

Konsep persaingan usaha ditinjau dari etika bisnis Islam

Indy Nur Izzah

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: indynurizzah0501@gmail.com

Kata Kunci:

pelaku usaha; persaingan usaha;
etika bisnis; bisnis Islam; prinsip
syariah

Keywords:

businessmen; business
competition; business ethics;;
Islamic business; sharia principles

ABSTRAK

Persaingan usaha banyak ditemui dalam dunia bisnis, dimana pelaku usaha berlomba-lomba dalam banyak hal seperti pemasaran produk, pelayanan terhadap konsumen serta kualitas produk untuk menjadi yang paling diminati dalam suatu pasar, pada dasarnya hal tersebut membawa pengaruh positif bagi para pelaku usaha karena mereka tentunya akan terus melakukan inovasi untuk terus meningkatkan produknya, akan tetapi suatu hal yang baik terkadang disalah gunakan oleh sebagian orang sehingga suatu hal yang awalnya baik berubah menjadi tidak baik

seperti persaingan usaha yang tidak sehat. Indonesia dengan mayoritas penduduk beragama muslim, oleh karenanya persaingan usaha yang akan dibahas akan ditinjau dengan Etika Bisnis Islam dimana Islam merupakan agama yang sempurna sehingga semua kegiatan umatnya terdapat pedoman untuk melaksanakannya dan bagi manusia yang taat akan pedoman tersebut tentunya akan menjadi manusia yang selamat baik itu didunia maupun di akhirat. Penelitian yang digunakan dalam jurnal ini adalah penelitian yuridis-normatif dengan menggunakan berbagai literatur jurnal (studi Pustaka) sebagai data utamanya. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya terdapat keterkaitan antara persaingan usaha dengan etika bisnis islam, dimana etika bisnis islam mengajarkan pelaku usaha untuk melakukan hal-hal yang baik termasuk dalam melakukan persaingan usaha.

ABSTRACT

Business competition is often found in the business world, where business actors compete in many things such as product marketing, service to consumers and product quality to be the most popular in a market, basically this has a positive influence on business actors because they are of course will continue to innovate to continue to improve its products, however, a good thing is sometimes misused by some people so that something that was initially good turns into something bad, such as unhealthy business competition. Indonesia has a majority Muslim population, therefore the business competition that will be discussed will be reviewed with Islamic Business Ethics where Islam is a perfect religion so that all the activities of its followers have guidelines for carrying them out and for people who obey these guidelines will certainly be safe people. in this world and in the afterlife. The research used in this journal is juridical-normative research using various journal literature (literature studies) as the main data. The results of this research show that there is a connection between business competition and Islamic business ethics, where Islamic business ethics teaches business actors to do good things, including conducting business competition.



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pendahuluan

Di era globalisasi saat ini, ekonomi menjadi aspek terpenting untuk kesejahteraan manusia dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti pakaian, makanan, dan tempat tinggal. Faktanya, terdapat banyak sekali sektor ekonomi di setiap bidang kehidupan, antara lain perdagangan, industri, dan pertanian. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa setiap manusia mempunyai sisi ekonomi dalam kehidupannya yang terkait erat dengan dirinya, bahkan tingkat perekonomian sering dijadikan indikator pencapaian seseorang. Hal ini terlihat dari upaya yang dilakukan masyarakat dalam bersaing satu sama lain dalam produksi, konsumsi, distribusi, dan bidang lainnya dalam upaya memenuhi kebutuhan hidup dan menjalani kehidupan yang lebih baik (Mulyawisdawati, 2019).

Sektor perdagangan merupakan salah satu bidang dimana dapat memajukan perekonomian negara. Banyak orang yang mencari nafkah sebagai pedagang. Berdagang menjadi pilihan yang mudah bagi para pelaku usaha atau bisnis untuk mencari penghidupan. Usaha ini biasanya dimulai dengan modal kecil dan keterampilan berdagang, dan keuntungan perdagangan dapat digunakan untuk memenuhi pengeluaran sehari-hari (Puspitasari, 2019).

Persaingan usaha yang sangat ketat mendorong para pelaku usaha untuk terus meningkatkan produk dan layanan mereka demi menjaga keberlangsungan bisnis. Memiliki strategi sangatlah penting dalam dunia bisnis yang kompetitif. Sumber daya utama yang diperlukan untuk menjaga bisnis tetap beroperasi dan berkembang adalah strategi. Meskipun demikian, para pelaku usaha tetap harus mempertimbangkan persaingan yang sehat dalam menjalankan usahanya dan mengikuti pedoman etika bisnis Islam dalam mengelola usahanya (Meisonya et al., 2022).

