

ETIKA USAHA DALAM TINJAUAN EKONOMI ISLAM
(Studi Analitis dan Komparatif Terhadap UU No 5 Tahun 1999 Tentang
Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat)



Thesis

Disusun sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Magister Agama
Pada Program Pasca Sarjana Magister Studi Islam
Universitas Muhammadiyah Jakarta

Oleh:

ASEP SUPYADILLAH
NIM : 989200005

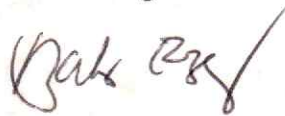
Bidang Konsentrasi : Ekonomi Islam

PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM MAGISTER STUDI ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
1421 H/ 2001 M

PENGESAHAN

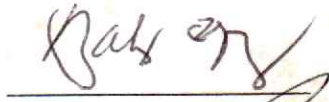
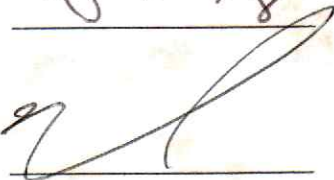

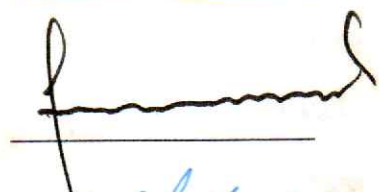

Tesis yang berjudul "**ETIKA USAHA DALAM TINJAUAN EKONOMI ISLAM (Studi Analitis dan Komparatif Terhadap Undang-Undang NO. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat)**", ditulis oleh ASEP SUPYADILLAH, Nomor Pokok 989200005, yang diujikan pada tanggal 17 Maret 2001, disahkan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Agama pada Program Pasca Sarjana Program Magister Studi Islam Universitas Muhamadiyah Jakarta.

Ketua Program



DR. BAHTIAR EFFENDY

Panitia Ujian

	Tanda Tangan	Tanggal
<u>DR. Bahtiar Effendy</u> Ketua (merangkap Penguji I)	 _____	<u>7/4-2001</u>
<u>Drs. Sudarnoto A. Hakim, MA</u> Sekretaris	 _____	<u>7/4-2001</u>
<u>DR. IR. Koesmawan, M.Sc, MBA.</u> Anggota (Penguji II)	 _____	<u>9/4. 2001</u>
<u>Prof. DR. H. Fathurrahman Djamil, MA</u> Anggota (Pembimbing I)	 _____	<u>9/4. 2001</u>
<u>DR. IR. H. Murasa Sarkaniputera</u> Anggota (Pembimbing II)	 _____	<u>10/4/2001</u>

KATA PENGANTAR

Tidak ada kata yang patut diucapkan selain segala puji bagi Allah Swt, atas segala kasih sayang dan petunjuk-Nya. Salawat serta salam kepada Nabi Muhammad Saw. Amien.

Selanjutnya, bahwa terselesaikannya penulisan tesis ini khususnya dan kegiatan belajar di Program Magister Studi Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta secara keseluruhan, adalah atas dorongan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

Pertama, seluruh civitas akademika Program Magister Studi Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, dari mulai Pimpinan Program, para Dosen, dan Staff yang telah memberi kesempatan untuk melakukan “berbagi ilmu” dan kemudahan dalam penyelesaian administrasi. *Kedua*, Pembimbing dan Penguji yaitu bapak Prof. Dr. H. Fathurrahman Djamil, MA, DR.IR.H.Murasa Sarkaniputera, DR. Bahtiar Effendy, dan DR.IR.Koesmawan, M.Sc, MBA. Mereka semua telah memberi masukan yang berarti bagi perbaikan penulisan tesis ini. Di samping itu secara khusus kepada Prof. DR. Fathurrahman Djamil, MA, yang berkenan memberi kesempatan untuk “mengkaji bersama” tentang praktek ekonomi Islam Kontemporer. *Ketiga*, Ibu Dra. Hj. Tiorya Sulaiman, MA, yang penulis anggap sebagai “orang tua” dan sekaligus sebagai Ketua Yayasan Riyadhatul Fithrah dimana penulis ikut terlibat di dalamnya. Beliau sudah memberi kesempatan kepada penulis untuk “belajar hidup” di dunia nyata dan berkenan membagi informasi tentang kehidupan. Di samping itu, juga telah bersabar

diri menyaksikan kekurangan penulis dalam menjalani kehidupan. Atas semuanya itu penulis hanya menyampaikan terima kasih, mohon maaf dan *jazakumullah khairan katsira*. Tak lupa juga ucapan terima kasih kepada Mas Agus Giyanto, Ak, sebagai kawan, dan sekaligus “guru” , yang telah “mengajari penulis” tentang angka-angka sehingga mendorong penulis untuk mengetahui tentang *cash flow, balance sheet, breaks even poin*, dan sejenisnya. *Keempat*, kepada keluarga : Een Nurhayati (istri Penulis), Marwah Nur Fadilah dan Zahrah Fithriyah (anak) yang “suka mengganggu” tetapi menyenangkan; M. Sopandi dan Masrikah (alm), ayah dan Ibu penulis, Drs. Abas Kobasah, dan Drs Nandang. Semuanya sudah memberikan dorongan, dan bantuan kepada penulis untuk menyelesaikan kuliah ini. Atas semua kebaikan penulis ucapkan terima kasih. *Kelima*, teman-teman di Yarfa, BMT Cita Insani, Yaspidu dan lainnya yang terlalu banyak bila disebutkan satu persatu, penulis hanya mengucapkan terima kasih atas kebaikan semuanya.

Tesis ini mudah-mudahan memberi manfaat, khususnya bagi penulis dan bagi siapapun yang berminat memahami sebagian dari nilai-nilai ajaran Islam dalam bermu’amalah. Di samping itu penulis menyadari betul, bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan tesis ini. Karenanya, penulis terbuka untuk menerima saran-saran demi perbaikan tesis ini

Ciputat, 1 April 2001

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
Daftar Isi	iii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pembatasan dan Perumusan Masalah	13
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
D. Pengertian Istilah	15
E. Kajian Kepustakaan	17
F. Metode Penelitian	20
G. Sistematika Pembahasan	22
BAB II : TINJAUAN UMUM ETIKA USAHA DALAM EKONOMI ISLAM.	24
A. Pengertian Etika Usaha	24
B. Beberapa Prinsip Etika Usaha Dalam Ekonomi Islam	31
1. Prinsip-prinsip Umum	33
2. Prinsip-prinsip Khusus	45
C. Penerapan Etika dalam Produksi, Konsumsi dan Distribusi	56
1. Etika Produksi	56
2. Etika Konsumsi	61
3. Etika Distribusi dan Sirkulasi	67
BAB III : TINJAUAN UMUM UNDANG-UNDANG ANTI MONOPOLI	
A. Sejarah, azas dan tujuan, serta peranan dan ruang lingkup UUAM	70
B. Kegiatan Yang Dilarang Dalam UUAM	77
1. Monopoli	78
2. Monopsoni	82
3. Penguasaan Pasar	84
4. Persekongkolan	87
C. Perjanjian Yang dilarang oleh UUAM	89
1. Oligopoli	89
2. Penetapan Harga (<i>Price Fixing/Price Determination</i>)	92
3. Pembedaan Harga (<i>Price Discrimination</i>)	93
4. Pembatasan Vertikal Harga (<i>Price Vertical Restriction</i>)	95
5. Pembagian Pasar (<i>Division of market/Territorial restriction</i>)	97
6. Pemboikotan (<i>Boycott</i>)	99
7. Kartel	99
8. Trust	101

9. Oligopsoni	102
10. Integrasi Vertikal (<i>Vertical Integration</i>)	103
11. Perjanjian tertutup (<i>Tying Agreement/Exclusive Dealing</i>)	105
D. Posisi Dominan	106
E. Pelaksanaan UU Anti Monopoli	112

**BAB IV: PERBANDINGAN DAN RELEVANSI UU ANTI MONOPOLI
DENGAN AJARAN ISLAM : SUATU TINJAUAN ETIKA USAHA.**

A. Perbandingan dan Relevansi UUAM dengan Ajaran Islam	119
1. Latar belakang, Landasan hukum, Maksud dan Tujuan	119
2. Berbagai bentuk Kegiatan Yang dilarang	123
1). Monopoli dan Monopsoni	124
2). Penguasaan Pasar	135
3). Dumping dan Manipulasi Biaya	138
4). Persekongkolan	140
3. Berbagai Bentuk Perjanjian yang dilarang	
1). Oligopoli, Oligopsoni, Kartel, Trust, dan Merger	142
2). Penetapan Harga	149
3). Menghalangi/membatasi kebebasan berusaha	153
B. Peranan Negara dalam menegakkan etika usaha	154
C. Signifikansi Etika dalam Berusaha	168

BAB V : KESIMPULAN	176
--------------------------	-----

DAFTAR PUSTAKA	187
----------------------	-----

LAMPIRAN	
----------------	--

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Proses pembangunan Indonesia, terutama pada masa Orde Baru, yang menekankan pada percepatan pembangunan ekonomi melalui paradigma pertumbuhan dalam mengatasi keterbelakangan dan tekanan pertumbuhan penduduk telah menorehkan catatan sejarah bagi keberhasilan dan kemajuan di bidang ekonomi. Berbagai indikator menggambarkan tingkat pertumbuhan ekonomi ini secara spektakuler selama dua dasawarsa.¹ Bahkan hampir semua institusi termasuk representasi lembaga keuangan internasional di Indonesia dalam *progress report* (laporan kemajuan)nya menempatkan Indonesia sebagai negara yang tumbuh sebagai kekuatan baru ekonomi Asia.²

Namun sejak kuartal pertama tahun 1997 kenyataan yang dialami Indonesia berbeda dengan publikasi yang disampaikan oleh berbagai pihak. Krisis moneter

¹Indikator pertumbuhan ekonomi biasanya diukur dengan tingkat produksi (Gross Domestic Product - GDP). Indikator lain adalah GNP(Gross National Product), GNI (Gross National Income) dan Tingkat Inflasi, yang akhirnya bermuara pada pendapatan riil perkapita. Untuk GDP Indonesia sejak tahun 1970 - 1997 menunjukkan angka rata-rata hampir 7 %. Sebagai perbandingan misalnya, untuk tahun 1992 GDP Indonesia = 6,7%, sedangkan negara-negara Industri dan Asean rata-rata 1,5 % dan 5,2%. Lihat, Priyono Tjiptoheriyanto, *Prospek Perekonomian Indonesia Dalam Rangka Globalisasi*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1997), h. 22; Zulkarnain Djamin, *Perekonomian Indonesia*, (Jakarta : FEUI Press, 1993), h. 214; Nurmansyah Hasibuan “ Distribusi Pendapatan dan Pertumbuhan Ekonomi” dalam Tim UII (peny), *Agenda Aksi Liberalisasi Ekonomi dan Politik di Indonesia*, (Yogyakarta : Tiara Wacana, 1997), h. 13.

²Oleh Bank Dunia, pada tahun 1993, Indonesia dianggap sebagai bagian dari “ delapan negara Asia ajaib” di bidang ekonomi, di samping Jepang, Korea Selatan, Taiwan, Hongkong, Singapura, Thailand, Malaysia dan Indonesia. Mubyarto, *Reformasi Sistem Ekonomi*, (Yogyakarta : Aditya Media, 1998), h. 32, 35; Didin S. Damanhuri, *Pilar-Pilar Reformasi Ekonomi Politik*, (Jakarta : Pustaka Hidayah, 1999), h. 4.

yang melanda negara-negara di Asia memberikan akibat yang paling parah terutama terhadap Indonesia. Angka-angka pertumbuhan yang selalu dimunculkan dalam publikasi banyak pihak tersebut, ternyata hanya kenyataan semu yang jauh dari realita. Hipotesis proses menetes ke bawah (*trickle down effect*) yang melekat pada paradigma pertumbuhan (*growth paradigm*) yang diharapkan secara otomatis menyertai pertumbuhan,³ ternyata tidak terwujud. Bahkan justru sebaliknya kesenjangan semakin melebar.⁴ Pada akhirnya tujuan pembangunan di bidang ekonomi yang harus diarahkan kepada terwujudnya kesejahteraan rakyat terabaikan.

Salah satu faktor yang menimbulkan krisis di bidang ekonomi adalah lemahnya fundamental ekonomi.⁵ Kelemahan ini terjadi khususnya dalam sektor produksi karena terciptanya biaya tinggi (*high cost economy*) yang disebabkan oleh struktur ekonomi yang penuh distorsi, yakni struktur ekonomi yang monopolistik digabungkan dengan proses korupsi, kolusi, dan nepotisme. Semua faktor tersebut-- kolusi, korupsi, monopoli dan nepotisme, bukan saja mengakibatkan pelaku industri

³ Perkembangan, kelebihan dan kekurangan teori Growth Paradigm, lihat W.W. Rostow, *The Stage of Economic Growth : A Non-Communist Manifesto*, (Cambridge: Cambridge University Press, 1960); Bert F. Hoselitz, *Sociological Aspect Of Economic Growth*, (New York, Feffer And Simons Inc, 1960); Ginanjar Kartasasmita, *Pembangunan Untuk Rakyat*, (Jakarta : Cides, 1996), h. 49.

