

## Klausul Hukum Persaingan Bisnis Dalam Usaha Supermarket

Unang Fauzi \*, Aryandi Dwika Pramulia\*

### ABSTRAK

*Bisnis merupakan pekerjaan yang banyak diminati di Indonesia dan dalam setiap bisnis pasti terdapat sebuah persaingan. Jumlah persaingan tidak sehat cukup banyak ditemukan di Indonesia. Pada awal dibentuk tahun 2000, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) telah menerima 2537 laporan. UU No. 5 tahun 1999 adalah hukum terkait persaingan bisnis, akan tetapi hukum persaingan bisnis menurut perspektif Islam juga dibutuhkan. Karena mayoritas penduduk di Indonesia beragama muslim maka sudah sewajarnya jika hukum persaingan bisnis dalam perspektif Islam diketahui hukumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hukum persaingan bisnis dalam perspektif Islam. Metode yang digunakan adalah metode normative legal studies yang mana lokasinya berada di Supermarket CV Arli Singkawang Kalimantan Barat. Data-data penelitian didapatkan dari observasi dan wawancara terkait dengan hukum persaingan bisnis. Data-data tersebut kemudian akan dianalisis secara deskriptif sehingga menjelaskan tentang hukum persaingan bisnis secara umum dan yang ada pada CV Arli dalam perspektif Islam dan hukum positif serta kesesuaian antara keduanya. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis teliti hukum persaingan bisnis secara umum dan yang ada pada CV Arli menurut perspektif Islam dan hukum positif adalah boleh selama tidak menuju kepada monopoli dan persaingan bisnis yang tidak sehat.*

**Kata Kunci** : Hukum Islam, Hukum Positif, Persaingan Bisnis, Supermarket CV Arli Singkawang

---

\* Dosen HES IAI Tazkia

## Pendahuluan

Pekerjaan atau mata pencaharian sudah menjadi hal yang lumrah dilakukan oleh semua kalangan manusia di dunia untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari. Banyak sekali macam-macam pekerjaan yang dikerjakan untuk mendapatkan beberapa keuntungan atau hasil dari yang sedikit hingga yang banyak hanya untuk mencukupi kebutuhan kehidupan sehari-hari maupun untuk berlomba-lomba memperkaya diri. Di Indonesia sendiri perkembangan bisnis semakin meningkat dari tahun ketahunnya. Badan Pusat Statistik (BPS) telah melakukan Sensus Ekonomi 2016 dan dari hasil sensus, jumlah perusahaan di Indonesia yang tercatat ada sebanyak 26,7 juta. Angka ini meningkat dibanding hasil Sensus Ekonomi 2006 yang sebanyak 22,7 juta perusahaan. Bisnis sangat banyak macam-macamnya mulai dari bisnis pakaian, properti, supermarket, minimarket, hingga bisnis kuliner. Bisa disimpulkan bahwa bisnis adalah salah satu pekerjaan yang bisa menghasilkan banyak keuntungan di bandingkan dengan pekerjaan yang lain dan bisa dikerjakan oleh semua kalangan tanpa memandang gelar dan jabatan.

Agama Islam adalah agama yang mengatur segala macam perbuatan yang dilakukan oleh umatnya mulai dari ibadah hingga perbuatan sehari-hari, begitupun dalam hal mencari nafkah, salah satunya adalah berbisnis atau berdagang, pekerjaan ini adalah pekerjaan yang dianjurkan agama islam dan Rasulullah SAW, dimana dalam Al-Qur'an dan hadis bahwa berdagang adalah pekerjaan yang baik, sebagaimana dalam sebuah hadis:

بَيْعُهُمَا بَرَكَهٌ مُحَقَّقَةٌ وَكُتْمَا كَذْبًا وَإِنْ بَيَّعَهُمَا فِي لُحْمَا بُورِكَ وَبَيْنَا صَدَقًا فَإِنْ يَتَفَرَّقَا لَمْ مَّا بِالْخِيَارِ الْبَيْعَانِ

“Orang yang bertransaksi jual beli masing-masing memiliki hak khiyar (membatalkan atau melanjutkan transaksi) selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya jujur dan terbuka, maka keduanya akan mendapatkan keberkahan dalam jual beli, tapi jika keduanya berdusta dan tidak terbuka, maka keberkahan jual beli antara keduanya akan hilang.” (Muttafaqun ‘alaih).

