



LARANGAN TINDAK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA YANG TERLARANG DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Mahlil Adriaman, Zuhdi Arman & Syaiful Munandar

Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Email: mahlil.adriaman@gmail.com, zuhdiarman1@gmail.com & munandarsyaiful@gmail.com

Abstract

This research aims to find out what are the terms in competition, how companies behave in dealing with the market system, what results when cheating in weights and measures, and why monopolistic practices are prohibited in Islamic views. The research method used in this study is juridical-normative research. The juridical-normative research method is defined as "A research method on legal regulations both from the perspective of hierarchy and legal regulations (vertical), as well as the harmonious relationship between legal regulations (horizontal). This cheating is clearly a form of sariqah practice (theft) of other people's property and not wanting to be fair with others. This is a dangerous act, because weights and measures are the cornerstone of the world economy and the basis for transactions.

Keywords: business competition; monopoly; Islamic perspective

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja istilah dalam persaingan, bagaimana perilaku perusahaan dalam menghadapi sistem pasar, Apa saja yang mengakibatkan ketika curang dalam timbangan dan takaran, dan Kenapa praktek monopoli dalam pandangan islam dilarang. Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian yuridis-normati. Metode penelitian yuridis-normatif diartikan sebagai "Metode penelitian atas aturan-aturan perundangan baik dari sudut pandang hirarki maupun peraturan hukum (vertikal), maupun hubungan harmoni antara peraturan hukum (horizontal). Kecurangan tersebut jelas merupakan satu bentuk praktek sariqah (pencurian) terhadap milik orang lain dan tidak mau bersikap adil dengan sesama. Hal ini merupakan perbuatan berbahaya, karena timbangan dan takaran menjadi tumpuan roda perekonomian dunia dan asas dalam transaksi.

Kata Kunci: persaingan usaha; monopoli; perspektif islam

A. PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis terdapat persaingan yang sangat tidak dapat dihindari, hal tersebut sudah wajar terlebih lagi di kota-kota besar. Untuk mengantisipasi persaingan tersebut, haruslah pandai memilih sebuah perusahaan dengan cerdas dan bijak. Perusahaan yang baik dituntut memiliki strategi pemasaran yang tepat agar dapat bersaing dengan perusahaan yang lainnya untuk memiliki posisi yang aman.

Kebijakan-kebijakan disetiap perusahaan menjadi salah satu pondasi agar perusahaan tersebut dapat bertahan. Berbagai pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan seperti produk barang, jasa, property, dan lain-lain. Perusahaan perlu melakukan persiapan baik di bidang produksidan menentukan waktu yang tepat untuk menjualnya ke calon konsumen.

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 kea rah kehidupan ekonomi yang seimbang.

Persaingan memberikan keuntungan kepada para pelaku usaha ataupun kepada konsumen. Persaingan akan berdampak pada pelaku usaha untuk meningkatkan produk ataupun jasa yang dihasilkan. Dengan adanya persaingan, maka konsumen sangat diuntungkan karena mempunyai pilihan dalam membeli produk atau jasa yang harga terjangkau dan kualitas yang baik.

Dalam hukum nasional dan persaingan usaha tidak sehat sudah diatur dalam UU Nomor 5 Tahun 1999, maka berdasarkan defenisi dapat diketahui bahwa dasarnya ada empat hal penting yang dapat dikemukakan terkait praktek monopoli antara lain, pertama,. Adanya pemusatan kekuatan ekonomi; kedua, pemusatan kekuatan tersebut berada pada satu atau lebih pelaku usaha; ketiga, pemusatan kekuatan tersebut menimbulkan persaingan tidak sehat; keempat, pemusatan kekuatan tersebut merugikan kepentingan umum.¹

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian yuridris-normati. Metode penelitian yuridris-normatif diartikan sebagai “Metode penelitian atas aturan-aturan perundangan baik dari sudut pandang hirarki maupun peraturan hukum (vertikal), maupun hubungan harmoni antarv peraturan hukum (horizontal).

¹ Muhlizar. “Larangan Praktek Monopoli Barang Dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam”, kalam keadilan jurnal hukum, vol 7 no. 1 2019

Dengan menggunakan metode penelitian yuridri-normatif, diharapkan penelitian ini mampu menemukan, merumuskan, menganalisis, dan memecahkan masalah yang ada. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat sekunder, diperoleh melalui studi kepustakaan.²

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dibeberapa negara, hukum persaingan dikenal dengan istilah, "Antitrust Laws" atau antimonopoli. Di Indonesia istilah yang sering digunakan adalah hukum persaingan atau anti monopoli. Di Indonesia hukum anti monopoli diatur dalam UU No. 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. UU ini merupakan pengaturan secara khusus dan komprehensif yang berkaitan dengan persaingan antar pelaku usaha.³ UU ini merupakan pengaturan secara khusus dan komprehensif yang berkaitan dengan persaingan antar pelaku usaha. Dalam pasal 2 Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Lapangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat menyatakan bahwa "Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum".