⁴ Ketimpangan antar sektor industri dan pertanian, ketimpangan antar daerah dan ketimpangan antar golongan ekonomi serta kemiskinan absolut. Lihat, Mubyarto, *Op. Cit.*, h. 55-56; Hariadi Darmawan, “*Kebijakan Pembangunan Berkelanjutan Guna memepercepat Pembangunan dalam Menghadapi tahun 2020*” dalam TIM Kahmi Jaya (ed), *Indonesia di Simpang Jalan*, (Bandung : Mizan Pustaka, 1998), 4. 276-277.

⁵ Fundamental ekonomi bisa dilihat dari sisi makro ekonomi berupa keseimbangan eksternal dan internal ekonomi. Eksternal berupa fluktuasi exchange rate dan invesment dan mikro ekonomi berupa lemahnya pengelolaan kebijakan pemerintah , terjadinya halangan masuk (*entry barrier*) industri dan adanya defisit neraca pembayaran. Lihat Anggito Abimanyu, “*Beberapa Pokok Pikiran Agenda Reformasi Ekonomi*” dalam TIM Kahmi Jaya (Editor), *Ibid*, h. 235.

yang tidak kompetitif dan struktur ekonomi yang lemah tapi juga melahirkan ketimpangan sosial yang sangat besar.⁶

Bagi pemerintahan Orde Baru sikap *distortif* tersebut nampaknya tetap dipertahankan. Hal ini karena, menurut Sultan Remy Syahdeini,⁷ ada tiga hal : *pertama*, pemerintah menganut konsep bahwa perusahaan-perusahaan besar perlu ditumbuhkan untuk menjadi lokomotif pembangunan. Sebagai lokomotif pembangunan perlu diberikan perlakuan khusus dalam bentuk pemberian proteksi yang dapat menghalangi masuknya perusahaan lain dalam bidang usaha tersebut atau dengan kata lain memberikan posisi monopoli. *Kedua*, pemberian fasilitas monopoli dan proteksi itu diperlukan agar investor bersedia menanamkan modalnya di sektor yang dianggap menjadi pioner di bidang usaha tersebut dan pemerintah membutuhkannya. *Ketiga*, adalah untuk menjaga berlangsungnya praktek KKN demi kepentingan kroni-kroni mantan presiden Soeharto dan pejabat-pejabat yang berkuasa pada waktu itu.

Fenomena di atas berlangsung cukup lama, sehingga telah menciptakan iklim persaingan usaha tidak sehat dan praktek-praktek monopoli yang sangat merugikan perekonomian secara nasional. Bahkan karena didukung oleh adanya hubungan antara pengambil keputusan dengan para pelaku usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung lebih memperburuk keadaan ekonomi masyarakat.

⁶ Lihat Didin S. Damanhuri, "*Tritura Baru, dalam Restrukturisasi Ekonomi dan Alokasi Sumber-sumber Ekonomi untuk Kepentingan Rakyat Banyak*", dalam TIM Kahmi(Editor), *Ibid*, h. 252-255

⁷Sutan Remy Syahdeni, "Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat", dalam *Jurnal Hukum Bisnis*, (Jakarta : YPHB, 2000), Vol. 10, h. 5.

Atas dasar tersebut, bersamaan dengan bergulirnya reformasi dalam kehidupan kenegaraan Indonesia, maka berbagai upaya dilakukan untuk memperbaiki (*reform*) dalam bidang ekonomi. Upaya yang dilakukan, di antaranya, adalah dengan merestrukturisasi ekonomi. Dengan ini diharapkan akan terjadi proses alokasi sumber ekonomi yang lebih adil dan efisien demi kelangsungan rakyat banyak. Di antara proses yang dilakukan adalah membuat perangkat hukum yang menegaskan kembali pentingnya sikap dan prilaku ekonomi yang adil dan efisien, untuk mendukung pemberdayaan ekonomi rakyat. Hal ini terlihat dari adanya produk-produk hukum misalnya Ketetapan MPR nomor XVI/1998 tentang Politik Ekonomi Dalam Rangka Demokrasi Ekonomi dan UU nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Butir-butir dalam Tap MPR tersebut menegaskan kembali akan inti dari arah dan tujuan pembangunan ekonomi yang sedang dilaksanakan, yaitu : “Politik ekonomi ... sebagai perwujudan dari prinsip-prinsip dasar Demokrasi Ekonomi yang mengutamakan kepentingan rakyat banyak untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 UUD 1945”.⁸ “Dalam pelaksanaan Demokrasi Ekonomi, tidak boleh dan harus ditiadakan terjadinya penumpukan aset dan pemusatan kekuatan ekonomi pada seorang, sekelompok orang atau perusahaan yang tidak sesuai dengan prinsip keadilan dan pemerataan”.⁹

⁸ Pasal 1, Tap MPR No XVI/1998

⁹ Pasal 3, Tap MPR No XVI/1998

Dengan adanya ketetapan tersebut menegaskan beberapa hal : pertama, bahwa dalam pelaksanaan pembangunan ekonomi selama ini tidak mengacu atau bahkan menyimpang dari tujuan pembangunan Indonesia, yaitu memakmurkan rakyat. Kedua, salah satu faktor penyimpangan tersebut karena tidak adanya keadilan ekonomi dan pemerataan yang disebabkan oleh adanya penumpukan aset dan pemusatan kekuatan ekonomi pada seseorang atau kelompok tertentu (monopolistik).

Undang-undang no 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat diundangkan pada tanggal 5 maret 1999 dan berlaku mulai 5 maret 2000 serta mulai masa efektif sejak tanggal 5 september 2000.¹⁰ Undang-undang ini dimaksudkan untuk mengatur perilaku para pelaku usaha di Indonesia khususnya agar dalam menjalankan aktifitas usahanya mendasarkan diri pada prinsip-prinsip persaingan usaha yang sehat, baik dan etis.¹¹ Undang-undang ini memberikan pedoman dan nilai-nilai etika bagi dunia bisnis untuk mewujudkan perilaku usaha dengan semangat persaingan sehat dan jujur. UU ini memberikan perangkat legal politis untuk menjamin usaha yang baik dan etis.¹²

Etika diperlukan dalam menjalankan kegiatan usaha yang baik, etis dan fair. Tapi etika usaha tidak akan banyak berfungsi manakala praktek-praktek usaha yang curang dalam bentuk monopoli, oligopoli perlindungan politik, hak istimewa dan

¹⁰ *Harian Umum Republika*, Senin 11 September 2000.

¹¹ A.F. Elly Erawaty, "Mengatur Perilaku Para Pelaku Usaha Dalam Rangka Persaingan Usaha yang Sehat: Deskripsi terhadap UU no 5 tahun 1999", dalam Elly Erawaty, *Membenahi Perilaku Pelaku Bisnis Melalui UU No 5 tahun 1999*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 1999), h. 21

¹² A. Sonny Kerap, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta : Kanisius, 1998), h. 246

sejenisnya mendapat legalitas. Sehingga betapapun etisnya pelaku bisnis kalau sistem yang ada melanggengkan praktek-praktek tidak sehat akan sulit sekali mengharapkan iklim bisnis yang baik dan etis. Dengan demikian, untuk memungkinkan bisnis dapat dijalankan secara baik dan etis diperlukan dua perangkat : *pertama* adalah perangkat moral dan yang *kedua* adalah perangkat legal politis.¹³ Maka pada dataran inilah UU Anti Monopoli, sebagaimana undang-undang lainnya, sebagai acuan etika usaha yang mempunyai arti penting.

Pada prinsipnya, apa yang disebut praktek usaha tidak sehat (*unfair business practice*) diketahui sebagai tindakan menipu, mencuri, menggelapkan, mengelabui, bersekongkol, menyalahgunakan kekuatan dan kesempatan, menindas atau memeras yang lemah dan tindakan-tindakan yang merusak dan merugikan pihak lain pada umumnya.¹⁴ Sehingga ruang lingkup praktek-praktek usaha yang tidak sehat atau curang menyangkut dua aspek, yaitu aspek perilaku para pelaku usaha (*behavior*) dari dalam diri yang buruk, dan aspek struktural yakni adanya peraturan secara legal-politis yang memungkinkan terjadinya praktek usaha tidak sehat. Maka cakupan UU Anti Monopoli ini memuat ketentuan-ketentuan hukum yang mengandung kedua aspek di atas. Konkritnya UU Anti Monopoli ini memuat ketentuan-ketentuan hukum yang dimaksudkan untuk mencegah terjadinya praktek bisnis berupa perilaku bisnis yang tidak sehat/curang, misalnya membuat perjanjian kartel, sekaligus juga memuat pasal-pasal yang mencegah terjadinya pemusatan

¹³ *Ibid*, h. 220

¹⁴ Dawam Raharjo, "Etika Bisnis dan Realitasnya", dalam Adrianus Meliala (editor), *Praktik Bisnis Curang*, (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 1993), h. 29.

kekuasaan ekonomi hanya pada satu atau beberapa pelaku usaha seperti misalnya larangan monopoli dan oligopoli.¹⁵

Secara lebih terperinci, perjanjian bisnis yang tidak sehat atau curang oleh karena perilaku pelaku usaha (*behavior*) meliputi : perjanjian penetapan harga secara horisontal (kartel harga) maupun secara vertikal (*resale price maintenance*), perjanjian penetapan(maksimum) besarnya jumlah atau volume produksi dan atau distribusi produk (kartel Produk), perjanjian eksklusif atau tertutup (*exclusive dealing*), perjanjian pembedaan harga jual (*price discrimination*), perjanjian boikot (*boycott*), dan perjanjian tertutup (*tie-ins*). Sedangkan praktek bisnis yang dapat mengakibatkan persaingan tidak sehat sebagai akibat dari struktur usaha pelaku usaha misalnya monopoli, oligopoli, monopsoni, oligopsoni, posisi dominan, integrasi vertikal atau vertikal merger (*vertical merger*), jabatan rangkap (*interlocking directorates*), dan menghambat akses pasar bagi pelaku usaha pesaing (*free entry barrier*), disamping macam-macam praktek bisnis curang lainnya.¹⁶

Jadi, cakupan UU Anti Monopoli ini memberikan aturan dalam berusaha yang meliputi dua hal, yaitu berkaitan dengan praktek-praktek usaha dan perjanjian-perjanjian dalam berusaha.

Karena esensi UU (baca : hukum) ini mengatur perbuatan-perbuatan manusia khususnya dalam berusaha, maka UU ini erat kaitannya dengan moral atau etika. Bila UU sebagai pengaturan perbuatan-perbuatan manusia ditentukan, diputuskan dan

¹⁵ A.F. Elly Erawaty, *Op. Cit.*, h. 31

¹⁶ Lihat UU no 5 tahun 1999, pasal 22,23&24 tentang persekongkolan dan Sabotase dan lainnya. Lihat juga, Elly Erawaty, *ibid*, h. 32

dilaksanakan oleh negara sesuai dengan ideologi bangsa dan mengikat seluruh warga negara. Sedangkan etika berisikan nilai-nilai dan norma-norma konkret yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupannya sesuai dengan sumber nilai etika yaitu berasal dari agama atau kebudayaan.¹⁷

UU ini penting untuk memberi kepastian hukum terhadap masyarakat agar kehidupannya berjalan dengan lancar dan baik serta adanya keadilan dalam masyarakat. Hal ini sesuai dengan fungsi dan tugas hukum. Dan untuk adanya kepastian hukum mengharuskan diciptakannya peraturan-peraturan seperti Undang-undang ini.¹⁸ Maka UU Anti monopoli ini adalah bagian dari upaya adanya kepastian hukum dalam masyarakat berkaitan dengan kegiatan berusaha yang sehat dan berkeadilan.

Tapi, sekalipun adanya legalitas (hukum/UU) dalam berusaha belum menjamin secara penuh terlaksananya usaha dengan baik dan etis. Hal ini karena boleh jadi hukum bisa sangat tidak etis dan tidak adil serta tidak aspiratif terhadap nilai-nilai yang berkembang dalam masyarakat. Hukum atau UU sekalipun penting, ia berfungsi untuk menciptakan kondisi yang kondusif dan menunjang moralitas bagi praktek usaha yang baik dan etis. Resistensi masyarakat akan sangat kuat, apabila ada praktek bisnis yang memiliki kepastian hukum namun betapa tidak etisnya karena

¹⁷ Lihat Sonny Kerap, *Op. Cit.*, h. 1; A.Gunawan Setiardja, *Dialektika Hukum dan Moral*, (Yogyakarta : Kanisius, 1990), h. 113 dan 77-91; Ahmad Amin, *Ethika (ilmu Akhlak)*, (Jakarta : Bulan Bintang, 1975).