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam jurnal ini adalah penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif yang memanfaatkan data berupa literatur yang membahas mengenai konsep dari persaingan usaha dalam etika bisnis Islam dan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan yuridis- normatif, dimana penyusunan artikel ini menggunakan literatur jurnal dan buku sebagai data primernya. Penelitian ini dilakukan dengan memahami teori, konsep, serta asas yang membahas konsep dari persaingan usaha dalam etika bisnis Islam, dengan demikian penyusunan artikel ini tidak dilakukan murni di lapangan tetapi artikel ini dikaji melalui literatur-literatur yang banyak membahas mengenai permasalahan yang diangkat dalam artikel ini.

Di sektor bisnis, persaingan antar pelaku usaha sangat penting. Bahkan Islam pun tidak melarang umatnya untuk berkompetisi dalam kebaikan. Terlepas dari kenyataan bahwa persaingan bisnis semakin sengit dan cepat di dunia saat ini, banyak pengusaha yang mengabaikan standar bisnis Islam dalam mengejar keuntungan. Dalam bisnis, sebagian besar pengusaha bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan mereka. Segala tindakan tidak wajar diambil untuk memaksimalkan keuntungan, dan segala upaya dilakukan seefektif dan seefisien mungkin dalam pengadaan bahan mentah, pengolahannya, tenaga kerja, sistem operasional, pemasaran, dan distribusi (Khoirunnisa, 2022).

Pelaku usaha seringkali dalam menjalankan bisnisnya menyimpang dari etika bisnis Islam, antara lain termasuk pengoplosan barang, penipuan, riba, serta

pengurangan takaran atau timbangan (Adji & Ryandono, 2017). Menyikapi hal tersebut, hukum Islam telah menetapkan pedoman dalam bermuamalah, termasuk pengajaran tentang praktik bisnis yang benar dan yang salah, bahkan hingga hal-hal yang kecil. Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai yang digunakan untuk menyelaraskan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis. Etika bisnis Islam adalah pedoman yang harus diikuti ketika menjalankan bisnis atau usaha. Etika bisnis Islam didasarkan pada Al-Qur'an dan hadis (Zakiyah, 2021).

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa persaingan usaha menurut hukum ekonomi Islam diperbolehkan, asalkan kompetisi tersebut dilakukan secara sehat dengan mengedepankan prinsip kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Oleh karena itu, dalam artikel ini akan dibahas rumusan masalah yang mencakup:

1. Bagaimana Konsep Persaingan Usaha yang baik dalam Hukum Islam?
2. Bagaimana Etika Bisnis dalam Islam sehingga terciptanya persaingan usaha yang sehat sesuai tujuan dibentuknya Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999?

Pembahasan

Konsep Persaingan Usaha Yang Baik Dalam Hukum Islam Sub Pembahasan

Islam memberikan perhatian serius terhadap nilai-nilai prinsip dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi umat. Oleh karena itu kita dapat menyimpulkan bahwa tujuan kegiatan ekonomi dalam Islam adalah untuk mencapai kesejahteraan ekonomi masyarakat dalam kerangka moral Islam yang berkeadilan. Oleh karena itu, kegiatan ekonomi dalam Islam harus diawali dengan keyakinan yang utuh terhadap nilai-nilai agama agar dapat mengolah, memproduksi, memasarkan, dan memanfaatkan nilai-nilai ekonomis untuk memenuhi tuntutan kehidupan sehari-hari. Semua kegiatan ini harus dijauhkan dari kebatilan dan riba. Dalam Islam, praktik perniagaan harus dijalankan dengan prinsip keterbukaan dan kesepakatan bersama (Rahardi, 2018)

Persaingan bisnis adalah aktivitas bersaing di antara para pengusaha atau pebisnis untuk memenangkan pangsa pasar (*market share*) melalui penawaran produk barang dan jasa kepada konsumen dengan berbagai strategi pemasaran yang diterapkan (Heni et al., 2020). Persaingan bisnis dalam Islam adalah konsep bahwa para pedagang atau pebisnis harus bersaing secara sehat dan positif, yang dikenal dengan konsep "*fastabiqul khairat*", yaitu memberikan kontribusi yang baik tanpa merugikan pebisnis lainnya serta tidak saling menjatuhkan.