Pada setiap kegiatan bisnis tidak dapat dipungkiri lagi dapat ditemukan persaingan diantara para pelaku bisnis, menurut John Lewis Gilin dan John Philip Gilin persaingan atau competition dapat diartikan sebagai suatu proses sosial, dimana individu maupun kelompok-kelompok manusia saling bersaing untuk mencari keuntungan melalui bidang-bidang kehidupan yang pada suatu masa tertentu menjadi pusat perhatian umum, dengan cara menarik perhatian tanpa menggunakan ancaman dan kekerasan (Soekanto, 2002).

Persaingan usaha tidak sehat memiliki dampak yang merugikan masyarakat dan negara, sebagaimana menurut Sekarsakari, bahwa persaingan usaha dapat mengakibatkan suatu pihak rugi dan dapat merusak kelancaran dari majunya perekonomian lokal maupun dunia. Oleh karena itu sebelum terlambat dalam

mengatasi persaingan usaha yang tidak sehat maka kita harus mencegah itu terjadi (Sekarsari, 2013).

Realitanya di lapangan persaingan yang tidak sehat masih dapat ditemukan antara sesama pebisnis di Indonesia sebagaimana dalam Kompas.com dituliskan bahwa sejak Komis Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) didirikan pada tahun 2000, KPPU telah menerima 2.537 laporan, sedangkan didalam UU No. 5 tahun 1999 tentang larangan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat sudah diatur hukum tentang tidak diperbolehkannya monopoli dan bersaing dalam berbisnis dengan cara yang tidak sehat.

Dengan adanya perilaku yang baik dalam persaingan bisnis antara para pebisnis terutama di Indonesia akan berjalan dengan baik dan tidak merugikan semua pihak dalam sebuah transaksi bisnis, sehingga perkembangan bisnis dan peminat bisnis di Indonesia menjadi meningkat, karena dengan meningkatnya bisnis di Indonesia maka akan memicu meningkatnya ekonomi negara beserta penduduk di Indonesia, sebagaimana dalam pembahasan peraturan KPPU No. 4 tahun 2011 tentang perdoman pasal 5, bahwa dengan adanya persaingan maka harga akan mendekati harga produksi yang menyebabkan jumlah produksi di pasar meningkat sehingga kesejahteraan pun akan meningkat.

Persaingan bisnis dalam hukum biasanya disebut juga dengan persaingan usaha. Pengertian persaingan secara bahasa berasal dari kata bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika suatu kelompok atau perorangan berlomba-lomba untuk mencapai suatu tujuan yang sama-sama diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan. Persaingan adalah keadaan dimana suatu kelompok berperang atau berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan (Kuncoro, 2005: 86).

Hukum adalah pengatur dan petunjuk dalam kehidupan bermasyarakat (*levensvoorschriften*) sehingga hukum selalu sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat itu sendiri (Soeroso, 2006: 23). Menurut Borst hukum adalah semua peraturan kelakuan atau perbuatan manusia didalam masyarakat, dimana pelaksanaannya dapat dipaksakan dan bertujuan mendapatkan tata atau keadilan (Soeroso, 2006: 27).

Pengertian dari hukum persaingan usaha adalah hukum yang mengatur tentang interaksi atau hubungan perusahaan atau pelaku usaha di pasar, sementara tingkah laku perusahaan ketika berinteraksi dilandasi atas motif-motif ekonomi (Lubis, 21). Hukum persaingan usaha adalah hukum yang mengatur segala sesuatu yang berkaitan dengan persaingan usaha, maka hukum persaingan usaha merupakan instrumen hukum yang menentukan tentang bagaimana persaingan itu harus dilakukan (Hermansyah, 2008: 1).

Persaingan usaha terbagi menjadi dua yaitu persaingan yang sehat dan persaingan yang tidak sehat. Menurut rokan persaingan usaha yang sehat adalah struktur pasar yang akan mewujudkan kegiatan produksi barang dan jasa yang sangat tinggi efisiensinya. Terdapat banyak penjual dan pembeli, namun tidak dapat mempengaruhi keadaan pasar. Sedangkan persaingan tidak sehat adalah persaingan diantara pelaku usaha yang tidak seimbang, terdapat ketidakjujuran dari pelaku usaha yang bersaing dengan pelaku usaha lain (Rokan, 2012: 1-2).