¹⁸ Soejono Soekanto, *Beberapa Permasalahan Hukum dalam Kerangka Pembangunan di Indonesia*, (Jakarta : UI Press, 1981), h. 55

ternyata hukum itu bersifat diskriminatif, yang mengistimewakan satu kelompok sementara menyingkirkan kelompok lain, misalnya.

Oleh karenanya dalam berusaha, di samping perlu adanya peraturan (Hukum/UU) juga perlu etika. Dimana etika adalah “wacana kritis yang membantu dunia usaha merenungkan secara mendalam keterkaitan kinerjanya dengan nilai-nilai dasar kemanusiaan dan kebutuhan masyarakat, dalam rangka membangun kehidupan yang lebih beradab”.¹⁹ Dalam hal ini etika melakukan ikhtiar dengan cara misalnya, “mengkaji asumsi-asumsi dasar di balik aturan-aturan atau praktek-praktek usaha dan mengkaitkannya dengan prinsip-prinsip usaha pada konteks kemanusiaan realnya”.²⁰ Etika, dalam hal ini etika bisnis, merupakan bagian dari etika sosial dan pedoman-pedoman moral pada umumnya. Hanya saja sifatnya lebih spesifik dan khusus menyangkut kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi sebagai bagian dari kegiatan berusaha atau ekonomi.²¹

Adanya komitmen yang kuat dari pelaku usaha dalam menjalankan usaha yang bermoral/beretika dan rambu-rambu yuridis yang memberi kepastian hukum serta dijalankan dengan baik (*Law enforcement*) tentu akan memacu proses partisipasi masyarakat melakukan aktivitas usaha yang pada akhirnya akan membawa perbaikan (baca: pembangunan) bagi masyarakat secara keseluruhan.

¹⁹ Bambang Sugiharto, “Anti Monopoli dan Persaingan Yang Sehat : Persepektif Etika”, dalam Elly Erawati, (Editor), *Membenahi Prilaku Pelaku Bisnis Melalui UU No. 5 tahun 1999*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 1999), h. 16

²⁰ *Ibid*, h. 17

²¹ Dawam Raharjo, *Op. Cit.*, h. 29.

Karena UU ini berkaitan dengan prinsip-prinsip etika usaha yang mengikat setiap warga negara, maka dalam keadaan bangsa Indonesia yang secara objektif penduduknya mayoritas beragama Islam, UU ini sewajarnya juga menjadi perhatian umat Islam. Sebagai umat Islam, patut untuk mengkaji asumsi-asumsi dasar di balik aturan-aturan atau praktek-praktek usaha, termasuk UU Anti Monopoli ini.

Islam, sebagaimana agama-agama lain mengajarkan nilai-nilai moral tertentu, sebagian bisa sama dengan yang diajarkan oleh agama-agama lain, tetapi sebagian tentu berbeda. Berkaitan dengan perilaku ekonomi atau usaha, sering dipertanyakan sebagian orang, adakah Islam mengatur atau memberi landasan terhadap kegiatan berusaha ? atau dengan ungkapan lain adakah ekonomi Islam itu ?

Ekonomi sering diartikan sebagai “kajian tentang perilaku manusia dalam hubungannya dengan pemanfaatan sumber-sumber produktif yang langka untuk memproduksi barang-barang dan jasa serta mendistribusikannya untuk dikonsumsi”.²² Jadi dengan demikian bidang garapan ekonomi adalah salah satu sektor dalam perilaku manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi dan konsumsi. Adakah agama Islam memiliki ajaran mengenai cara manusia mengorganisasikan kegiatan -kegiatan ekonominya, baik itu dalam bidang produksi, distribusi ataupun konsumsi ?.²³

²² “*Economic is the study of how people choose to use scarce or limited productive resource... to produce various commodities... and distribute these goods to various member of society for their consumption*”. Lihat, Paul A. Samuelson, *Economics*, (New York : McGraw-Hill Book Co., 1973), h. 2.

²³ Lihat, Monzer Kahf, *Ekonomi Islam*, (yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1995), h. 2

Terhadap pertanyaan itu antar lain telah dikemukakan jawaban, misalnya dari ahli ekonomi dan teknokrat yang menonjol peranannya di Indonesia pada akhir tahun 40-an dan 50-an, Syafruddin Prawiranegara, menurutnya bahwa kegiatan ekonomi atau ilmu ekonomi itu dimana-mana sama. Hal yang bisa membedakan adalah moral ekonominya. Karena itu yang bisa dipelajari secara khusus adalah etika ekonominya, misalnya etika ekonomi menurut Islam.²⁴

Dalam Islam, etika biasa disebut dengan akhlak. Karena itu, berbisnis harus memenuhi tuntutan akhlak sebagaimana tercantum di dalam sumber ajaran Islam itu sendiri (Al-Qur'an dan Hadis). Islam menempatkan begitu tinggi terhadap nilai-nilai etik dalam kehidupan manusia. Bahkan bisa dikatakan Islam adalah akhlak atau etika.²⁵ Sistem ekonomi Islam berangkat dari kesadaran tentang etika. Menurut Kuntowijoyo, yang membedakan sistem ekonomi Islam dengan yang lainnya terdapat dalam etika-nya. "Apabila Ekonomi Islam berangkat dari kesadaran tentang etika (*ethical economy*), maka sistem ekonomi lain, baik kapitalisme maupun sosialisme, berangkat dari kepentingan (*interest*). Kapitalisme berangkat dari kepentingan perorangan (*selfishness*) dan sosialisme berangkat dari kepentingan kolektif (*collectivism*)".²⁶ Masalahnya adalah bagaimana pemeluknya memikirkan bahwa

²⁴ Syafruddin Prawiranegara, *Ekonomi dan Keuangan : Makna Ekonomi Islam*, (Jakarta : CV. Haji Masagung, 1988), h. 337

²⁵ Ada Hadis Nabi yang Masyhur, "*Innama Bu'istu Liutammima makarima aw shaliha al-akhlaq*" artinya, Sesungguhnya aku (Muhammad Saw) di utus untuk menyempurnakan akhlak. Lihat, Ahmad bin Hanbal, *al-Musnad*, Beirut: Dar al-Fikr, 1991, Jild 3, h. 323.

²⁶ Kuntowijoyo, *Identitas Politik Umat Islam*, (Bandung : Mizan, 1997), h. 136.

agamanya menghendaki sebuah etika ekonomi tetapi tetap tanggap kepada kepentingan-kepentingan yang nyata.

Berkaitan dengan UU Anti Monopoli di atas, persoalannya adalah apakah aturan-aturan yang ada dalam UU ini ada relevansinya dengan ajaran Islam ? Bagaimana Islam menjelaskan dan menerapkan etika berusaha dalam kegiatan ekonomi ? Langkah-langkah apa saja yang dilakukan sehingga etika berusaha ini dapat berjalan dengan baik ? Inilah beberapa hal yang menjadi persoalan dan ini pula yang akan menjadi bahasan dalam tesis ini.

B. Pembatasan dan perumusan Masalah

1. Pembatasan Masalah

Agar pembahasan terarah dan terfokus maka penulis membatasi masalah dalam tulisan ini hanya tentang UU N0. 5 tahun 1999 tentang Praktek Monopoli dan Persaingan usaha tidak sehat. Pointer-pointer apa saja yang ada dalam UU ini kaitannya dengan pengaturan perilaku pelaku usaha. Adakah ia sudah memadai ? ataukah masih ada kekurangan? dan bagaimana menurut ajaran Islam tentang praktek-praktek usaha yang baik dan etis.

2. Perumusan Masalah

Sesuai dengan pembatasan yang telah ditentukan di atas maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah prinsip-prinsip dasar usaha/bisnis yang beretika menurut ajaran Islam? Adakah ajaran Islam mengatur dalam aktivitas usaha/ekonomi, seperti Produksi, distribusi dan konsumsi? Bagaimanakah pengaturannya tersebut ?.
2. Bagaimana sejarah, peran dan fungsinya serta ruang lingkup pembahasan UU No 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan tidak sehat ? Adakah aspek etika bisnis dalam UU tersebut ?
3. Bagaimana relevansi UU no 5 tahun 1999 tersebut dengan etika bisnis dalam ekonomi Islam ? Bagaimana mekanisme pelaksanaannya sehingga bisa berjalan dengan baik ?. Kenapa bisnis harus dilandasi etika ?

C. Tujuan dan manfaat penelitian

Sesuai dengan pembatasan yang telah ditentukan maka penelitian ini ditujukan untuk:

1. Mengetahui prinsip-prinsip tentang ekonomi Islam dan penerapannya dalam kehidupan berusaha.
2. Mengetahui tentang sejarah, dasar hukum, maksud dan tujuan serta cakupan UU Anti Monopoli dan lebih khusus kaitannya dengan etika bisnis.
3. Mengetahui sejauhmana relevansi UU Anti Monopoli dengan etika usaha dalam Islam

Adapun Manfaat Penelitian adalah :

1. Memberikan informasi tentang kegiatan usaha yang tidak sehat (curang) yang terdapat di dalam UU NO. 5 th 1999 yang perlu dihindari.
2. Memberikan kemantapan bagi umat Islam khususnya dalam menjalankan dan melaksanakan UU NO.5 tahun 1999 secara baik dan benar.
3. Memberikan masukan kepada pihak-pihak terkait dalam penyelenggaraan dan pelaksanaan UU ini agar berjalan dengan baik dan lancar.

D. Pengertian Istilah

Dalam judul penelitian ini ada tiga istilah yang perlu penjelasan sebagai pegangan kajian lebih lanjut. Ketiga istilah tersebut adalah Etika Usaha/bisnis, Ekonomi Islam dan Undang-Undang no 5 tahun 1999.

Etika Usaha terdiri dari dua kata etika dan usaha. Secara etimologis, Etika berasal dari kata Yunani "*Ethos*" yang artinya adat istiadat atau kebiasaan. Identik dengan perkataan moral atau moralitas yang berasal dari kata Latin "*Mos*", yang dalam bentuk jamaknya "*mores*" yang berarti juga adat istiadat atau kebiasaan atau cara hidup.²⁷ Etika dan moral secara etimologis sama artinya, tetapi dalam pemakaian sehari-hari ada sedikit perbedaan. Moral atau moralitas dipakai untuk perbuatan yang

²⁷ Ahmad Charris Zubair, *Kuliah Etika*, (Jakarta : Rajawali Press, 1990), h. 13

sedang dinilai, sedangkan etika dipakai untuk pengkajian sistem nilai-nilai yang ada.²⁸

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, istilah *etika* diartikan sebagai :(1). ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). (2). Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak. 3. Nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.²⁹ . Sedangkan kata *Usaha* adalah (1). kegiatan dengan mengarahkan tenaga, pikiran atau badan untuk mencapai sesuatu maksud. (2). Kegiatan dibidang perdagangan/perusahaan.³⁰ Kata Usaha sama dengan istilah Bisnis yang berasal dari bahasa Inggris.³¹ Maka penggunaan kata usaha dalam penelitian ini sama dengan bisnis.

Apabila diambil pengertian bagian kedua dari etika di atas dan dihubungkan dengan pengertian usaha atau bisnis, maka *etika usaha/bisnis* akan mengandung pengertian *cara melakukan kegiatan usaha atau aktivitas ekonomi yang sesuai dengan standar nilai akhlak*. Ada juga yang mengartikan, etika bisnis adalah sama dengan etika manajemen ialah “norma-norma atau nilai-nilai yang menjadi pedoman perilaku dan tindak tanduk kaum usahawan serta pengelola organisasi perusahaan maupun pemerintahan”.³² Pengertian kedua ini lebih dekat kepada makna etiket, yaitu adat sopan santun dalam lingkungan orang atau lapisan dalam

²⁸ *Ibid*,

²⁹ Dep. Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1990), Cet ke-3, h. 237

³⁰ *Ibid*, h, 997

³¹ *Ibid*, h. 121

³² *Ensiklopedi Nasional Indonesia*, (Jakarta : Tjipta Adi Pustaka, 1989), h, 205-206

masyarakat. Sehingga penggunaan etika usaha yang dimaksud dalam tulisan ini seperti pada pengertian pertama.

Etika dalam perspektif Islam bisa dipahami secara sempit dan secara luas. Dalam pengertian yang agak sempit, etika dipahami sebagai hal-hal yang bersifat evaluatif, menilai baik dan buruk. Tetapi kalau dikaitkan dengan Islam yang menganjurkan istilah akhlak, maka etika dapat dipahami secara lebih luas, tidak sekedar etis dalam pengertian faktor-faktor evaluatif memberikan penilaian, tetapi juga mengandung pengertian etos, yakni hal-hal yang bersifat motivatif (mendorong).³³

Istilah Ekonomi Islam mengacu kepada cara-cara manusia menjalankan usaha/kegiatan ekonomi sesuai dengan nilai-nilai Islam yang didasarkan kepada Al-Qur'an dan hadis Nabi saw.

