukul 15.00 WIB melalui website <http://iainpurwokerto.ac.id>.

GrabCar, Go-Car dan Uber di Surabaya) dari Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Hasil penelitian ini memperlihatkan (1) Strategi persaingan jasa transportasi online yang diterapkan adalah strategi fokus (*focus*) yaitu dengan menggabungkan strategi *overall cost leadership* dan *diferensiasi*, sehingga transportasi online memberikan pelayanan yang lebih efisien dengan biaya rendah. (2) Strategi persaingan usaha yang diterapkan oleh transportasi berbasis online tidak melanggar peraturan undang-undang nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, persaingan yang dilakukan transportasi online tidak ada indikasi pelanggaran dalam segi kegiatan ataupun perjanjian usaha. (3) Dalam hukum bisnis Islam, persaingan usaha jasa transportasi online tidak sesuai dengan prinsip keseimbangan, karena Grab dan Uber menerapkan *rush hour* yang menjadikan tarif bertambah pada jam sibuk. Sehingga dalam transaksi tidak memenuhi syarat keridhoan kedua belah pihak. Kemudian penerapan strategi persaingan usaha Grab dan Uber masih mengandung riba dengan penambahan harga pada jam sibuk, kemudian GoCar mengandung gharar dan maysir dengan permainan poin setelah transaksi terjadi.⁸⁴ Perbedaan skripsi ini dengan skripsi peneliti adalah skripsi ini meneliti objek kajian di bidang jasa sedangkan skripsi peneliti meneliti objek kajian usaha barang. Namun ada persamaannya yaitu meneliti trik persaingan yang digunakan dari objek dan dianalisis menggunakan Undang-Undang No 5 Tahun 1999 dan Hukum Islam.

⁸⁴Zulia Khoirun Nisa, *Strategi Persaingan Usaha Jasa Transportasi Online ditinjau dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Hukum Bisnis Islam (Studi Kasus Jasa Transportasi Online GrabCar, Go-Car dan Uber di Surabaya)*, (IAIN Tulungagung : Skripsi, 2016)

6. Skripsi Devy Pradita, Tahun 2012 dengan judul Kajian Yuridis Terhadap Persaingan Tidak Sehat Antar Pelaku Usaha Di Bidang Industri Musik (Kajian Putusan KPPU Perkara Nomor 19/KPPU/-L/2007) dari Universitas Jember. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa hubungan hukum antara pelaku usaha di bidang industri musik yang dapat menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat apabila di dalamnya terdapat sebuah konspirasi / kolusipersekongkolan yang dilakukan antar sesama pelaku usaha, Persekongkolan merupakan salah satu bentuk persaingan usaha tidak sehat yang terjadi di bidang industri musik.⁸⁵ Perbedaan skripsi ini dengan skripsi peneliti yaitu penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dan bersifat literer. Persamaanya adalah sama-sama mengkaji bentuk persaingan usahanya terlepas dari objeknya yang berbeda.
7. Skripsi Ahmad Rafdi Qastari, Tahun 2016 dengan judul Persaingan Usaha Cafe dan Warung Kopi Di Kota Watampone (Suatu Tinjauan Antropologi Hukum) dari Universitas Hasanuddin Makasar. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa:1) Sebagian besar Kafe-kafe yang muncul belakang ini belum mengantongi atau belum melengkapi perizinan usaha dalam hal ini SITU SIUP dan rekomendasi dari Dinas kebudayaan dan pariwisata. Sedangkan besar para pemilik warkop yang telah menjalankan usahanya belasan sampai puluhan tahun yang

⁸⁵Devy Pradita, *Kajian Yuridis Terhadap Persaingan Tidak Sehat Antar Pelaku Usaha Di Bidang Industri Musik (Kajian Putusan KPPU Perkara Nomor 19/KPPU/-L/2007)* , (Jember: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2012), diakses pada tanggal 30 Maret 2018 pukul 09.00 WIB melalui website <http://unej.ac.id>.

sudah memiliki perizinan usaha yang penulis temukan sebagian besar adalah etnis minoritas lebih memilih membiarkan masalah tersebut karena menurut mereka fenomena kafe ini akan berakhir sama dengan karakter masyarakat Kota Watampone yang latah akan hal baru dan juga tidak ada teguran dari pemerintah setempat. 2) Perlindungan hukum terhadap warung kopi tentunya jelas ada seiring dengan terdaftarnya usaha mereka seperti pemodalan, keamanan, dan pembinaan.⁸⁶ Perbedaan skripsi ini dengan skripsi peneliti adalah terletak pada kajian analisisnya jika skripsi ini menggunakan Antropologi Hukum maka skripsi peneliti menggunakan Hukum Positif dan Hukum Islam. Persamaannya terletak pada strategi bersaing dari objek kajian yang menonjolkan kelebihan dari usahanya.

⁸⁶Ahmad Rafdi Qastari, *Persaingan Usaha Cafe dan Warung Kopi Di Kota Watampone (Suatu Tinjauan Antropologi Hukum)*, (Makasar: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016), diakses pada tanggal 30 Maret 2018 pukul 09.00 WIB melalui website <http://unhas.ac.id>.