Secara sederhana dapat dikatakan bahwa monopoli adalah suatu pasar tanpa persaingan, tetapi sebaliknya monopoli dapat juga diperoleh melalui kemampuan usaha, kejelian terhadap bisnis yang tinggi, sehingga pelaku usaha dapat mengelola usahanya pada tingkat efisiensi yang tinggi yang akan menjadikan perusahaannya dapat tumbuh dengan pesat, yaitu dengan cara menawarkan produk kombinasi kualitas dan harga sesuai yang diinginkan oleh konsumen sehingga pangsa pasarnya dapat bertambah dengan cepat dan secara alamiah dapat merebut pangsa pasar yang luas. Dengan adanya pangsa pasar yang luas untuk suatu produk sejenis maka akan dapat terjadi monopoli alamiah dalam suatu pasar.

² Angga Arniya Putri, dkk, Metode Penulisan Artikel Hukum, Cet. 1, (Sumatera Barat: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2024), hlm. 88-89.

³ Is susanto, dkk, "Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia Menurut Hukum Ekonomi Islam dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat", *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, Vol. 3 No. 2, November 2019, hlm 81.

Di Indonesia, pada tanggal 5 Maret 1999 telah diundangkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pasal 3 Undang-undang tersebut menyatakan bahwa kesejahteraan rakyat Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui persaingan usaha yang sehat sehingga menjamain adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah dan pelaku usaha kecil Mencegah praktek monopoli atau praktek usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha dan Terciptanya efektifitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Istilah monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam terminologi Islam tidak ditemukan secara konkrit namun dalam Islam terdapat satu ungkapan yang disinyalir (hampir mirip) dengan monopoli yaitu al-Ihtikar. Menurut Hukum Islam, Ikhtikar diartikan sebagai suatu praktik atau proses monopoli atas supply dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan tertentu. Secara bahasa, al-Ihtikar secara etimologi dapat diartikan dengan Perbuatan menimbun, pengumpulan (barang-barang) atau tempat untuk menimbun.

Kegiatan persaingan dalam dunia usaha yang tidak sehat yang mengakibatkan terjadinya monopoli inilah yang membuat menarik peneliti untuk mengkaji lebih dalam terutama menggunakan kerangka teori Hukum Ekonomi Islam dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, dan terkait dengan prospek penerapan UU No.5 Tahun 1999 sebagai upaya pencegahan terhadap persaingan usaha di Indonesia yang bersifat monopolistik.

Rasulullah SAW bersabda, “Apabila dua orang saling jual beli, maka keduanya memiliki hak memilih selama mereka berdua belum berpisah, dimana mereka berdua sebelumnya masih bersama atau selama salah satu dari keduanya memberikan pilihan kepada yang lainnya, maka apabila salah seorang telah memberikan pilihan kepada keduanya, lalu mereka berdua sepakat pada pilihan yang diambil, maka wajiblah jual beli itu dan apabila mereka berdua berpisah setelah selesai bertransaksi, dan salah satu pihak diantara keduanya tidak meninggalkan transaksi tersebut, maka telah wajiblah jual beli tersebut (HR. Al-Bukhari dan Muslim). Dari hadits tersebut jelaslah bahwa islam mengisyaratkan bahwa penjual dan pembeli agar tidak tergesa-gesa dalam

melakukan transaksi, sebab akan menimbulkan penyesalan atau kekecewaan di kemudian hari. Islam mensyariatkan tidak hanya ada ijab kabul dalam jual beli, tapi juga kesempatan untuk berpikir pada pihak kedua selama mereka masih dalam satu majlis perniagaan atau disebut dengan khiyar. Secara umum, ekonomi islam membedakan tiga bentuk distorsi pasar, yaitu distorsi pada penawaran dan permintaan, penipuan, dan ketidak pastian.

Dalam penelitian sukianti peringatan Allah tentang larangan monopoli yang diartikan sebagai penimbun diatur dalam surah Al-Humazah ayat 2-3. Dimana Allah melalui al-qur'an melarang penimbun harta. Larangan penimbun harta juga dinyatakan dalam al-qur'an surat At-Taubah ayat 34-35 yang mengancamnya dengan azab yang pedih bagi penimbun emas dan perak dan pada surah lain yakni Al-Maidah ayat 2 yang mengandung nilai tolong menolong dan Allah tidak hendak menyakitkan kamu. Terminologi persaingan usaha tidak ditemui dalam literatur keislaman. Istilah yang sering digunakan dalam kajian hukum islam ialah penimbunan terhadap barang komoditas yang diambil kata "ikhtikar", kata inilah yang kemudian banyak diterjemahkan menjadi monopoli ataupun praktik persaingan usaha tidak sehat dalam persaingan usaha. Kajian islam kontemporer menempatkan kajian ini dalam ekonomi syariah karena terkait dengan kajian umum ilmu ekonomi syariah.⁴