Tentu saja para pelaku usaha akan bersaing satu sama lain dalam kegiatan usahanya. Dari segi manfaat, persaingan dalam dunia bisnis merupakan metode yang efisien untuk mencapai pemanfaatan sumber daya secara maksimal. Menurut ekonomi konvensional, tujuan utama bisnis adalah memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan biaya, keyakinan ini umumnya digunakan di kalangan pelaku bisnis. Sejumlah besar umat Islam terus menerapkan gagasan ini. Secara logis, pendekatan tersebut sering kali mengabaikan prinsip-prinsip etika bisnis, karena kepatuhan terhadap standar etika bisnis mungkin akan menghasilkan keuntungan di bawah standar atau bahkan pengorbanan biaya yang signifikan. Ajaran ekonomi Islam

berbeda dengan ekonomi tradisional selain keadilan ekonomi Islam juga menekankan kesederhanaan dan persaudaraan.

Oleh karena itu, sangat penting bagi umat Islam untuk mendasarkan berbagai transaksi bisnis mereka pada prinsip-prinsip Islam. Islam mengizinkan persaingan dalam bisnis yang dilakukan sesuai dengan tata cara Islam, dengan syarat bahwa bisnis tersebut mematuhi etika yang ditetapkan dalam ajaran Islam. Etika tersebut mencakup pemenuhan syarat-syarat dan prinsip-prinsip dasar dalam transaksi, serta menghindari tindakan yang dapat merugikan atau menyulitkan pihak lain. Islam mempengaruhi persaingan bisnis dengan tujuan untuk mendorong terciptanya persaingan yang sehat dan sesuai norma dalam menjalankan bisnis dan usaha.

Islam mendorong umatnya untuk terlibat dalam kompetisi atau persaingan usaha yang sehat. Dengan mengizinkan dan mendorong kegiatan ekonomi, Islam memberikan ruang bagi persaingan dalam bisnis, selama tetap mengikuti prinsip-prinsip syariat dan mematuhi nilai-nilai yang sesuai, karena Islam tidak ingin terlibat dalam dunia komersial dengan mendikte harga atau jenis barang apa yang diperbolehkan. Kebebasan tersebut diberikan kepada para pengusaha asalkan tidak mengakibatkan kerugian bagi pihak lain. Dalam membangun ekonomi, penting adanya persaingan yang adil dan bermanfaat bagi perkembangan yang berkelanjutan (Ahmad et al., 2019).

Monopoli telah menjadi persoalan besar di negeri ini. Monopoli pada dasarnya diperbolehkan dalam ekonomi Islam, sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip Islam, siapapun boleh berusaha atau melakukan usaha, tanpa memandang apakah dia penjual tunggal (monopoli) atau ada penjual lain. Dalam hal ini, tindakan menjual barang lebih sedikit dari yang diperlukan untuk menaikkan harga guna memperoleh keuntungan di atas keuntungan biasa disebut *ikhtikar*, dan dilarang dalam kaitannya dengan monopoli. Perilaku ini disebut sebagai *monopoly's rent seeking behaviour* (Pratiwi & Erniwati, 2019).

Secara umum, Islam mengakui pentingnya persaingan dalam bisnis untuk memastikan adanya kondisi yang adil bagi konsumen dalam mendapatkan layanan dan harga yang kompetitif. Namun, Islam juga memberikan pedoman bagi para pelaku bisnis agar menjalankan persaingan ini dengan prinsip-prinsip berikut:

1. Melakukan transaksi yang sesuai dengan prinsip *ribawi*.
2. Menghindari penipuan, ketidakjujuran, kebohongan, dan ingkar janji.
3. Tidak menggunakan hak milik orang lain secara tidak sah.
4. Menghargai prestasi yang dicapai.
5. Menjalankan *partnership* atau kerjasama yang sah.
6. Mematuhi kewajiban dalam pembayaran gaji dan hutang.
7. Menghindari praktik penimbunan.
8. Tidak menetapkan harga secara tetap.
9. Menghindari proteksionisme atau perlindungan yang berlebihan.
10. Mencegah monopoli.
11. Tidak melakukan tindakan yang dapat mengerek harga secara tidak wajar.
12. Menghindari tindakan yang dapat menyebabkan kerusakan.
13. Tidak menggunakan pemaksaan dalam transaksi bisnis.