Agama Islam menganjurkan bisnis akan tetapi harus sesuai dengan Syariah, sebagaimana Menurut Rokhim Agama Islam sangat menganjurkan untuk bekerja dalam bidang bisnis, akan tetapi harus sesuai dengan apa yang telah ditetapkan baik oleh Al-Qur'an maupun hadis. Keduanya menjadi pedoman bagi kaum muslim dalam melakukan kegiatan bisnisnya, Di antara pedoman tersebut terdapat pula beberapa kode etik berdagang menurut Islam adalah sidiq (jujur), amanah (tanggung jawab), tidak melakukan riba, menepati janji, tidak menipu, tidak tathfif (curang dalam timbangan), tidak menjelek-jelekan pedagang lain, dan tidak menimbun barang dan hal yang dapat merugikan orang lain (Rokhim, 2013: 110).

Persaingan bisnis dalam Islam harus mengikuti apa yang telah diajarkan dan diperintahkan Rasulullah SAW, Ada tiga unsur yang perlu diperhatikan dalam persaingan bisnis Islam untuk mencegah adanya persaingan bisnis yang tidak sehat, yaitu: pihak-pihak yang bersaing, objek yang dipersaingkan, dan cara bersaing.

Akan tetapi dalam hukum Islam belum ada dalil dari Al-Qur'an dan hadis yang mengatur secara khusus tentang hukum persaingan bisnis, maka penulis menimbang penelitian tentang hukum persaingan bisnis dalam perspektif Islam ini sangat diperlukan, karena mayoritas penduduk di Indonesia beragama Islam, dengan adanya hukum persaingan bisnis secara khusus maka persaingan bisnis yang dilakukan umat Islam tidak bertentangan dengan syariat hukum Islam.

Praktek persaingan bisnis dapat kita temukan dimana-mana, salah satunya adalah Supermarket CV Arli yang terletak di Provinsi Kalimantan Barat tepatnya di kota Singkawang yang akan menjadi tempat penelitian penulis, CV Arli merupakan salah satu supermarket syariah terbesar di Kalimantan barat dan merupakan satu-satunya di kota Singkawang yang mayoritas penduduknya beragama non muslim, oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti bagaimana persaingan bisnis yang ada pada supermarket CV Arli dengan para pesaingnya yang mayoritas adalah orang non muslim, maka dari penelitian tersebut penulis akan mengetahui bagaimana persaingan bisnis yang terjadi pada Supermarket CV Arli Singkawang.

### **Metode Penelitian**

Penelitian kualitatif menurut Creswell adalah suatu pendekatan atau penelusuran yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral (Semiawan, 2010: 7). Metode *normative legal studies*, adalah metode untuk penelitian yang berdasarkan hukum normatif yaitu aturan-aturan yang sudah tercatat dan dalam ruang lingkup muamalah maka menggunakan norma fiqh muamalah (Misno, 2017). Penelitian yang akan dilakukan bertempat di PT. CEPAT VERSI ARLI yang beralamat di Jalan Aliyang No. 74 A, Kecamatan Singkawang Barat, Kota Singkawang, Kalimantan Barat. Waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal 20 Juni 2018 s/d 20 Juli 2018. Pada penelitian digunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertamanya. Pengambilan data menggunakan beberapa prosedur dan teknik pengambilan data berupa: observasi dan wawancara. Kemudian data sekunder adalah data-data yang telah tersusun atau data-data yang sudah ada yang bisa didapatkan dari membaca dan mendengarkannya.

Teknis pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan studi pustaka. Kemudian teknik analisis data yang digunakan adalah *Islamic legal studies* (studi hukum Islam) yaitu analisis ushul fiqh, dimana dalam metode ini penulis. Akan mencari dalil-dalil hukum Islam dengan menggunakan *sad al-zari'ah*. Kemudian penulis akan menganalisis apakah persaingan bisnis pada Supermarket CV Arli sudah sesuai dengan persaingan bisnis dalam perspektif Islam dan menurut UU serta peraturan KPPU.