UU No 5 tahun 1999 adalah UU tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat., yang diundangkan pada tanggal 5 maret 1999 dan mulai berlaku tanggal 5 maret 2000 serta mulai efektif tanggal 5 september 2000. Untuk selanjutnya dalam penulisan tesis ini disebut UU Anti Monopoli atau disingkat UUAM.

E. Kajian Kepustakaan

³³ Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa dalam pandangan Islam*, (Jakarta : Logos, 1999), h. 39

Dewasa ini, pembicaraan masalah ekonomi yang bermoral atau beretika, sudah mulai menjadi perhatian banyak kalangan. Meskipun pada awalnya tidak atau kurang mendapat respon, karena dianggap etika atau moral merupakan masalah pribadi dan tidak ada urusannya dengan ekonomi, atau lebih khusus lagi dengan bisnis. “Etika adalah sesuatu hal dan bisnis adalah sesuatu hal lain”, katanya.³⁴ Tetapi belakangan ini ternyata fakta menunjukkan bahwa tanpa etika, usaha/ekonomi merugikan banyak pihak. Maka kita dapat menemukan beberapa tulisan berserakan yang membahas tentang berbagai kehidupan masyarakat dilihat dari segi etika. Kalangan yang banyak mengulas masalah etika adalah mereka yang berada atau bergelut dengan bidang filsafat, agama dan kebudayaan. Sedikit atau jarang diketemukan dari kalangan ekonomi. Sehingga ketika membicarakan etika bisnis, yang banyak mengulas bukan dari kalangan ekonom. Buku-buku atau tulisan-tulisan yang membahas etika, terutama pemahaman etika dalam arti luas, sebagai etika sosial, atau etika Makro, istilah M. Sastrapredja, etika dihubungkan dengan pembangunan,³⁵ ekonomi dan bisnis,³⁶ dan Agama.³⁷

³⁴ Lihat, Iwan Triwuyono, “Organisasi, Akuntansi, Etika, dan Spritualisme Islam”, dalam *Jurnal Afkar, Menggugat etika Bisnis*, (Jakarta : Cides, 1998), Vol. V N0 4, h. 43

³⁵Pembangunan sebagaimana diartikan Todaro adalah proses multidimensional yang melibatkan perubahan-perubahan mendasar dalam struktur sosial, perilaku sosial dan sinstitusi nasional, di samping akselerasi pertumbuhan ekonomi, pengurangan pemerataan dan pemberantasan kemiskinan. Karenanya, menurut Sastrapredja, etika dalam pembangunan sekurang-kurangnya ada enam tugas pokok, yang salah satunya adalah sikap sadar dan kritis terhadap tujuan pembangunan baik secara formal yang dirumuskan maupun secara *de facto* dalam proses pembangunan. Lihat, M. Sastrapredja, “Etika Pembangunan”, dalam A. Rifai Hasan (Edt), *Tinjauan Kritis Tentang Pembangunan*, (Jakarta : LSAF, 1985); Machnun Husein (Peny), *Etika Pembangunan dalam Pemikiran Islam di Indonesia*, (Jakarta : Rajawali, 1988);

Adapun pembahasan yang lebih spesifik dan komprehensif membicarakan etika bisnis dalam bahasa Inggris menurut K. Bertens sudah cukup banyak,³⁸ sedangkan dalam bahasa Indonesia di antaranya, adalah buku A. Sony Keraf,³⁹ Kees Bertens,⁴⁰ dan Fran Magnis Suseno yang membahas etika bisnis menurut katolik dan protestan.⁴¹ Adapun etika ekonomi menurut Islam yang membahasnya masih terbatas, di antaranya, Haidar Naqvi, Mushtaq Ahmad, AA.Hanafi & Hamid Salam, dan

³⁶Ekonomi dan bisnis sebagai bagian dari proses pembangunan merupakan upaya masyarakat untuk mengembangkan kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam kegiatan ekonomi ini, karena adanya interaksi, persaingan, keterbatasan dan kelangkaan sumber daya, maka etika menjadi penting agar proses kegiatan ekonomi tersebut tidak ada pihak-pihak yang dirugikan. Lihat, Dawam Raharjo, *Etika Ekonomi dan Manajemen*, (Yogyakarta : Tiara Wacana, 1990); Dawam Raharjo, “Etika Bisnis dan Realitasnya”, dalam Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*, (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 1993); Tanri Abeng, “Pengaruh Aliansi Birokrasi Dengan Pengusaha terhadap Etika Bisnis”, dalam Elza Peldi Taher (Edt), *Demokratisasi Politik, Budaya dan Ekonomi, Pengalaman Indonesia Masa Orde Baru*, (Jakarta : Paramadina, 1994).

³⁷ Agama, yang disadari oleh pengikutnya sebagai acuan perilaku merupakan sumber etika. Hubungan agama dan pembangunan (Negara) menjadi penting, karena dapat memberikan landasan bagi prinsip-prinsip pembangunan itu sendiri. Nurchalis Madjid, “Agama dan Etika Bisnis antara Kemauan Politik dan Keteladanan Pemimpin”, dalam Elza Peldi Taher (Edt) , *Demokratisasi...*, *Ibid.* ; Toshihiko Izutsu, *Ethico Religious Concept in The Qur'an*, Terjemahan Agus Fahri Husaini, et. al, (Yogya : Tiara Wacana, 1993).

³⁸Richard De George, *Business Ethics*, New York : Macmillan Publishing Company, 1986; Edward Freeman (edt), *The Ruffin series in Business Ethics*, New York : Oxford University Press, 1989; Brian Harvey (edt), *Issues in Business Ethics*, Dordrecht : KAP, 1990. Lihat K Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta : Kanisius, 2000). h. 42-45.

³⁹ A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogya : Kanisius, 1998).

⁴⁰ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta : Kanisius, 2000). Keraf dan Bertens telah mencoba secara komprehensif membahas etika bisnis sebagai sebuah ilmu pengetahuan. Masing-masing menjelaskan dasar-dasar etika, ruang lingkup etika, sasaran atau objek pembahasan etika bisnis, dan hubungannya dengan kegiatan bisnis di lapangan.

⁴¹Menurut Magnis, sebuah ‘etika bisnis Katolik’ secara khusus tidak ada. Namun sebagai orang Katolik dituntut untuk bersikap yang sesuai dengan sikap-sikap injil dalam dunia bisnis. Mereka diharapkan menjalankan usaha secara profesional dan mencari laba tetapi tidak boleh menjadi tujuan pada dirinya sendiri. Mereka diharapkan jujur, adil, bertanggungjawab, peduli terhadap hak dan kewajiban karyawan, sadar akan kewajibannya menyumbang pada terwujudnya kesejahteraan umum, dan rasa solidaritas terhadap yang miskin dan lemah dalam masyarakat. Lihat Fran Magnis Suseno, “Etika Bisnis dalam Perspektif Katolik dan Protestan,” dalam Jacobus Tarigan (Edt), *Etika Bisnis dan Aplikasinya*, (Jakarta : Grasindo, 1994), h. 16.

Sayyid Fayyaz Ahmad.⁴² Oleh karenanya, masih banyak hal yang perlu dielaborasi berkaitan dengan etika bisnis ini, khususnya menurut Islam.

Di samping itu sebenarnya dapat juga diketemukan beberapa buku yang membahas ekonomi Islam, yang didalamnya mengandung pembahasan etika ekonomi.⁴³

Adapun yang membahas tentang UU No 5 tahun 1999 sudah banyak, walaupun sebagian besar pembahasannya lebih bersifat normatif.⁴⁴

⁴² Para penulis Islam ini telah mencoba menjelaskan etika ekonomi dalam Islam. Naqvy menggambarkan etika ekonomi Islam ini didasarkan kepada nilai-nilai yang bersifat aksiomatik. Menurutnya, keseluruhan aplikasi ekonomi Islam didasarkan pada prinsip-prinsip aksioma ini. Prinsip tersebut adalah Tauhid, Keseimbangan, kebebasan berkehendak, dan tanggungjawab. Sedangkan pembahasan lebih rinci tentang etika bisnis dijelaskan oleh Mustaq Ahmad. Tulisan Ahmad ini berasal dari tulisan disertasi doktor-nya di bidang ekonomi Islam, sehingga pembahasannya sangat rinci dan menyeluruh, dengan pendekatan langsung kepada sumber ajaran Islam, Al-Qur'an dan Hadis Nabi Saw. Pembahasannya diawali dengan pandangan Al-Qur'an terhadap kerja, dan hal-hal yang berkaitan dengannya dan diakhiri dengan pentingnya negara dalam penegakan etika. Namun Ahmad, nampaknya tidak menghubungkan nilai-nilai ideal yang ada dalam Islam tersebut dengan praktek bisnis atau ekonomi dalam masyarakat kontemporer. Adapun Fayyaz Ahmad, Hanafi dan Salam, mereka menulis untuk kepentingan seminar/diskusi, sehingga pembahasannya hanya poin-poin singkat/ringkas dari etika bisnis menurut Islam. Menurut mereka, prinsip-prinsip etika bisnis berdasarkan Islam adalah kejujuran, kepercayaan, ketulusan hati, persaudaraan, ilmu pengetahuan, dan keadilan. Lihat, Syed Nawab Heidar Naqvy, *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami*, (Bandung : Mizan, 1991); Mushtaq Ahmad, *Business Ethicts In Islam*, Pakistan : IRI Press, 1995); AA Hanafi & H. Salam, " Business Ethict : An Islamic Perspective", dalam F.R. Faridi (edt), *Islamic Principle of Business Organization and Management*, New Delhi, Qazi Publisher, 1995. dan Sayyid Fayyaz Ahmad, "The Ethical Responsibility of Bussiness : Islamic Principle and Implication", dalam F.R. Faridi (Edt), *Aspect Of Islamic Economics and The Economy of Indian Muslims*, (New Delhi, Institute Of Objective Studies, 1993):

⁴³ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta : Gema Insani Press, 1997); Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, (Jakarta : Yayasan Swarna Bhumi, 1997); Taqiyuddin an-Nabhani, *An-Nidham al-Iqtishadi Fil Islam*, Beirut : Darul Ummah, 1990.

F. Metodologi penelitian

Penelitian ini bercorak kepustakaan (*library research*). Data yang digunakan adalah data dokumenter. Artinya dokumen UU No. 5 tahun 1999 dan penjelasannya tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Kemudian dikategorisasikan dan di analisis dengan bantuan data sekunder berupa karya-karya yang ditulis orang lain serta tulisan-tulisan lainnya yang berhubungan dengan objek penelitian. Metode yang digunakan adalah metode *induktif* dan *deduktif*. Metode induktif yaitu mengumpulkan data yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti dan sifatnya khusus kemudian baru disimpulkan secara umum. Sementara yang dimaksud dengan metode deduktif yaitu mengumpulkan data yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti yang sifatnya umum, kemudian dikembangkan sehingga mencapai ketentuan yang bersifat khusus. Di samping itu juga menggunakan pendekatan *komparatif*, yaitu melakukan perbandingan antara prinsip-prinsip ajaran Islam berkaitan dengan kegiatan ekonomi dan UU no 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Mengingat masalah yang dibicarakan sangat kompleks dan luas, maka penulis tidak bisa mempergunakan satu pendekatan saja, karena hal tersebut akan membuat gambaran yang tidak utuh tentang persoalan yang sedang dibahas. Untuk

⁴⁴ Abdul Hakim G Nusantara & Benny K Herman, *Analisa dan Perbandingan UU Anti Monopoli*, (Jakarta: Alex Meida Komputindo, 1999); Ahmad Yani & Gunawan Wijaya, *Seri Hukum Bisnis Anti Monopoli*, (Jakarta : Rajawali Press, 1999);Asril Sitompul, *Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 1999). Insan Budi Maulana, *Catatan Singkat UU No 5 tahun 1999*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000).

itu penulis mempergunakan beberapa pendekatan tersebut di atas (induksi, deduksi dan komparatif).

Langkah-langkah yang akan dilakukan adalah mengklasifikasikan hal-hal yang berkaitan dengan etika usaha, baik yang terdapat dalam UU atau sumber-sumber ekonomi Islam. Kemudian melakukan analisa dan perbandingan tentang hal-hal apa saja yang termasuk dalam cakupan etika usaha. Dan pada akhirnya mencoba menyimpulkannya.

Sedangkan untuk teknik penulisan dan Transliterasi Arab berpedoman kepada buku penuntun yang disusun oleh H.A.R. Partosentono dan timnya.⁴⁵

G. Sistematika Pembahasan

Tesis ini rencana terdiri dari 5 (lima) bab, yang terdiri atas satu bab pendahuluan, tiga bab pembahasan dan satu bab kesimpulan/penutup.

Bab I adalah pendahuluan yang dirinci atas beberapa sub bab, yakni latar belakang masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan dan guna penelitian, definisi operasional, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan. Pada dasarnya bab ini tidak termasuk dalam materi kajian, tetapi lebih ditekankan pada pertanggungjawaban ilmiah. Namun juga esensinya menekankan akan arti penting etika usaha dalam kehidupan ekonomi, khususnya di Indonesia, terutama setelah mengalami krisis berkepanjangan.