Secara khusus, para pelaku usaha hendaknya mematuhi aturan-aturan berikut

agar dapat bersaing secara sehat dan Islami:

- a. Menghindari pembenaran terhadap segala cara atau praktik yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam.
- b. Berusaha memberikan pelayanan yang maksimal dan barang bermutu sesuai syariah.
- c. Memperhatikan peraturan Islam tentang perjanjian bisnis.

Tujuan dari bisnis tidak hanya terbatas pada mencari keuntungan materi, tetapi juga harus mampu memberikan manfaat non-materi yang positif baik bagi pelaku bisnis sendiri maupun bagi masyarakat secara lebih luas. Manfaat ini bisa berupa terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial, dan lain sebagainya. Selain mencari profit, terdapat dua orientasi lain yang juga penting dalam bisnis, yaitu akhlak dan perbuatan. Akhlak ini mencakup nilai-nilai mulia yang harus tercermin dalam setiap aktivitas bisnis, sehingga terjalin hubungan persaudaraan yang Islami antara majikan dan buruh, serta antara penjual dan pembeli, bukan hanya hubungan fungsional atau profesional semata.

Perbuatan yang dimaksud adalah tindakan yang dilakukan dengan niat mendekatkan diri kepada Allah. Dengan kata lain, dalam setiap aktivitas bisnis yang dilakukan, kesadaran akan hubungan pribadi dengan Allah haruslah hadir. Hal ini dimaksudkan untuk menyiratkan bahwa semua tindakan umat Islam adalah tindakan ibadah. Aspek materi dari aktivitas tersebut meliputi amal perbuatan, namun kesabarannya dalam berhubungan dengan Allah di dunia usaha itulah yang kita sebut sebagai ruhnya (Sundari, 2020).

Dalam konteks perdagangan atau persaingan bisnis, Islam sebagai pedoman hidup yang khas telah menetapkan aturan-aturan yang jelas dan terperinci mengenai hukum serta etika persaingan. Tujuannya adalah untuk mencegah persaingan tidak sehat. Ketika berbicara tentang persaingan usaha, Islam mengatakan setidaknya ada tiga hal yang perlu diperhatikan yaitu :

1. Pihak-pihak yang bersaing

Manusia memegang kendali utama dalam mengelola persaingan bisnis. Kunci utamanya adalah motivasi dan prinsip yang mendasari tindakan bisnisnya, termasuk bagaimana mereka bersaing. Bagi seorang Muslim, tujuan menjalankan bisnis adalah untuk memperoleh dan mengembangkan kekayaan. Mereka yakin bahwa kekayaan yang mereka peroleh adalah rezeki yang telah ditentukan oleh Allah SWT dan tidak akan hilang hanya karena persaingan dengan orang lain. Keyakinan bahwa rezeki datang dari Allah SWT memberikan kekuatan spiritual bagi pengusaha Muslim. Ketika mereka sukses dalam persaingan, mereka bersyukur kepada Allah. Sebaliknya, ketika mereka menghadapi kegagalan, mereka bersabar dan tetap tabah.

2. Segi cara bersaing

Persaingan bebas yang membenarkan segala cara harus ditinggalkan karena bertentangan dengan nilai-nilai prinsip muamalah dalam Islam, dan perlu dihapuskan. Sebaliknya, yang perlu ditekankan adalah persaingan yang sehat, di mana tidak ada upaya untuk saling merugikan atau menjatuhkan satu sama lain.

3. Objek yang dipersaingkan

- a. Produk

Produk yang bersaing, baik berupa barang maupun jasa, haruslah halal. Produk tersebut harus memenuhi spesifikasi yang diharapkan oleh konsumen untuk menghindari penipuan, serta menjamin kualitasnya dan dapat bersaing di pasar. Dalam ajaran Islam, semua aspek kehidupan manusia, termasuk ekonomi, diatur dengan lengkap. Produk dapat diartikan sebagai segala objek atau proses yang memberikan manfaat yang berharga bagi konsumen.

b. Harga

Prinsip dasar bersaing dalam bisnis untuk meraih keunggulan dalam persaingan adalah harga harus kompetitif, namun tidak boleh melemahkan pesaing. Secara umum, ketika konsumen membeli suatu barang atau jasa, mereka mempertimbangkan harga dengan serius.