## **Pembahasan**

Hasil dari penelitian di Supermarket CV Arli yang ditemukan dalam penelitian ini melalui observasi langsung maupun melalui wawancara dengan direktur CV Arli, antara lain:

- a. Kasus antara Supermarket CV Arli dengan beberapa minimarket dan supermarket di Singkawang, dimana beberapa minimarket memasang harga jual beberapa produk yang sama dengan harga terlalu rendah dibawah harga standar pasar, dimana hal ini membuat beberapa produk di Supermarket CV Arli dan pelaku usaha lainnya kurang diminati bahkan ada beberapa pelaku usaha yang menutup usahanya karena tidak mampu bersaing dengan beberapa minimarket dan supermarket di Singkawang, akan tetapi kasus ini tidak sampai ke ranah hukum atau pengadilan, CV Arli menggunakan solusi dengan cara menyamakan harga beberapa produk tersebut dengan harga yang sama dengan beberapa pesaing tersebut agar produknya laku walaupun laba yang didapat sangat sedikit bahkan tidak ada sama sekali dengan cara mencari produk lain yang menjadi unggulan supermarket CV Arli Singkawang, agar tetap menjadi pilihan konsumen yang ada di Kota Singkawang (Hasil wawancara dengan Edi Arliansyah, 2018).

- b. Kasus antara Supermarket CV Arli dengan Salah satu toko *fotocopy* dan aksesoris A, terjadi sekitar tahun 2006-2007 pada saat itu CV Arli masih berupa toko yang sama dengan toko A, dimana toko A memasang tarif *fotocopy* yang lebih murah dibandingkan CV Arli, sehingga konsumen lebih memilih toko A, solusi yang dijalankan CV Arli adalah dengan menurunkan tarif *fotocopy* agar sama dengan toko A walaupun keuntungan yang didapatkan dibawah standar keuntungan dengan cara mencari inovasi lain atau produk lain yang dibutuhkan konsumen dan menghasilkan keuntungan yang wajar sehingga konsumen lebih memilih CV Arli dibandingkan toko A karena produknya lebih bervariasi. Dan kasus ini menyebabkan toko A kekurangan konsumen. Kasus ini hanya diselesaikan dengan solusi CV Arli mengikuti harga yang sama dengan toko tersebut akan tetapi mencari produk lain yang menjadi unggulan sehingga menjadi pilihan konsumen.
- c. Persaingan *marketing* antara CV Arli dengan pelaku usaha lain, dimana dalam persaingan bisnisnya CV Arli hanya mengandalkan marketing dari mulut ke mulut berdasarkan kepuasan konsumen baik secara langsung maupun melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan website.
- d. Persaingan dalam *service* atau pelayanan konsumen antara CV Arli dengan Pelaku usaha lain, dimana dalam persaingan bisnisnya CV Arli memberikan parkir gratis dan biaya pengantaran barang gratis kepada semua konsumen. Sehingga memiliki nilai lebih atau daya Tarik tersendiri dibandingkan dengan para pesaingnya.
- e. Supermarket CV Arli Singkawang memberikan diskon kepada konsumen yang membeli barang untuk dijual kembali atau membeli minimal satu lusin pada setiap satu jenis barang, dan memberikan diskon pada waktu-waktu tertentu. Sehingga bisa menarik minat konsumen dan membantu pelaku usaha lain yang ada di Kota Singkawang.
- f. Supermarket CV Arli juga memberikan zakat yang disalurkan secara langsung kepada fakir miskin yang ada di Kota Singkawang karena zakat diwajibkan dalam Islam, dan bisa membantu fakir dan miskin yang ada di Kota Singkawang.

Dalam menganalisis hukum persaingan usaha penulis menggunakan metode ushul fiqh, pertama penulis akan melihat dari dalil Al-Qur'an dan Hadis yang berkaitan terlebih dahulu apakah ada atau tidak nash yang berkaitan dengan persaingan usaha, kemudian penulis akan menggunakan *sad al-zari'ah* dan setelah itu akan ditemukan hukum dari persaingan usaha dalam hukum Islam, akan tetapi hasil dari analisis ini tidak menjadi hukum yang mengikat sampai ada putusan atau peraturan dari DSN (Dewan Syariah Nasional) dan pemerintah.

Pada dasarnya hukum persaingan bisnis dalam Islam adalah boleh sebagaimana dalam Al-Qur'an dianjurkan untuk berlomba-lomba dalam kebaikan, karena bisnis atau berdagang adalah perbuatan yang baik maka hukum nya boleh.