⁴⁵ H.A.R. Partosentono dan Tim, *Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, (Jakarta : Hikmah Syahid, 1994).

Pada bab II penulis mencoba memberikan pemahaman secara umum tentang bisnis dalam konsep Islam. Bab ini dirinci menjadi tiga bab, yaitu : pengertian etika bisnis dan kaitannya dalam istilah ajaran Islam, prinsip-prinsip ekonomi Islam, dan ruang lingkup pembahasan ekonomi Islam. Termasuk di dalamnya, etika produksi, distribusi dan konsumsi.

Pada bab III penulis akan memaparkan tentang cakupan dan sistematika UU NO 5 tahun 1999, yang didalamnya meliputi : Sejarah, tujuan dan fungsinya, berbagai pengertian yang tercakup dalam UU ini sebagai katagori etika usaha yang tidak sehat/curang, serta upaya penerapannya, baik dalam bentuk perjanjian atau kegiatan.

Pada bab IV, penulis mencoba melakukan analisa dan komparasi antara substansi UU no 5 tahun 1999 dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, yang meliputi di dalamnya adalah : bahwa spirit yang terkandung dari dasar aturan tersebut adalah adanya kesamaan yaitu pentingnya etika dalam berbisnis. Kemudian, pembahasan perilaku-prilaku usaha tidak sehat yang terkandung dalam UU Anti Monopoli menurut tinjauan etika ekonomi Islam. Lalu bagaimana upaya penerapan tersebut, agar berjalan sesuai dengan harapan. Dalam hal ini peranan penegak hukum (pemerintah) mempunyai andil sangat besar. Dan terakhir sebagai refleksi, tentang arti pentingnya etika dalam bisnis.

Akhirnya, pada bab V, yakni bab penutup, penulis mengemukakan kesimpulan umum dari kajian tesis secara keseluruhan. Hal ini--terutama, dimaksudkan sebagai penegasan jawaban atas permasalahan yang telah

dikemukakan. Kemudian rekomendasi sebagai bahan pertimbangan dan kajian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG ETIKA USAHA DALAM EKONOMI ISLAM

A. Pengertian Etika Usaha/Bisnis

Sebelum membicarakan secara khusus tentang etika usaha dalam Islam, perlu dijelaskan terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan etika usaha itu sendiri. Etika usaha terdiri dari dua kata Etika dan Usaha. Etika yang secara etimologis berasal dari kata Yunani “*ethos*”, bentuk jamaknya “*ta etha*”, berarti adat istiadat atau kebiasaan. Kata etika ini sering diidentikkan dengan kata moral yang berasal dari kata latin

“*Mos*”, bentuk jamaknya “*mores*”, yang berarti adat istiadat atau kebiasaan.⁴⁶ Kata etika dan moral sama artinya secara kebahasaan, tetapi dalam pemakaian sehari-hari ada sedikit perbedaan.

Menurut penelaahan Sonny Keraf, pengertian etika meliputi dua hal, yaitu : etika yang berasal dari kata *ethos* yang dihubungkan dengan moralitas. Dimana etika dalam pengertian ini, sebagaimana halnya moralitas, berisikan nilai-nilai dan norma-norma konkrit yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupannya. Ia berkaitan dengan perintah dan larangan yang bersifat konkrit. Pengertian pertama ini lebih normatif dan mengikat setiap pribadi manusia.⁴⁷ Pengertian kedua adalah etika sebagai Filasafat Moral yang tidak langsung memberi perintah konkret sebagai siap pakai. Etika yang kedua ini dirumuskan sebagai “refleksi kritis dan rasional mengenai nilai dan norma yang menyangkut bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia, dan masalah-masalah kehidupan manusia dengan mendasarkan diri pada nilai dan norma-norma moral yang umum diterima”.⁴⁸

Sedangkan menurut Kees Bertens, pengertian etika dikategorisasikan kepada dua, yaitu : etika sebagai praksis dan etika sebagai refleksi. Etika sebagai praksis berarti: “nilai-nilai dan norma-norma moral sejauh dipraktekkan atau justru tidak dipraktekkan, walaupun seharusnya dipraktekkan. Etika sebagai praksis adalah apa yang dilakukan sejauh sesuai atau tidak sesuai dengan nilai dan norma moral”.⁴⁹

⁴⁶ Ahmad Charis Zubair, *Kuliah Etika*, (Jakarta : Rajawali Press, 1990), h. 13; Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta : Kanisius, 1998), h. 14.

⁴⁷ Sony Kerap, *Ibid*, h. 15

⁴⁸ *Ibid*,

⁴⁹ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta : Kanisius, 2000), h. 32

Dikatakan juga, etika sebagai praksis sama artinya dengan moral atau moralitas, yaitu apa yang harus dilakukan, tidak boleh dilakukan, pantas dilakukan, dan sebagainya. Sedangkan, Etika sebagai refleksi adalah pemikiran moral. Dalam etika sebagai refleksi kita berfikir tentang apa yang dilakukan dan khususnya tentang apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan. “Etika sebagai refleksi berbicara tentang etika sebagai praksis atau mengambil praksis etis sebagai obyeknya. Etika sebagai refleksi menyoroti dan menilai baik buruknya perilaku orang”.⁵⁰

Jika kita boleh menarik garis batas antara moral dan etika, menurut Amin Abdullah, maka “moral adalah aturan-aturan normatif yang berlaku dalam suatu masyarakat tertentu yang terbatas oleh ruang dan waktu. Sedangkan etika, sebagai bidang garapan filsafat, merupakan realitas moral dalam kehidupan masyarakat yang terjernihkan lewat studi kritis (*critical studies*). Jadi studi kritis terhadap moralitas menjadi wilayah etika, sehingga moral tidak lain adalah objek material dari etika”.⁵¹

Dengan ungkapan lain perbedaan antara moral dan etika adalah sebagai berikut:

“Moral adalah sistem nilai tentang bagaimana kita harus hidup secara baik sebagai manusia. Sistem ini terkandung dalam ajaran berbentuk petuah-petuah, nasehat, wejangan, perintah dan sebagainya, yang diwariskan secara turun temurun melalui agama atau kebudayaan tertentu tentang bagaimana manusia harus hidup secara baik agar ia benar-benar menjadi manusia yang baik. Berbeda dengan moral, etika dipahami sebagai sebuah cabang filsafat yang berbicara mengenai nilai dan norma moral yang menentukan perilaku manusia dalam hidupnya. Sebagai cabang filsafat, etika sangat menekankan pendekatan kritis dalam melihat dan menggumuli nilai dan norma moral tersebut serta permasalahan yang timbul dalam kaitannya dengan nilai dan norma moral itu. Dengan kata lain, etika adalah sebuah refleksi kritis dan rasional

⁵⁰ *Ibid*, h. 33

⁵¹ Amin Abdullah, *Falsafah Kalam di Era Posmodernisme*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1997), h. 147 & 165.

mengenai nilai dan norma moral yang menentukan terwujud dalam sikap pola dan perilaku hidup manusia, baik secara pribadi maupun kelompok”.⁵²

Dari beberapa pendapat di atas tentang etika dan moral dapat ditarik benang merah, bahwa baik etika maupun moral, bersumber pada agama atau kebudayaan tertentu yang kedua-duanya mencita-citakan untuk hidup secara baik bagi manusia, baik sebagai individu maupun kelompok. Oleh karenanya, secara substansial tidak ada perbedaan pengertian antara etika dan moral, yang ada hanyalah pada pendekatan semata. Moral umumnya pendekatan normatif sedangkan etika menggunakan pendekatan kritis rasional.

Sedangkan usaha atau bisnis merupakan sistem interaksi sosial yang mencerminkan sifat khas bisnis sehingga seolah-oleh menjadi suatu dunia tersendiri yang otonom. Dalam hal ini, bisnis merupakan aktivitas yang cakupannya amat luas, meliputi aktivitas produksi, distribusi, perdagangan, jasa ataupun aktivitas yang berkaitan dengan suatu pekerjaan untuk memperoleh penghasilan. Walaupun cakupannya luas, namun tujuan hakikinya adalah pertukaran barang dan jasa, dan pertukaran itu dipermudah oleh medium penukar, yaitu uang. Oleh karena itu, bisnis dalam pengertian umum tak dapat dipisahkan dari uang dan demikian pula sebaliknya. Dan dengan begitu, mudah dipahami bahwa kriteria umum aktivitas

⁵² Muhri Syahid, *Etika Bisnis*, Hand Out Kuliah *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam* di Magister Studi Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, 1999.

dalam dunia bisnis adalah penyediaan barang atau jasa demi suatu pembayaran dengan uang - baik secara tunai maupun kredit.⁵³

Bisnis merupakan suatu unsur penting dalam masyarakat. Hampir semua orang terlibat di dalamnya. Semua membeli barang atau jasa untuk bisa hidup atau setidaknya-tidaknya bisa hidup dengan lebih nyaman.⁵⁴ Bisnis pada dasarnya berperan sebagai jalan bagi manusia untuk saling memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Akan tetapi masalah keinginan dan kebutuhan manusia tak terbatas, sedangkan sumber daya yang tersedia terbatas, maka perlu adanya sistem ekonomi yang harus menjawab tiga pertanyaan dasar, yaitu apa saja yang perlu diproduksi, bagaimana memproduksinya dan untuk siapa produksi itu.⁵⁵

Atas dasar itu, dalam interaksinya di dalam masyarakat, eksistensi dan kualitas hidup manusia ditentukan berdasarkan pada referensi nilai dan norma moral. Orang yang jahat akan dicela dan seringkali disingkirkan, sedangkan orang yang baik akan dipuji, dihormati, dicintai dan kemana-mana akan didukung kehidupannya. Begitu pula dalam kegiatan usaha. Pelaku usaha tidak bisa menghindari dari adanya referensi nilai(moral atau etika) dalam melakukan aktifitas usahanya. Maka pada dataran inilah etika usaha menjadi bagian dari kebutuhan setiap pelaku usaha. Dengan demikian, *etika usaha/bisnis adalah penerapan prinsip-prinsip etika yang*

⁵³ Gunardi Endro, *Redefinisi Bisnis, Suatu Penggalan Etika Keutamaan Aristoteles*, (Jakarta : Pustaka Binaman Pressindo, 1999), h. 15.

⁵⁴ K. Bertens, *Op. Cit.*, h. 376

⁵⁵ Gunardi Endro, *Op. Cit.*, h. 15

*umum pada suatu wilayah perilaku manusia yang khusus, yaitu kegiatan ekonomi dan bisnis.*⁵⁶

Seperti dijelaskan di atas, etika merupakan pencerminan dari pandangan masyarakat mengenai apa yang baik dan yang buruk, serta membedakan perilaku atau sikap yang dapat diterima dengan yang ditolak guna mencapai kebaikan dalam kehidupan bersama. Dalam konteks bisnis, maka etika yang berlaku harus sesuai dengan norma-norma yang berlaku. Berusaha yang baik menurut norma agama, tentu harus sesuai dengan norma agama yang dianut. Bagi umat Islam, usaha yang baik adalah usaha yang sesuai dengan kaidah agama, yang senantiasa diukur dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi (Hadis). Dalam Islam, etika biasa disebut dengan akhlak.⁵⁷ Karena itu, berusaha harus memenuhi tuntunan akhlak sebagaimana tercantum di dalam sumber ajaran Islam itu sendiri.⁵⁸

Akhlak atau moralitas adalah “sebuah terminologi kehidupan yang berbicara tentang nilai baik dan buruk. Nilai baik dan buruk dapat menyangkut sikap manusia

⁵⁶ K. Bertens, *Op. Cit.*, h. 65

⁵⁷ Istilah *akhlak* terambil dari bahasa arab berarti *tabiat, watak, perangai, budi pekerti, kebiasaan* bahkan *agama*. Kata *akhlak* sendiri tidak terdapat dalam Al-Qur'an. Yang ditemukan hanyalah kata *khuluq*, yaitu yang tercantum dalam Al-Qur'an surat al-Qalam ayat 4.

وإنك لعلی خلق عظیم

“Dan sesungguhnya engkau (muhammad) berada di atas budi pekerti yang agung”.