c. Tempat

Tempatnya harus layak, sehat, bersih, dan nyaman. Di dalamnya juga tidak boleh memuat apa pun yang dilarang, misalnya benda-benda yang dipuja dan dimaksudkan untuk menarik pengunjung.

d. Pelayanan

Di dunia bisnis, memberikan layanan pelanggan yang sangat baik dan bersikap ramah adalah hal yang penting. Namun, kita juga harus menghindari hal-hal yang melanggar prinsip-prinsip hukum Islam (Rosmaya et al., 2022).

Menurut ajaran Islam, manusia bersaing untuk mencapai kebaikan dalam aktivitas bisnis mereka. Konsep persaingan usaha yang didasarkan pada Al-Qur'an mendorong perusahaan untuk bersaing dengan cara memberikan kontribusi yang positif dan menjauhi praktik yang merugikan pengusaha lain. Islam menyarankan agar pengusaha tidak mengambil keuntungan dengan cara yang tidak sesuai dengan nilai-nilai agama. Al-Qur'an juga menegaskan bahwa bersaing untuk sekadar mengumpulkan kekayaan secara berlebihan, tanpa mempertimbangkan nilai-nilai Islam, tidak dianjurkan. Kewajiban sebagai hamba Allah tidak boleh diabaikan dalam upaya meraih kesuksesan bisnis. Bagi pengusaha Muslim, penting untuk memahami konsep persaingan yang Islami agar tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain atau terjerumus ke dalam praktik persaingan yang tidak sehat, yang pada akhirnya mengabaikan tujuan hakiki manusia untuk beribadah kepada Allah dalam setiap aspek kehidupan mereka.

Dalam berbisnis, umat Rasulullah SAW hendaknya berpegang teguh pada beberapa ajaran beliau, antara lain memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dan jujur dalam menjelaskan spesifikasi produk yang dijualnya, meskipun barang tersebut cacat. Dalam hal ini, umat Islam selalu memandang bisnis hanya sekedar melakukan apa yang diperintahkan Allah dalam rangka memohon rahmat-Nya. Persaingan yang disebutkan adalah kompetisi untuk menjadi yang terbaik. Kebaikan di hadapan Allah dapat dicapai dengan bekerja keras dan menaati segala peraturan-Nya dalam bisnis. Berusaha mengelola bisnis dengan menawarkan pelayanan terbaik, biaya kompetitif, dan kualitas barang terjamin merupakan salah satu cara untuk menunjukkan yang terbaik di hadapan masyarakat (Khoirunnisa, 2022).

Hukum Islam menetapkan bahwa persaingan usaha harus sehat, adil, jujur, dan membangun hubungan untuk memperkuat ikatan persaudaraan. Dengan demikian, kebebasan individu dalam berkompetisi dibatasi oleh prinsip-prinsip Islam dan akhlak.

Dengan kata lain, aqidah atau keyakinan merupakan kendali utama yang memandu seseorang dalam merefleksikan persaingan yang sesuai dengan ajaran Islam (Sativa, 2023).

Persaingan usaha menurut prinsip ekonomi Islam diperbolehkan selama dilakukan secara sehat. Namun, ekonomi Islam melarang persaingan usaha yang bersifat monopolistik atau bertujuan hanya untuk mengambil keuntungan semata. Ini karena ekonomi Islam menekankan bahwa persaingan usaha harus berlangsung dengan prinsip-prinsip sehat (*fair play*) dengan prinsip kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparency*), dan keadilan (*justice*) (Susanto et al., 2019).

Etika Bisnis Dalam Islam Sehingga Terciptanya Persaingan Usaha Yang Sehat Sebagaimana Tujuan Dari Dibentuknya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 merupakan undang-undang yang mengatur mengenai praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, adapun tujuan dibentuknya undang-undang tersebut dapat kita lihat dalam Pasal 3 UU Nomor 5 Tahun 1999 yang menjelaskan tujuan dari adanya undang-undang tersebut adalah “*Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat; Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil; Mencegah praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan; Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha*” (Putra, Rizky, 2020).