B. Perilaku (Behavior) dan Sistem Pasar

Etika merupakan penunjang dari komponen bisnis, terutama dalam hal tindakan dan perilaku pribadi, atau juga tanda-tanda yang dapat membimbing dan mengingatkan suatu pekerjaan yang patut dipuji dan harus dipatuhi dan dilaksanakan. Etika bisnis sebagai bentuk untuk mematuhi prinsip-prinsip etika yang membedakan antara apa yang baik dan buruk, benar dan salah, untuk melakukan yang terbaik bagi perusahaan dan pelanggannya. Pentingnya etika bisnis tergantung pada norma dan prinsip umum yang berlaku dalam kehidupan masyarakat. Prinsip-prinsip tersebut bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi mereka yang terlibat dalam kegiatan bisnis. Karena etika memiliki peranan yang besar terhadap dunia bisnis,

⁴ Muhlizar, "Persaingan Praktek Monopoli Barang dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam", Jurnal Kalam Keadilan, Vol. 7 No.1, 2019, hlm 64.

dimana dengan menerapkan etika dalam berbisnis maka akan mampu menciptakan manajemen yang baik.⁵

Dalam suatu usaha ada namanya persaingan usaha, Persaingan tersebut terjadi karena ada keinginan untuk mencapai keuntungan besar. Peristiwa perdagangan dipasar cukup ketat sehingga membuat pedagang atau produsen harus siap untuk menghadapi tantangan yang terjadi.⁶ Praktek diskriminasi harga seperti dirumuskan dalam Pasal 6 Undang-undang No. 5/1999, maka dapat menyebabkan pembeli tertentu (dimana pembeli tersebut merupakan pelaku usaha juga) terkena kewajiban harus membayar dengan harga yang lebih mahal dibandingkan pembeli lain (yang juga merupakan pelaku usaha) yang sama-sama berada dalam pasar yang sama, sehingga dapat menyebabkan pembeli mengalami diskriminasi tersebut tersingkir dari pasar karena dia akan kalah bersaing dengan pelaku usaha lainnya yang memperoleh harga lebih rendah. Bentuk dari pertukaran harga rendah maupun tinggi dapat mempengaruhi konsistensi pembeli dalam memilih tempat belanja. Peristiwa demikian menjadikan konflik pasar semakin meluas.

Bentuk dari persaingan usaha ini menampilkan nilai kepedulian pemerintah sebagai peran dalam melindungi konsumen. Karena bila hal ini tidak dilakukan maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi persengkongkolan (kolusi) antar pelaku bisnis yang akan menjadikan inefisiensi ekonomi, yang pada akhirnya konsumenlah yang akan menanggung beban yaitu membeli barang atau jasa dengan harga dan kualitas yang kurang memadai.

Dalam persaingan usaha, ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang, yaitu :

1. Faktor internal

Menurut McClelland dalam Alma (2007) menyatakan bahwa faktor internal merupakan aspek-aspek yang menyangkut kepribadian yang

⁵ Niqosiya, "Perilaku Pedagang di Pasar Wisata Plaosan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam", *Journal of Economics and Business Research*, Vol. 2 No. 1, Januari-Juni 2022: 121-138, hlm 121

⁶ Victorio Johan Oki Ramadhan, "Konflik Pasar Monopoli terhadap Pelaku Usaha", *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, Vol. 4 No. 6 Tahun 2022, hlm 4926.

dimiliki oleh seorang pengusaha/wirausaha yang memiliki keinginan untuk berprestasi tinggi dibandingkan orang yang tidak berwirausaha.

2. Faktor eksternal

Faktor eksternal mencakup pemahaman berbagai faktor diluar diri individu. Faktor eksternal merupakan faktor dibelajaluar kendali yang dapat mempengaruhi pilihan dalam berusaha mengenai arah dan tindakan, yang pada akhirnya juga mempengaruhi struktur organisasi. Hal ini dapat mempengaruhi kegiatan di lingkungan tempat usahanya.