Adapun kata *Akhlak* banyak ditemukan di dalam hadis-hadis Nabi Saw, dan salah satunya yang paling populer adalah hadis sebagai berikut :

انما بعثت لأتمم مكارم الاخلاق (رواه مالك، احمد بن حنبل)

“Tidaklah aku diutus kecuali hanya untuk menyempurnakan akhlak yang mulia/ yang baik”. (HR. Malik dan Ahmad Bin Hanbal). Lihat, Ahmad bin Hanbal, *al-Musnad*, (Beirut: Dar al-Fikr, 1991), Jilid III, h. 323; M. Fuad A. Baqi, *al-Muatha Li Imam Malik*, (Beirut: Darul kutub, tth), Jilid II, h. 904. juga, M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an*, (Mizan : Bandung, 1996), h. 253;

⁵⁸Buku-buku yang membahas masalah akhlak ini sudah cukup banyak, di antaranya : Murtadha Muthahhari, *Falsafah Akhlak*, (Bandung: Pustaka Hidayah, 1995); Majid Fakhri, *Etika Dalam Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1996); Ahmad Amin, *Ilmu Akhlak*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1985).

terhadap Allah, Rasulullah Saw, diri pribadi, keluarga, masyarakat, dan dapat pula terhadap alam. Karenanya, konsep akhlak dalam Islam, bukan saja hubungan horisontal antara sesama ciptaan Tuhan di alam ini, melainkan juga bersifat vertikal, yaitu bersifat spiritual dan holistik hubungan antara makhluk dan khalik”.⁵⁹

Untuk itu pengertian akhlak dalam Islam bisa dipahami dalam artian sempit sebagai moral, yang mengandung norma baik dan buruk, juga bisa dipahami dalam arti luas sebagaimana dipahami dalam etika, yang bersifat evaluatif-kritis memberikan penilaian terhadap baik dan buruk. Bahkan, akhlak dalam pemahaman Islam juga mengandung makna ethos, yaitu hal yang bersifat motivatif atau mendorong. Sehingga akhlak dalam Islam mengandung makna etis dan etos.⁶⁰

Berdasarkan pemahaman tersebut dan hubungannya dengan kegiatan usaha atau bisnis, ada yang memahami bahwa etika bisnis dalam pandangan Islam, sebagai organisasi yang menggunakan metafora “amanah”, etika bisnis diformulasikan dalam bentuk syariah, dimana dalam pengertian yang luas, ia merupakan pedoman yang digunakan umat Islam untuk berperilaku dalam segala aspek kehidupan. Bagi umat Islam, kegiatan bisnis tidak akan pernah terlepas dari “ikatan” etika syari’ah.⁶¹

Dengan demikian, pengertian etika usaha dapat dipahami dengan sangat luas, karena muatan etika itu sendiri sangat padat. Tetapi yang amat menentukan dalam

⁵⁹ Ahmad Azhar Basyir, *Refleksi atas Persoalan Keislaman*, (Bandung : Mizan, 1995), h. 136. Di samping itu juga, ada hadis yang diriwayatkan oleh Muslim, yang berasal dari ‘Aisyah, istri Nabi Saw, yang menjelaskan bahwa akhlak Nabi Muhammad adalah Al-Qur’an.

⁶⁰ Lihat, Rahmat Djatnika, *Makalah Bahasan tentang Akhlak*, Jakarta: DPPG, 1995; Marfi Amir, *Etika Komunikasi Dalam Islam*, Jakarta : Logos, 1999, h. 39

⁶¹ Iwan Triuwono, *Organisasi dan Akuntansi Syariah*, (Yogyakarta: LKIS, 2000), h. 268;273. Juga Iwan Triuwono, “Organisasi, Akuntansi, Etika, dan Spiritualisme Islam” dalam *Jurnal Afkar, Mengingat Etika Bisnis*, vol V. n0.4/1998, h. 27-62.

mengukur etis atau tidak etisnya suatu usaha adalah nilai-nilai dasar yang dipakainya sebagai acuan utama. Jika di dalam Islam, maka etis atau tidaknya berusaha tentu akan diukur dari standar nilai-nilai yang ada di dalam Al-Qur'an dan Hadis Nabi Saw.. Seorang muslim dapat dikatakan mempunyai etika yang baik dalam berusaha apabila tatakrama dan isi dari kegiatan usaha yang dilakukannya sesuai dengan aturan yang digariskan oleh Allah dan Rasul-Nya, yang termuat dalam Al-Qur'an dan Hadis. Dengan kata lain ia tidak melanggar apa yang dilarang Allah dan Rasul-Nya. Sebaliknya seorang muslim dinilai tidak punya etika, jika ia melakukan usaha/bisnis tetapi tidak mengindahkan tata aturan agamanya.

B. Prinsip-prinsip Etika Usaha dalam Ekonomi Islam.

Islam menempatkan nilai-nilai etika ditempat yang tinggi dalam kehidupan manusia. Etika harus menuntun perilaku manusia agar mencapai kebahagiaan sosial dan keselamatan ruhaniah. Karenanya, etika dianggap sebagai bagian dari sistem keimanan, yang memberikan implikasi pada keharusan untuk menjalankannya.⁶²

Prinsip umum yang diterangkan Al-Qur'an dan Hadis terhadap transaksi bisnis yang dapat dipakai adalah bahwa orang sepatutnya tidak saling merampas hak milik pribadi dengan cara-cara yang salah. Kedua, adanya pengorganisasian produksi yang didasarkan pada norma-norma yang diberikan oleh syariah. Tekanan disandarkan pada kebebasan memasuki segala jenis usaha ekonomi sehingga

⁶² Sayyid Fayyaz Ahmad, "The Ethical Responsibility of Bussiness : Islamic Principle and Implications", dalam F.R.Faridi, *Islamic Principles of Business Organisation and Management*, (New Delhi, Qazi Publisher & Distributors, 1995), h. 21; juga terdapat dalam F. R. Faridi, (Edt), *Aspect of Islamic Economics and The Economy of Indian Muslims*, (New Delhi : IOS, 1993), h, 94

kesempatan yang merata tersedia bagi seluruh usaha produktif. Ajaran Islam mengutuk segala bentuk praktek yang mengganggu normalnya persediaan barang-barang di pasar, sehingga mengakibatkan kenaikan artifisial terhadap harga barang, kerugian tidak wajar terhadap konsumen serta keuntungan tidak wajar bagi pengusaha.⁶³

Etika Islam tidak saja menggambarkan prinsip-prinsip etika yang mendasar bagi manusia, melainkan juga meletakkan arahan-arahan etik untuk setiap aspek kehidupan manusia secara terpisah. Arahan etika ini bersifat operasional dan dapat dipraktekkan dalam segala hal.⁶⁴ Namun sebelum membicarakan beberapa prinsip khusus etika bisnis dalam Islam, terlebih dahulu dijelaskan dasar-dasar ajaran Islam (prinsip-prinsip umum) tentang etika yang mempunyai implikasi praktis untuk semua lapangan kehidupan manusia, termasuk dalam bisnis. B. I. Prinsip-prinsip umum etika usaha

Beberapa penulis telah memberikan katagorisasi terhadap prinsip-prinsip etika ekonomi/ usaha dalam Islam, misalnya Syed Haider Naqvi,⁶⁵ Khursid Ahmad,⁶⁶

⁶³ Ziauddin Ahmad, *Al-Qur'an Kemiskinan dan Pemerataan Pendapatan*, Yogyakarta : Dana Bhakti Prima Yasa, 1998), h. 22-24

⁶⁴ Lihat, Sayyid Fayyaz Ahmad, *Op. Cit.*, h.

⁶⁵ Menurut Syed Haider Naqvi, empat filsafat etika Islam yang melandasi kegiatan ekonomi/berbisnis, yaitu : tauhid (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kebebasan berkehendak (*free-will*), dan dan tanggungjawab (*responsibility*). Syed Nawab Haider Naqvi, *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami*, (Bandung: Mizan, 1991), Cet-II, h. 43, 77,96-104.

⁶⁶ Menurut Khursid Ahmad, Dasar-dasar filosofis pembangunan (ekonomi) yang Islami berdasarkan pada prinsip-prinsip : *Tauhid, Rububiyah, Khilafah, dan Tazkiyah*. Khursid Ahmad, "Pembangunan Ekonomi dalam Perspektif Islam (*Economic Development in an Islamic framework*)", dalam Ainur R. Sophian, (edt), *Etika Ekonomi Politik*, (Jakarta : Risalah Gusti, 1997), h. 13

Abdullah Hanafi dan Hamid Salam,⁶⁷ Mahmud Muhammad Babali,⁶⁸ dan Muhri Syahid.⁶⁹ Berdasarkan katagorisasi yang diberikan beberapa penulis di atas, penulis dapat menyimpulkan prinsip-prinsip usaha menurut Islam adalah sebagai berikut: 1. Kebebasan dan tanggungjawab; 2. keadilan; 3. Kejujuran/kebenaran; 4. Kepercayaan ; 5. Berbuat baik (*Ihsan*) dan tidak membuat keruskan (*Fasad*); 6. Persaudaraan; dan 7. Ketulusan Hati.

Penjelasan masing-masing adalah sebagai berikut :

1. Kebebasan dan tanggungjawab (Otonomi).

Adalah sikap dan kemampuan manusia untuk bertindak berdasarkan pemikiran dan kesadarannya sendiri tentang apa yang seharusnya dilakukan untuk mendapatkan penghasilan dengan cara memproses potensi sehingga menjadi produk yang memenuhi kebutuhan masyarakat. Prinsip ini merupakan penerapan dari konsep khilafah.⁷⁰ Dalam mengemban tugas sebagai khalifah, ia (manusia) diberi kebebasan untuk berbuat, berfikir dan menalar, memilih antara yang benar dan salah (QS.

⁶⁷ Hanafi dan Salam, mengklasifikasikan Prinsip -prinsip etika dalam Islam kepada 6 kategori, yaitu : Kejujuran/Kebenaran (*Truthfulness*), Kepercayaan/amanah (*Trust*), Ketulusan (*Sincerity*), Persaudaraan (*Brotherhood*), Ilmu pengetahuan (*Science and Knowledge*), dan Keadilan (*Justice*). Lihat, AA Hanafi & H. Salam, "Business Ethicts : An Islamic Perspective", dalam F.R. Faridi (edt), *Islamic Principles of Business Organisation and Management*, (New Delhi : Qazi Publisher & Distributor, 1995), h. 9.

⁶⁸ Menurut Mahmud ada 5 prinsip hubungan ekonomi dan akhlak (etika) dalam Islam, yaitu *al-Ikha* (persaudaraan), *al-Ihsan* (berbuat baik), *an-Nasihah*, *Istiqamah*, dan *at-Taqwa*. Mahmud Muhammad Babali, *al-Iqtishad Fi Dau'i asy-syari'ati al-islamiyyati*, (Riyadh : Matba'ah al-Madinah, 1976), Cet-II, h. 140.

⁶⁹Muhri Syahid mengkatagorisasikan prinsip etika Bisnis Islami , yaitu *Otonomi*, *Kejujuran*, *berbuat baik*, *tidak berbuat kerusakan*, *keadilan* dan *hormat kepada diri sendiri*. Muhri Syahid, *Op. Cit*.

⁷⁰Konsep khilafah berarti menjelaskan status dan peran manusia sebagai wakil Allah di muka bumi. Secara umum, tugas kekhilafahan manusia adalah tugas mewujudkan kemakmuran dan kesejahteraan dalam hidup dan kehidupan serta tugas pengabdian atau ibadah dalam arti luas (QS. 6:165; 51:56).

2:256),⁷¹ fair dan tidak fair, mengubah kondisi hidup, masyarakat, dan perjalanan sejarahnya bila ia menghendaki. Hal ini karena secara alami ia adalah baik dan terhormat dan mampu memelihara kebaikan dan kehormatannya dan mengatasi tantangan-tantangan yang dihadapinya.(QS. 15:29, 30:30; 95:4; 33:72).

Sikap kebebasan di atas, pada dasarnya adalah pemberian Tuhan kepada manusia untuk menggunakan potensi seoptimal mungkin, dan juga menjadi prasyarat utama untuk bertindak secara etis. Karena hanya orang-orang yang bebas, yang melakukan aktifitasnya dengan dilandasi kemauan dan kesadaran diri, yang dapat menimbulkan sikap etis. Namun, kebebasan belum menjamin seseorang bertindak secara etis dan otonom, oleh karenanya dituntut bertanggungjawab.

Bertanggungjawab merupakan ciri khas dari makhluk bermoral. Orang yang bermoral adalah orang yang selalu bersedia untuk bertanggungjawab atas tindakannya. Dengan adanya rasa tanggungjawab, pemanfaatan potensi yang ada secara maksimal akan terarah pada kebaikan diri, masyarakat dan lingkungannya. Kebebasan yang tidak terbatas dan tidak bertanggungjawab akan mengakibatkan ketidakserasian dalam kehidupan, termasuk antara pertumbuhan (produksi) dengan hak-hak istimewa bagi golongan kecil untuk mengumpulkan kekayaan berlimpah (Qs. 57: 20) dan mempertajam antara si kaya dan si miskin dan akhirnya akan menghancurkan tatanan sosial (QS.104:1-3).