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwasanya undang-undang tersebut dibentuk untuk membasmi segala bentuk persaingan usaha yang tidak sehat, dalam etika bisnis islam tentu saja terdapat beberapa hal yang sangat perlu untuk diperhatikan oleh para pelaku usaha sehingga dengan menjalankan ketentuan sesuai etika bisnis yang diajarkan dalam islam dapat tercipta persaingan usaha yang sehat.

Perilaku bisnis yang baik terdapat beberapa asas yang mendasarinya, Adapun asas-asas tersebut adalah sebagai berikut: (Pratiwi & Erniwati, 2019)

1. Asas Ilahiyah dimana pelaku usaha menyadari bahwasanya setiap langkah yang akan dilakukan dalam pengawasan Allah, dengan keyakinan seperti ini tentu saja pelaku usaha akan berhati-hati dalam menjalankan usahanya dan akan menghindari hal-hal yang dilarang karena merasa selalu diawasi.
2. Asas Ekonomi yang menjelaskan bahwasanya dalam menjalankan usaha pelaku usaha tentunya beorientasi pada profit yang akan dihasilkan, memperoleh profit tersebut tentunya harus dengan jalan yang benar bukan dengan jalan yang bathil karena selain mendapat profit pelaku usaha juga harus memperhatikan keberkahan dari profit yang dihasilkan tersebut.

Ekonomi Islam mengajarkan bahwa pasar, negara, dan individu harus seimbang (*iqtishad*), tanpa ada yang mendominasi. Dalam Islam, kebebasan pasar dijaga. Pasar bebas menetapkan metode produksi dan harga tanpa intervensi yang merusak keseimbangannya. Namun, pasar yang benar-benar adil sulit ditemukan karena distorsi sering terjadi, merugikan berbagai pihak. Konsep mekanisme pasar dalam Islam dapat dilihat dari hadits Rasulullah SAW yang disampaikan oleh Anas RA mengenai kenaikan harga di Madinah. Hadits ini menunjukkan bahwa Islam telah mengajarkan konsep

mekanisme pasar jauh sebelum Adam Smith, lebih dari 1160 tahun sebelumnya. Dalam hadits tersebut, dijelaskan bahwa harga barang di Madinah pernah melonjak pada masa Nabi SAW, sehingga masyarakat mengeluh.(Darania, 2019)

Ibnu Taimiyyah juga menyatakan transaksi pasar yang Islami adalah sebagai berikut :

- a. Setiap orang yang melaksanakan bisnis dipasar dapat masuk secara bebas.
- b. Terdapat informasi yang akurat mengenai barang dagangan yang diperjual-belikan dipasar.
- c. Tidak boleh adanya unsur monopoli, kolusi antar penjual dan pembeli.
- d. Terdapat naik turunnya harga dikarenakan adanya naik turun tingkat permintaan dan penawaran.
- e. Adanya standarisasi terhadap suatu produk untuk meminimalisir adanya penipuan, pemalsuan, dan kecurangan kualitas barang.

Untuk dapat membentuk kultur bisnis yang sehat, ideal dan islami para pelaku usaha hendaknya melakukan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip islam etika dalam bisnis islam, diantaranya: (Susilawati et al., 2021)

1. Kesatuan (Tauhid/Unity)
2. Keseimbangan (Adil/Equilibrium)
3. Kehendak bebas (Free will)
4. Tanggung jawab (Responsibility)
5. Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran (truth, goodness, honesty)

Dalam dunia bisnis yang penuh persaingan, para pelaku usaha harus cepat dalam mengambil tindakan namun tidak boleh menggunakan cara-cara kotor terhadap sesama pebisnis. Artinya, strategi atau taktik bisnis yang dikembangkan tidak boleh merugikan atau menghancurkan pesaing lainnya. Prinsip yang harus dijalankan adalah yang besar mendukung yang kecil dan yang kuat membantu yang lemah. Inilah esensi dari kebersamaan dalam bisnis, di mana para pelaku saling mendukung dan saling menguntungkan dalam pasar yang bebas. Solusi terbaik adalah menawarkan kerjasama dengan prinsip "*win-win solution*" kepada pelaku bisnis yang bersedia bekerjasama. Sikap ini mencerminkan konsep "*brotherhood economic*", yakni menjalankan ekonomi dengan semangat persaudaraan. Meskipun dalam era globalisasi, dengan karakteristik utamanya yang cenderung ke arah persaingan bebas atau "*free fight liberalism*", banyak pelaku bisnis yang mengabaikan nilai-nilai ini, sejarah telah menunjukkan bahwa kemenangan sejati adalah kemenangan atas keserakahan.

Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik ketika berdagang, Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaingnya dagangnya, yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang dagangannya dengan jujur termasuk jika barang tersebut ada cacatnya. Secara alami, hal-hal seperti ini ternyata justru mampu meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya (Latif, 2017).

Islam melarang segala bentuk kemunkaran, termasuk persaingan bebas yang menggunakan cara-cara yang tidak etis dengan menghalalkan segala cara, karena bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam. Umat Islam diperintahkan untuk berlomba-lomba dalam kebaikan, yang berarti bahwa persaingan harus berfokus pada

memberikan yang terbaik tanpa merugikan pesaing. Rasulullah SAW mencontohkan bagaimana bersaing dengan baik melalui pelayanan yang prima dan kejujuran tentang kondisi barang dagangan. Beliau juga melarang kolusi dalam persaingan bisnis karena merupakan perbuatan dosa yang harus dihindari (Norvadewi, 2015).

Sebagaimana disebutkan dalam QS. Al Baqarah ayat 188 : *"Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui"*.

Dari berbagai penjelasan diatas tentunya dapat diambil kesimpulan bahwasanya Islam mengatur dengan sangat detail terkait bisnis yang baik sehingga memunculkan suatu pasar yang konsusif dan islami, hal tersebut sesuai dengan tujuan adanya undang-undang anti monopoli di Indoneisa, hanya saja masih banyak pelaku usaha yang secara sadar maupun tidak sadar melakukan hal-hal yang sudah dilarang baik itu yang dilarang syariat maupun yang dilarang oleh negara, sehingga meskipun sudah ada syariat sebagai pedomannya maupun undang-undang yang sudah mengaturnya persaingan usaha yang tidak sehat masih saja terjadi karena keserakahan dari beberapa oknum yang menghalalkan segala cara untuk mencapai tujuannya. Oleh karena itu, sebagai pelaku usaha yang baik hendaknya memperhatikan apa saja yang boleh dan tidak boleh untuk dilakukan sehingga tidak merugikan pihak manapun.

Kesimpulan dan Saran

Islam mengizinkan persaingan dalam bisnis yang dilakukan sesuai dengan tata cara Islam, dengan syarat bahwa bisnis tersebut mematuhi etika yang ditetapkan dalam ajaran Islam. Etika tersebut mencakup pemenuhan syarat-syarat dan prinsip-prinsip dasar dalam transaksi, serta menghindari tindakan yang dapat merugikan atau menyulitkan pihak lain. Islam mempengaruhi persaingan bisnis dengan tujuan untuk mendorong terciptanya persaingan yang sehat dan sesuai norma dalam menjalankan bisnis dan usaha. Islam menyarankan agar pengusaha tidak mengambil keuntungan dengan cara yang tidak sesuai dengan nilai-nilai agama. Al-Qur'an juga menegaskan bahwa bersaing untuk sekadar mengumpulkan kekayaan secara berlebihan, tanpa mempertimbangkan nilai-nilai Islam, tidak dianjurkan. Hukum Islam menetapkan bahwa persaingan usaha harus sehat, adil, jujur, dan membangun hubungan untuk memperkuat ikatan persaudaraan. Bagi pengusaha Muslim, penting untuk memahami konsep persaingan yang Islami agar tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain atau terjerumus ke dalam praktik persaingan yang tidak sehat, yang pada akhirnya mengabaikan tujuan hakiki manusia untuk beribadah kepada Allah dalam setiap aspek kehidupan mereka.

Pasal 3 UU Nomor 5 Tahun 1999 menjelaskan tujuan dari adanya undang-undang ini, dimana undang-undang ini dibuat untuk membasmi seluruh praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, dalam etika bisnis islam tentu saja terdapat beberapa hal yang sangat perlu untuk diperhatikan oleh para pelaku usaha sehingga dengan menjalankan ketentuan sesuai etika bisnis yang diajarkan dalam islam dapat tercipta persaingan usaha yang sehat. Terdapat 2 asas yang perlu diperhatikan dalam

menjalankan bisnis menurut islam yaitu : Asas Ilahiyah dan Asas Ekonomi, kedua asas ini merupakan dasar bagi para pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya.