Berbagai kasus regulasi struktur pasar barang dan akibat-akibatnya dalam kegiatan ekonomi di Indonesia akan diuraikan selanjutnya, yang begitu kentara adalah industri dengan konsentrasi tinggi, dengan penjelasan bahwa pengsa pasar akan naik dan tinggi hanya akan berputar pada perusahaan-perusahaan besar. Dengan fenomena yang demikian berat pada pasar-pasar dengan pangsa pasar rendah, bagaimana sebenarnya struktur pasar yang ada di Indonesia. Bentuk struktur pasar yang dimaksudkan di atas adalah karakteristik organisasi pasar yang mempengaruhi sifat kompetensi dan harga di pasar. Berikut adalah parameter-parameter yang dapat mempengaruhi bentuk struktur pasar, diantaranya:

1. Jumlah pelaku ekonomi (produsen dan konsumen)
2. Keragaman produk (fungsi dan manfaat produk)
3. Halangan masuk dan keluar pasar (tingkat kesulitan yang dihadapi oleh pelaku ekonomi untuk masuk atau keluar dari pasar)
4. Jenis persaingan dalam pasar (persaingan usaha dalam bisnis untuk merebut konsumen).

Di Indonesia pengaturan tentang posisi dan praktik monopoli masuk kedalam bagian kegiatan yang dilarang dan diatur dalam Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Pada teorinya., munculnya monopoli dapat dibedakan menjadi dua, yaitu :

1. Monopoli yang terjadi karena pelaku usaha memiliki kemampuan teknis tertentu seperti :
 - a) Pelaku usaha memiliki kemampuan atau pengetahuan khusus yang memungkinkan melakukan efisiensi dalam berproduksi.
 - b) Skala ekonomi, dimana semakin besar skala produksi maka biaya marginal semakin menurun, sehingga biaya produksi per unit makin rendah
 - c) Pelaku usaha memiliki kemampuan kontrol sumber daya alam, sumber daya manusia, maupun lokasi produksi.
2. Monopoli yang diperoleh melalui peraturan perundang-undangan, yaitu :
 - a. Hak atas kekayaan intelektual
 - b. Hak usaha eksklusif, yaitu hak yang diberikan oleh pemerintah kepada pelaku usaha eksklusif, yaitu yang diberikan kepada pelaku usaha tertentu yang tidak didapatkan oleh pelaku usaha lain, misalnya agen tunggal, importir tunggal dan pembeli tunggal.

PENUTUP

Monopoli adalah suatu pasar tanpa persaingan, tetapi sebaliknya monopoli dapat juga diperoleh melalui kemampuan usaha, keahlian terhadap bisnis yang tinggi, sehingga pelaku usaha dapat mengelola usahanya pada tingkat efisiensi yang tinggi yang akan menjadikan perusahaannya dapat tumbuh dengan pesat.

Kecurangan tersebut jelas merupakan satu bentuk praktek sariqah (pencurian) terhadap milik orang lain dan tidak mau bersikap adil dengan sesama. Hal ini merupakan perbuatan berbahaya, karena timbangan dan takaran menjadi tumpuan roda perekonomian dunia dan asas dalam transaksi. Jika ada kecurangan didalamnya, maka akan menimbulkan khalal (kekisruhan) dalam perekonomian, dan pada gilirannya akan mengakibatkan ikhtilal (kegoncangan) hubungan transaksi. Ini salah satu bentuk kerusakan yang sangat besar.

Untuk mengatasi persaingan usaha yang tidak sehat, maka panduan yang digunakan ialah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan

Persaingan Usaha Tidak Sehat yang bermaktab pada Pasal 17-18 (monopoli), Pasal 19 (penguasaan), dan Pasal 22 (persekongkolan).

Karakteristik organisasi pasar yang mempengaruhi sifat kompetensi dan harga di pasar yang dapat mempengaruhi bentuk struktur pasar, diantaranya: jumlah pelaku ekonomi, keragaman produk, halangan masuk dan keluar pasar, jenis persaingan dalam pasar. Hukum monopoli dalam beberapa pendapat ulama ada berbeda pendapat yaitu ulama yang menyatakan monopoli haram adalah hanafiyah, malikiyah, dan syafi'iyah yang tercantum dalam dalil naqli dan aqli dan firman Allah surah al-Hajj [22] ayat 25.

DAFTAR PUSTAKA / DAFTAR REFERENSI

Buku:

Angga Arniya Putri, dkk, Metode Penulisan Artikel Hukum, Cet. 1, (Sumatera Barat: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2024).

Is susanto, dkk, "Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia Menurut Hukum Ekonomi Islam dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat", *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, Vol. 3 No. 2, November 2019

Jurnal:

Niqosiya, "Perilaku Pedagang di Pasar Wisata Plaosan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam", *Journal of Economics and Business Research*, Vol. 2 No. 1, Januari-Juni 2022: 121-138

Muhlizar. "Larangan Praktek Monopoli Barang Dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam", *kalam keadilan jurnal hukum*, vol 7 no. 1 2019

Victorio Johan Oki Ramadhan, "Konflik Pasar Monopoli terhadap Pelaku Usaha", *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, Vol. 4 No. 6 Tahun 2022, hlm 4926.