⁷¹Artinya” Tidak ada paksaan untuk memasuki agama (Islam); sesungguhnya telah jelas jalan yang benar dari pada jalan yang sesat...(QS. 2: 256)

Sebagai konsekuensi dari sikap kebebasan dalam berusaha adalah bahwa prinsip ini memberikan hak kepada individu dan kelompok untuk memiliki *property* (Harta/Kekayaan). Dalam hal ini, Islam mengakui dan menghormati hak milik pribadi. Walaupun kepemilikan mutlak terhadap harta adalah kepunyaan Allah (sebagai aplikasi prinsip tauhid), tetapi manusia diberi hak untuk memiliki harta dan mempergunakannya secara bebas sesuai dengan kehendaknya sepanjang sesuai dengan kebutuhannya (*al-Hajah*). Kekayaan yang sudah dimiliki seseorang, dilarang diganggu gugat dan diambil secara tidak benar, bahkan mempertahankannya dianggap sebagai perbuatan yang dibenarkan (QS. 4:29).

Karena adanya pengakuan terhadap hak milik, Islam menganjurkannya untuk menggunakannya, baik melalui perdagangan, jual beli atau bentuk penukaran lain yang diperkenankan. Kebebasan untuk melakukan perdagangan dan kesepakatan bersama adalah implikasi dari kebebasan yang diberikan Tuhan.

2. Keadilan

Keadilan (*justice*), adalah prasyarat mutlak dalam usaha dan perdagangan antar sesama umat manusia. Alam ini didasarkan pada keadilan dan keseimbangan. Adil berarti bahwa seseorang harus diperlakukan sesuai dengan haknya, tanpa ada diskriminasi dan penekanan. Meliputi di dalamnya adalah perlakuan yang fair, sama, proporsional dan seimbang. Adil ini bisa diterapkan dalam penentuan harga, kualitas produk, perlakuan terhadap pekerja, menjaga lingkungan dari polusi dan dampak yang ditimbulkan dari kebijakan usaha.

Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Dengan demikian pula “prinsip keadilan menuntut agar setiap orang dalam kegiatan bisnis *entah* dalam relasi eksternal perusahaan maupun relasi internal perusahaan perlu diperlakukan sesuai dengan haknya masing-masing. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya”.⁷²

Penegakan keadilan dan pembasmian semua bentuk ketidakadilan telah ditekankan oleh Al-Qur’an sebagai misi utama dari semua Nabi yang di utus Tuhan (QS.57:25). Keadilan adalah salah satu sifat Tuhan dan Al-Qur’an menekankan agar kita menjadikannya sebagai ideal moral (QS. 7:29; 16:90; 42:15).⁷³ Bahkan Al-Qur’an menempatkan keadilan lebih dekat kepada takwa (QS.5: 8).

Tuhan memerintahkan manusia agar bersikap adil satu sama lain dan mempertahankan keadilan meskipun hal itu akan merugikan diri mereka sendiri, orang tua mereka, sahabat dan sanak famili mereka, tanpa membedakan antara kaya dan miskin (QS.4:135). Wahyu Tuhan itu sendiri adalah pengejawantahan dari kebenaran dan keadilan, dan diturunkan bersama *mizan* atau keseimbangan, oleh karena itu manusia harus menegakkan keadilan (QS.6:115; 57:25). Orang-orang yang

⁷² Sony Keraf, Op. Cit., h. 79.

⁷³ Menurut Majid Khadduri, tidak kurang dari seratus ungkapan yang berbeda-beda dalam Al-Qur’an yang memuat gagasan tentang keadilan, baik langsung dengan menggunakan kata-kata *‘adl, qisth, mizan*, atau berbagai ungkapan tidak langsung lainnya. Di samping itu ada lebih dari dua ratus peringatan dalam Al-Qur’an yang menentang ketidakadilan yang diungkapkan dengan menggunakan kata-kata semisal *zulm, itsm, dhalal* dan lain-lain. Lihat, Majid Khadduri, *The Islamic Conception of Justice*, (Baltimore: Johns Hopkins University, 1984), h. 10; M. Umar Chapra, *Islam and the economic Challenge*, (Riyadh : Islamic foundation & IIIT, 1995), h. 209.

beriman diperingatkan agar tidak membiarkan kebencian mereka terhadap seseorang menyebabkan mereka melanggar batas-batas keadilan atau membuat diri mereka menyeleweng dari ideal keadilan (QS.5:3). Keadilan menuntut manusia untuk berlaku benar dalam kata dan tindakan, memenuhi perjanjian-perjanjian yang telah mereka buat dan memenuhi semua kewajibannya(QS.3:18; 2:177; 23:8; 5:1). Bila seorang Islam membuat perjanjian dengan penganut agama lain, mereka harus memenuhinya sampai akhir dan bersikap jujur kepada mereka, karena itu merupakan tuntutan kebenaran(QS.9:4). Mereka juga diperintahkan untuk menegakkan sistem timbangan dengan adil, bukan mengurangi timbangan, karena dengan itu berarti ia telah merugikan orang lain dengan cara menipu, dan secara tidak adil menahan sesuatu yang seharusnya menjadi milik mereka (QS. 6:152; 26:181-183).⁷⁴

Hal yang bertentangan atau lawan dari keadilan adalah kezaliman. Kezaliman adalah sebuah istilah menyeluruh yang mencakup semua bentuk ketidakadilan, eksploitasi, penindasan dan kemungkarannya, dimana seseorang mencabut hak-hak orang lain atau tidak memenuhi kewajibannya terhadap mereka.⁷⁵

Untuk itu konsep keadilan berkaitan erat dengan kesamaan, meskipun keduanya tidaklah sama (QS. 42: 15; 6: 152). Implikasi dari keadilan adalah agar jangan terlalu mementingkan diri sendiri terhadap siapapun, kecuali jika bertindak

⁷⁴ Lihat, B.A. DAR, MA, “Ajaran-ajaran Al-Qur’an Tentang Etika”, dalam H. Bagir (peny), *Esensi Al-Qur’an*, (Bandung : Mizan, 1990), cet-III, h. 42

⁷⁵ M. Umar Chapra, *Towards a Just Monetary System*, (Leicester, U.K. : The Islamic Foundation, 1985), h. 27-8

secara adil.⁷⁶ Prinsip ini menuntut agar setiap orang termasuk pelaku bisnis memperlakukan orang lain sesuai dengan haknya. Hak orang lain perlu dihargai dan jangan sampai dilanggar, agar hak yang bersangkutanpun tidak dilanggar. Dasar pemikirannya adalah semua manusia pada hakekatnya mempunyai nilai dan martabat yang sama, sehingga dalam situasi yang sama mereka pantas dilakukan secara sama.

3. Kejujuran dan kebenaran

Kejujuran adalah suatu nilai etika yang mendasar dalam Islam. Islam adalah nama lain dari kebenaran (QS. 3:95). Allah berbicara benar dan memerintahkan semua muslim untuk jujur dalam segala urusan dan perkataan (QS. 33:70). Islam dengan tegas melarang kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Nilai kebenaran ini memberikan pengaruh sikap usaha. Seorang pengusaha harus jujur, benar dan berterus terang apa adanya dalam semua urusan usahanya. Tidak ada tempat untuk menipu, berbicara dusta, dan beriklan yang tidak sesuai faktanya. Namun perlu dicatat bahwa dalam Islam prinsip-prinsip kebenaran dan kejujuran adalah tidak diikuti sebagai hal kebijakan atau strategi bisnis sebagaimana dipahami dalam pendekatan konvensional (barat). Islam lebih jauh menyatakan, kebenaran dan kejujuran merupakan kewajiban muslim yang beriman kepada Allah.⁷⁷

⁷⁶ M. Nejatullah Siddiqie, *The Economic Enterprise in Islam*, terjemahan Anas Sidik, Kegiatan ekonomi dalam Islam, (Jakarta : Bumi Aksara, 1991), h. 46

⁷⁷ Lihat QS. 15: 64; 19:54; 9:119; dan juga beberapa hadis, di antaranya sebagai berikut :

Sikap jujur dan benar ini merupakan penerapan dari peringatan Nabi saw tentang sifat munafiq, di antaranya apabila berkata berdusta dan apabila dipercaya berkhianat.⁷⁸ Sikap berkhianat adalah lawan dari kejujuran. Pengusaha yang jujur akan mendapat kepercayaan (*solidity*) dari mitra bisnisnya, baik berupa kepercayaan komersial, material, maupun moril. Dalam dunia bisnis, kejujuran menemukan wujudnya dalam berbagai aspek, yaitu terwujud dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak, dalam penawaran barang dan jasa yang bermutu baik, dalam hubungan kerja antara pemberi kerja dan pekerja, dan berkait dengan kepercayaan.⁷⁹ Kejujuran menuntut adanya keterbukaan dan kebenaran. Orang yang mempunyai kejujuran tidak akan berbohong atau menipu dalam transaksi bisnis.⁸⁰

4. Kepercayaan

عن ابى هريرة أن رسول الله صلى الله عليه وسلم مرّ على صبرة طعام فادخل بيده فيها فتألت أصابعه بلالا، ما هذا يا صاحب الطعام؟ قال: أصابته السماء يا رسول الله، قال افلا جعلته فوق الطعام كي يراه الناس؟ من عشنا فليس منا، في رواية أخرى من عشنا فليس منى (رواه مسلم)

“Dari Abu Hurairah, bahwa suatu saat Rasulullah mengadakan perjalanan di pasar dan melihat gandum seorang penjual. Beliau menyentuh gandum tersebut dan mendapatkan tangannya basah. “Wahai penjual, apa yang terjadi dengan gandum ini”, tanya Rasulullah. Orang itu menjawab, “Gandum itu basah terkena hujan,” Rasulullah bersabda, “mengapa engkau tidak meletakkan gandum yang basah itu dibagian atas agar pembeli mengetahuinya ? Orang yang menipu bukanlah golongan kami” (H.R. Muslim).

Lihat, Muslim, Ibn al-Hajjaj al-Qusyairi, *Shahih Muslim*, (Bandung : Dahlan, tth), h. 55

⁷⁸ Diriwayatkan dari Abi Hurairah, Nabi Muhammad pernah bersabda,

عن ابى هريرة عن النبي صلعم قال اية المنافق ثلاثة اذا حدث كذب واذا وعد أخلف واذا تمن خان (رواه البخارى)

“Ada tiga ciri orang Munafik, yaitu bila berkata ia berdusta; bila berjanji ia selalu ingkar; dan bila diberi amanat ia berkhianat” (HR. Bukhari).

Lihat, Abdullah Muhammad Ismail al-Bukhari, *Shahih Bukhari*, (t.tp: Dar al-Mutha’ al-Sya’ab, t.th), Jilid I, h. 15.

⁷⁹ M.N. Siddiqie, Op. Cit., h. 85; Sony Kerap, Op. Cit., h. 32.

⁸⁰ K. Bertens, Op. Cit., h. 75-6

Kepercayaan (*Trust*) ini merupakan fundamen yang lain dari prinsip etika menurut Islam. Esensi dari trust adalah adanya *accountability* (pertanggungjawaban), bahwa segala perbuatan yang dilakukan akan dipertanggungjawabkan dihadapan Tuhan.⁸¹

Menurut Islam, kehidupan manusia dan rizki yang diberikannya merupakan amanah Allah kepada manusia. Islam mengatur umatnya untuk menyadari amanah ini dalam setiap perjalanan kehidupannya (QS. 4:58; 8:27; 2:283;). Perhatian seorang pengusaha-pun adalah bentuk kepercayaan antara masyarakat dan perseorangan dan kepercayaan dari Tuhan. Semua sumber usaha harus disadari sebagai sebuah amanah Tuhan kepada pengusaha, sehingga dia harus melakukan seefisien mungkin dan secara sosial harus menggunakan sumber bisnisnya. Kegiatan usaha jangan sampai merusak orang lain, masyarakat dan lingkungannya.

Trust adalah keutamaan yang penting dalam konteks bisnis. “Kepercayaan harus ditempatkan dalam relasi timbal balik. Pebisnis yang memiliki keutamaan ini boleh mengandaikan bahwa mitranya pantas diberi kepercayaan atau bersifat bonafide, sebagaimana ia sendiri bonafide juga terhadap mereka. Pebisnis yang

⁸¹ Diriwayatkan oleh Bukhari Muslim, sbb :

000كلکم راع وکلکم مسؤول عن راعيته (رواه الشيخان)

“ Semua kamu adalah pemimpin dan kamu akan dimintai pertanggungjawaban terhadap apa yang kamu lakukan”.

Lihat *Shahih Muslim, Op. Cit.*, h. ; Ahmad bin Hanbal, *al-Musnad*, Op.Cit., Juz II, hadis ke 5873

memiliki kepercayaan bersedia untuk menerima mitranya sebagai orang yang bisa diandalkan.”⁸²

5. Berbuat baik (*Ihsan*) dan tidak membuat kerusakan (*fasad*)

Ihsan artinya berbuat baik atau perbuatan baik, dalam pengertian sebaik mungkin atau secara optimal.⁸³ Secara definitif biasanya dipahami dari ungkapan Nabi saw bahwa manusia harus memiliki sikap merasa diawasi Allah sehingga senantiasa berbuat dan berada dalam kebaikan.⁸⁴ Tuhan sendiri telah melakukan ihsan kepada manusia, dan karenanya manusia dituntut melakukan ihsan kepada semua ciptaan-Nya. Di antaranya dengan mengoptimalkan potensi yang ada dan memeliharanya untuk kebaikan. Segala perbuatan yang berlawanan dengan ihsan, disebut dengan *fasad*, adalah perbuatan yang tidak disukai dan akan mengakibatkan keburukan bagi semua ciptaan-Nya (QS. 28: 77).