Pelaku usaha diharapkan memperoleh edukasi etika bisnis Islami untuk memahami nilai-nilai syariah dalam persaingan usaha, mengutamakan kejujuran dan keadilan dalam setiap aspek kegiatan bisnis, serta menerapkan transparansi dalam harga, kualitas produk, dan layanan. Pengawasan dari regulator juga perlu ditingkatkan untuk mencegah praktik-praktik tidak etis, seperti monopoli atau manipulasi pasar, sehingga tercipta iklim bisnis yang sehat dan kompetitif. Selain itu, sangat penting bagi pelaku usaha untuk memperhatikan hak dan kepentingan konsumen dengan memastikan produk atau jasa yang ditawarkan bermanfaat serta sesuai dengan prinsip halal dan thayyib.

Daftar Pustaka

- Adji, P., & Ryandono, M. N. H. (2017). Bagaimana Pedagang Muslim Istiqomah Dalam Kejujuran? *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 4(5).
<https://doi.org/10.20473/vol4iss20175pp396-409>
- Ahmad, R., Hasbullah, M. A., Wahid, M., Zada, K., Ma'afi, M., Masduki, I., Masudi, I., & Ubaid, A. (2019). *Fikih Persaingan Usaha*. Lakpesdam PBNU.
- Darania, M. (2019). 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. *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 21–46. <https://doi.org/10.24090/ej.v7i1.3446>
- Heni, N., Santoso, B., & Rahayu, J. (2020). *Strategi Pemasaran Berbasis Metode Boston Consulting Group (BCG) Dalam Menghadapi Persaingan Pada Rumah Makan Sundari Jember*.
- Khoirunnisa, I. (2022). *Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Pedagang Grosir Pakaian Di Johor Trade Mall Semarang*.
- Latif, A. (2017). Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam. *Islamic Economics Journal*, 3(2), 161. <https://doi.org/10.21111/iej.v3i2.2717>
- Meisonya, D., Indrawati, T., & Sunardi, H. (2022). Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pemeliharaan dan Pembocoran Rahasia Dagang di Kalangan Pengusaha Kecil Kuliner Kota Mataram. *Muamalat: Jurnal Kajian HUKUM Ekonomi Syariah*, 14(1).
- Mulyawisdawati, R. A. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam di CV Rumah Warna Yogyakarta. *Jurnal STEBI Al-Muhsin Yogyakarta*, 13(2).
- Norvadewi. (2015). Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif) Norvadewi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Al-Tiajry*, 1(1).
- Pratiwi, M. D., & Erniwati. (2019). Persaingan Usaha Dalam Hukum Islam. *Justici*, 12(2).
- Puspitasari, I. (2019). Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang). *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(1).
<https://doi.org/10.29313/amwaluna.v3i1.4125>
- Putra, Rizky, N. (2020). Urgensi Keberadaan Hukum Persaingan Usaha Dan Anti Monopoli Di Indonesia Oleh: Rizky Novyan Putra. *Business Law Review*, 1, 38–46.
- Rahardi, M. T. (2018). Persaingan Usaha Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Konvensional Dan Ekonomi Syariah. *Perada*, 1(1).
- Rosmaya, Bedong, M. A. R., Zubair, M. K., & Wahidin. (2022). Analisis Etika Bisnis Islam

- dalam Persaingan Usaha Pabbagang di Desa Pallemeang Kabupaten Pinrang.
DIKTUM: Jurnal Syariah Dan Hukum, 20(1).
<https://doi.org/10.35905/diktum.v20i1.2711>
- Sativa, O. (2023). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Persaingan Usaha Transportasi Online (Studi Pada Transportasi Online Gojek dan Maxim di Bandar Lampung)*.
- Sundari. (2020). *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Pedagang Di Pasar Tradisional Somoroto Desa Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo*.
- Susanto, I., Meilia, M., & Anisa, D. (2019). 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. *Syî'ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(2).
<https://doi.org/10.35448/jiec.v3i2.6593>
- Susilawati, R., Imsin, M., & Nikmah, K. (2021). Analisis Persaingan Usaha Dalam Etika Bisnis Islam Di Kabupaten Jombang. *Akuntansi'45: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(2), 120–127.
- Zakiah, M. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Bisnis Se Manis Di Sitibondo. *Jurnal Al-Idarah*, 2(2). <https://doi.org/10.35316/idarrah.2021.v2i2.75-89>