Begitupun dalam hadis tidak diperbolehkan dan diharamkan menimbun barang dalam praktek dagang atau bisnis apabila perbuatan itu dilakukan maka akan mendapatkan dosa. Akan tetapi ada perselisihan dikalangan para ulama, ada ulama yang mengatakan monopoli dilarang hanya pada makanan saja dan ada juga ulama yang mengatakan monopoli dilarang secara mutlak. Dari hasil wawancara dalam penelitian ini disebutkan oleh akademisi bahwa persaingan bisnis itu perlu dalam bisnis, jika tidak ada persaingan bisnis maka harga pasar dikhawatirkan tidak stabil. Akan tetapi jika hukum persaingan bisnis yang awalnya boleh maka akan menjadi haram jika persaingan bisnisnya menuju kepada hal merugikan masyarakat dan para pebisnis lainnya. Sebagaimana dalam metode *sad al-zari'ah*, bahwa suatu perbuatan yang menuju kepada perbuatan yang haram maka perbuatan tersebut hukumnya haram, persaingan bisnis hukumnya boleh akan tetapi jika persaingan bisnis menuju kepada menzalimi masyarakat dan para pebisnis lainnya, karena hukum menzalimi haram maka hukum persaingan bisnis menjadi haram.

Akan tetapi dari hasil wawancara dengan akademisi penulis menemukan bahwa pada zaman sahabat Usman pernah melakukan persaingan bisnis yang menjatuhkan pesaingnya orang yahudi dengan cara membeli setengah sumur milik orang yahudi dengan aturan Usman dan orang yahudi tersebut bergantian dalam menjual air sumur, akan tetapi setiap giliran Usman semua masyarakat dibebaskan untuk mengambil air sepuasnya secara gratis sehingga sewaktu giliran orang yahudi tidak ada masyarakat yang membeli, maka hal yang dilakukan Usman diperbolehkan dikarenakan untuk kepentingan masyarakat sebab orang yahudi menzalimi masyarakat yang ada pada saat itu. Maka hukum perbuatan yang awalnya haram bisa menjadi boleh apabila perbuatan tersebut menuju kepada sesuatu yang diperbolehkan akan tetapi tetap melihat kebaikan dan keburukan yang ditimbulkan (Hasil wawancara dengan Ahmad Masykur, 2018).

Pada kasus yang penulis dapatkan dari supermarket CV Arli Singkawang, masalah utamanya adalah memasang harga dibawah harga pasar. Menurut Pasal 7 UU No. 5 tahun 1999 tentang larangan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat bahwa pelaku usaha dilarang melakukan perjanjian dengan pesaingnya untuk menetapkan harga dibawah harga pasar sehingga menyebabkan persaingan usaha tidak sehat, maka apabila pelaku usaha memasang harga dibawah harga pasar dengan melakukan perjanjian dengan pesaingnya maka hukumnya tidak boleh karena dapat merugikan masyarakat dan negara, sebagaimana dalam pembahasan peraturan KPPU No. 4 tahun 2011 tentang pedoman pasal 5, bahwa kesepakatan penetapan harga antara pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya dapat menyebabkan harga meningkat jauh dari harga produksi yang menyebabkan jumlah produksi di pasar akan menurun sehingga menyebabkan kesejahteraan masyarakat menurun. Akan tetapi jika perbuatan tersebut dilakukan tanpa perjanjian dengan pesaingnya maka boleh saja selama tidak menyebabkan persaingan usaha tidak sehat sebagaimana telah disebutkan juga dalam peraturan KPPU No. 4 tahun 2011.

Hukum persaingan usaha pada dasarnya dibolehkan selama tidak mengandung perjanjian dan kegiatan yang dilarang serta tidak menuju kepada persaingan usaha yang tidak sehat, karena persaingan usaha tidak sehat dapat merugikan masyarakat. Hasil wawancara penulis, menurut akademisi persaingan bisnis hukumnya boleh selama persaingannya sehat dan tidak menyebabkan persaingan yang tidak sehat, sebagaimana asas dan tujuan dari pembuatan UU No. 5 tahun 1999 (Hasil wawancara dengan Abdul Rasyid, 2018). Hukum persaingan bisnis dalam perspektif Islam dan hukum persaingan bisnis dalam hukum positif memiliki kesesuaian, dimana pada keduanya hukum persaingan bisnis adalah boleh selama tidak menuju kepada persaingan bisnis yang tidak sehat, dikarenakan perbuatan tersebut dikhawatirkan dapat merugikan masyarakat dan pelaku bisnis lainnya.

## Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan penelitian tentang hukum persaingan bisnis dalam perspektif Islam pada bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Pertama, hukum persaingan bisnis dalam perspektif Islam adalah mubah atau boleh, selama tidak menuju kepada merugikan masyarakat dan pelaku bisnis lain serta tidak mengandung hal-hal sebagai berikut:

- a. Monopoli atau ihtikar yaitu menimbun.
- b. Menjatuhkan pelaku usaha lain.
- c. *Talaqi ruqban*.
- d. Bersaing dengan cara yang merugikan atau mendzalimi pelaku usaha lain, akan tetapi persaingan bisnis yang hukumnya haram bisa diperbolehkan dengan tujuan untuk kepentingan masyarakat, akan tetapi tetap melihat dampak baik dan dampak buruk yang ditimbulkan dari hal tersebut.

Kedua, hukum persaingan usaha dalam hukum positif hukumnya diperbolehkan selama tidak melanggar UU No. 5 tahun 1999 dan peraturan KPPU. Serta memiliki kesesuaian dengan hukum Islam, karena sama-sama membolehkan persaingan bisnis selama tidak menuju kepada persaingan bisnis yang tidak sehat yang dapat merugikan atau menzalimi pelaku usaha lain dan masyarakat.

Ketiga, sampai saat ini berdasarkan hasil penelitian penulis, persaingan bisnis yang terjadi pada supermarket CV Arli Singkawang dengan pelaku usaha lain belum terjadi sengketa persaingan bisnis yang sampai kepada ranah hukum, akan tetapi terjadi persaingan yang tidak terlihat, diantaranya adalah:

1. Persaingan *marketing*.

2. Persaingan harga dalam barang atau produk tertentu dengan menurunkan harga sampai pada harga termurah sehingga tidak mendapatkan keuntungan yang dilakukan oleh pelaku usaha lain, dan solusi yang digunakan CV Arli adalah dengan cara mengikuti harga tersebut dan mencari produk-produk lain yang mendapatkan keuntungan dan menjadi produk andalan sehingga bisa menutupi harga tersebut.
3. Persaingan *service* atau pelayanan.

Keempat, hukum kasus persaingan bisnis yang terjadi pada supermarket CV Arli Singkawang, khususnya persaingan harga yaitu menetapkan atau menjual harga barang dibawah harga pasar menurut perspektif hukum Islam dan hukum positif adalah boleh, selama tidak menuju kepada persaingan bisnis yang tidak sehat yang dapat merugikan masyarakat dan pelaku usaha lain.

Maka setiap pelaku usaha yang melanggar hukum persaingan maka akan mendapatkan dosa dalam hukum Islam dan dalam hukum positif akan diberikan hukuman dan sanksi sebagaimana mestinya sesuai dengan UU No. 5 tahun 1999 tentang larangan monopoli dan persaingan bisnis tidak sehat oleh komisi pengawas persaingan usaha dan peraturan KPPU.

**Daftar Pustaka**

- Hamzah, Yaksan dan Hamzah Hafid. 2014. Etika Bisnis Islam. Makassar: Kretakupa Print.
- Hermansyah. 2018. Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Kagramanto, Budi. 2007. Mengenal Hukum Persaingan Usaha. Sidoarjo: Laras.
- Kuncoro, Mudrajad. 2005. Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. Jakarta: Erlangga.
- Mardani. 2013. Ushul Fiqh. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Misno, Abdurrahman. 2017. Metode Penelitian Muamalah. Bogor: Pustaka Amma Alamia.
- Muhammad, Najmuddin. 2012. Cara Dagang Ala Rasulullah Untuk Para Entrepeneur. Yogyakarta: Diva Press.
- Rokan, Mustafa Kamal. 2012. Hukum Persaingan Usaha Teori Praktiknya di Indonesia. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Semiawan, Conny R. 2010. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Grasindo.
- Shaleh. 2013. Mulakhkhas Fiqhi Jilid 2. Jakarta: Pustaka Ibnu Katsir.
- Sirait, Ningrum Natasya dkk. 2010. Ikhtisar Ketentuan Persaingan Usaha. Jakarta: PT Gramedia.
- Siswanto, Arie. 2002. Hukum Persaingan Usaha. Jakarta: Ghalia.