⁸² K. Bertens, Ibid, h. 77

⁸³ Ini misalnya tercermin dari sebuah hadis yang diriwayatkan Muslim, dimanan Nabi bersabda :
وعن شدّادين أوس قال: قال رسول الله صلعم : إن الله تعالى كتب الاحسان على كل شيء فاذا
قتلتم فأحسنوا القتلة واذا ذبحتم فأحسنوا الذبحة وليحدّ احدكم شفرته وليرح ذبيحته (رواه مسلم)

“Sesungguhnya Allah mewajibkan *ihsan* atas segala sesuatu. Karena itu jika kamu membunuh, maka *berihsan*-lah dalam membunuh itu; dan jika kamu menyembelih, maka *berihsan*lah dalam menyembelih itu, dan hendaknya seseorang menajamkan pisaunya dan menenangkan binatang sembelihannya itu” (HR. Muslim). Lihat, *Shahih Muslim*, Jilid II, h, 177; Ismail as-Shan’ani, *Subulussalam*, (Semarang : Toha Putra, tth), Juz-IV, h. 88. Lihat juga, Nurcholish Madjid, *Islam doktrin dan Peradaban*, (Jakarta, Paramadina, 1992), h. 416

⁸⁴ Hadis yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim tentang pengertian Iman, Islam dan Ihsan.

... الاحسان ان تعبد الله كأنك تراه فإن لم تكن تراه فإنه يراك (رواه البخاريومسلم)

“Ihsan adalah kamu mengabdikan kepada Allah seolah-oleh kamu melihatnya dan jika kamu tidak melihatnya sesungguhnya Ia melihatmu”.

al-Bukhari, *Shahih Bukhari, Op. Cit.*, Jilid I, h. 20; Muslim, *Shahih Muslim, Op. Cit.*, Jilid I, h, 23.

Implikasi dari prinsip ini dalam berusaha adalah bahwa pekerjaan apapun harus dilakukan dengan sebaik dan seoptimal mungkin. Pekerjaan yang baik akan meningkatkan kualitas atau mutu dari produk yang dihasilkan. Di samping itu, proses berusaha yang dilakukan membawa pada kebaikan semua yang terlibat didalamnya atau memberikan dampak ganda (*multiplier effect*). Pengusaha, professional, karyawan dan lainnya yang berlandaskan pada *ihsan* akan memahami hak dan kewajiban dengan sebaik-baiknya. Bila seseorang berbuat *ihsan*, pasti perbuatan tersebut (manfaatnya) akan kembali pada dirinya (QS.17: 7). Hal ini berarti bahwa bersikap *ihsan* akan membawa pada sikap saling menguntungkan (*mutual benefit principle*).

6. Persaudaraan dan persamaan.

Islam menyatakan semua umat manusia adalah bersaudara antara satu dan lainnya. Perbedaan ras, warna kulit, suku dan kasta, bahasa bukanlah kriteria yang sah untuk menjadikan seseorang lebih *superior* dari yang lainnya (QS49:13).⁸⁵ Sikap ini mempunyai pengaruh yang sangat positif bagi sikap pengusaha kepada

⁸⁵ Beberapa hadis Nabi berkaitan dengan persaudaraan di antaranya :

عن ابي هريرة قال : قال رسول الله صلعم : إن الله لا ينظر الى صوركم واموالكم
ولكن ينظر الى قلوبكم واعمالكم (رواه المسلم)

“ Tuhan tidak melihat kepada wajah dan kekayaanmu, tetapi pada hati dan perbuatanmu”. (H.R. Muslim)

Lihat, *Shahih Muslim, op. Cit.*, Jild 2, h. 424.

pekerjanya, konsumen dan masyarakat luas di samping terhadap sesama pengusaha. Tidak ada tempat bagi seorang pengusaha untuk melakukan diskriminasi atau pembatasan wilayah usaha karena perbedaan ras dan suku. Juga tidak dibenarkan melakukan boycott atas dasar perbedaan tersebut.

Islam mengajarkan bahwa implikasi dari prinsip persaudaraan ini adalah dibangunnya kerjasama yang saling menguntungkan (*at-Ta'awun al-Ijtima'i*) untuk memenuhi kebutuhan primer bagi semua, mengembangkan seluruh potensi manusia, dan memperkaya kehidupan manusia. Dengan demikian, persaingan digalakkan sejauh ia berlangsung sehat, menaikkan efisiensi, dan membantu meningkatkan kesejahteraan umat manusia(QS. 2: 148; 5: 2).⁸⁶

7. Ketulusan Hati (*Ikhlas/Sincerity*).

Islam mengajarkan pentingnya ketulusan hati dari setiap prilaku dalam kehidupan ini. Ketulusan biasanya dilandasi oleh komitmen atau niat yang mendorong batin seseorang untuk mengerjakan atau tidak mengerjakan sesuatu. Komitmen atau niat adalah bentuk pilihan dan keputusan pribadi yang dikaitkan dengan sistem nilai (*value system*) yang dianutnya. Nabi menegaskan nilai kerja manusia tergantung

⁸⁶ Nabi saw menegaskan,

عن انس بن مالك أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال : لا تباغضوا ولا تحاسدوا ولا تدابروا وكونوا
عبدالله اخوانا (رواه المسلم)

“Janganlah saling menghina, jangan saling membelakangi dan saling iri (dalam urusan dunia), jadilah kamu semua saudara, hamba dari Tuhan yang maha esa”. Lihat, *Shahih Muslim, Op. Cit.*, Jild 2, h. 422.

kepada komitmen yang mendasari kerja tersebut.⁸⁷ “Mengerjakan sesuatu ‘demi ridha Tuhan’ dengan sendirinya berimplikasi bahwa kita tidak boleh melakukannya dengan ‘sembrono’, acuh tak acuh dan seenaknya. Sebab hal itu niat kita menjadi *absurd*, karena tanpa kesejatian dan ketulusan hati (*ikhlas*)”.⁸⁸ Oleh karenanya untuk kesempurnaan dalam melakukan aktifitas, dianjurkan dilakukan dengan penuh keikhlasan.

Pengaruh dari sikap tulus ini dalam berusaha atau bisnis tentu dapat menghasilkan kegiatan yang lebih efisien dan lebih meningkatkan tingkat produktifitas. Ketulusan juga akan mencegah perilaku manipulasi atau eksploitasi kepada orang lain. Seorang pengusaha muslim yang tulus tidak mungkin melakukan penipuan atau merugikan pihak lainnya, sebab tidak sesuai dengan komitmen awal usaha yang dilakukannya.

B. 2. Prinsip Etika Yang lebih Khusus

Dari prinsip-prinsip umum etika usaha di atas, kita perlu melihat bagaimana mengimplementasikan nilai-nilai tersebut sehingga dapat dijalankan dan disebarluaskan. Secara spesifik, ajaran Islam nampaknya juga memberikan arahan tertentu dalam mengatur bisnis yang beretika. Prinsip khusus tertentu tersebut, sifatnya ada yang memang diperintahkan (wajib) sebagai bagian inheren dari kabaikan suatu usaha dan ada yang bersifat anjuran (sunnah) untuk melindungi

⁸⁷ Nabi menjelaskan :

إنما الأعمال بالنيات وإنما لكل امرئ ما نوا (رواه بخارى ومسلم)

“Bahwa segala sesuatu tergantung niat, dan segala sesuatu perbuatan dilihat dari apa yang diniatkan”. (H.R. Bukhari). *Shahih Bukhari, Op. Cit.*, Jilid I, h, 21

⁸⁸ Lihat, Nurholish Madjid, *Islam doktrin dan peradaban*, (Jakarta : Paramadina, 1992), h. 413-415.

pelaku usaha dari kemungkinan melakukan perbuatan curang atau dicurangi. Prinsip tersebut meliputi model-model transaksi yang dianjurkan atau yang tidak diperkenankan,-baik dalam isi, cara-cara berusaha/ transaksi maupun barang-barang yang diusahakan).

1. Transaksi yang disenangi/diperintahkan :

a. Mematuhi kesepakatan/perjanjian

Islam memberikan perhatian yang luar biasa untuk memenuhi kesepakatan dan janji. Prinsip dasar dari kejujuran, kepercayaan, kebenaran, ada dalam mematuhi kesepakatan ini. Untuk itu, seorang pengusaha muslim harus menjaga amanat, janji dan kontrak-kontraknya. Bisnis suatu hal yang tidak mungkin terjadi tanpa saling percaya. Dalam Islam tidak ada tempat untuk bersikap oportunistik dan bersepakat melakukan pelanggaran terhadap kesepakatan dan janjinya. Menurut Islam, sesuatu yang disukai adalah menuliskan setiap perjanjian usaha dan urusan usahanya secara jelas, hitam di atas putih. Sebuah kesepakatan harus memenuhi rincian mengenai kualitas, kuantitas dan harga barang. Pihak-pihak yang terkait harus mengerti dan jelas dari setiap term dan keadaan pada saat kontrak dilakukan, masalah waktu, hak-hak dan kewajiban antar satu dan lainnya (QS. 23:8; 2:282).

Berdasarkan keterangan di atas, jelaslah bahwa seorang pengusaha harus memenuhi janji dan komitmennya terhadap pekerja, konsumen, suplayer, pemerintah

dan masyarakat umum dengan penuh penghormatan. Dilarang untuk melakukan penipuan, pelanggaran terhadap janji atau melakukan keputusan sewenang-wenang.⁸⁹

b. Mengukur dan menimbang yang benar

Salah satu bentuk tertua untuk melakukan penipuan dalam usaha adalah menjual komoditi dengan ukuran dan timbangan yang kurang dari standar. Hal ini meliputi praktek penjualan sub-standar (di bawah standar), mutunya yang rendah atau mencampurkan produk sehingga tidak sesuai standar (*inferior or adulterated product*). Latar belakang utama yang mendorong untuk melakukan kegiatan mal-praktek ini biasanya adalah untuk memaksimalkan keuntungan dan mengakumulasikan kepemilikan harta, tanpa memperhatikan pertimbangan keabsahan secara moral.⁹⁰ Islam menyatakan bahwa keadilan dan keseimbangan adalah esensi dari alam ini dan begitu juga manusia sebagai bagian dari alam ini diharapkan untuk menjaga keadilan dan keseimbangan dalam semua bidang kehidupan. Menipu dalam timbangan adalah bentuk yang sudah sangat lama. Nabi Syuaib berusaha untuk memberi pelajaran tentang perlunya melakukan timbangan dan takaran yang benar terhadap umatnya. Al-Qur'an, dalam hal ini mengingatkan secara berulang-ulang akan pentingnya berlaku adil dengan cara memenuhi takaran dan timbangan (QS 17:35; 7:85; 55:7-9; 83:1-6; 6:152; 11:84-85; 26:181-183).

⁸⁹ Lihat, Sayyid Fayyez Ahmad, *Op. Cit.*, h. 25

⁹⁰ *Ibid*, h. 25

Tanpa diragukan lagi bahwa kepercayaan konsumen terhadap perusahaan atau pengusaha merupakan peranan yang penting dalam kegiatan usaha apapun. Karenanya, perusahaan-perusahaan berusaha membangun reputasi dan memelihara agar tercapai kepercayaan. Salah satu hal yang menjadi dasar kepercayaan konsumen adalah keakuratan atas timbangan, takaran sesuai dengan spesifikasi usaha apapun.

c. Penerimaan dan perlakuan yang adil terhadap pekerja dan pembayaran upahnya.

Etika kerja Islam mensyaratkan bahwa gaji dengan spesifikasi pekerjaan yang harus diselesaikan ditentukan dengan jelas pada saat membuat kesepakatan. Lebih jauh, Islam meminta bahwa ketentuan upah ini- juga yang lainnya, harus dibayar sesegera mungkin setelah menyelesaikan pekerjaannya tanpa ada penundaan atau pengurangan.(QS 26:183; 65:6). Al-Qur'an menyatakan berbagai gradasi (tingkatan upah) di antara pekerja berdasarkan pada kualitas dan kuantitas pekerjaan mereka.(QS 46:19; 53:39-41). Kenyataan ini merupakan bukti bahwa upah tidak dapat sama untuk semua hal dan untuk semua pekerja. Namun perbedaannya bukan karena diskriminasi gender. Al-Qur'an menempatkan laki-laki dan perempuan pada kedudukan dan hak yang sama untuk mendapatkan upah sesuai dengan pekerjaan yang dilakukannya(QS. 3:195; 2:123). Sehingga, menurut al-Mubarak, memberikan upah yang sama terhadap pekerjaan yang berbeda dari segi kualitas dan kuantitasnya adalah suatu kezaliman dan ketidakadilan.⁹¹

⁹¹ Mustaq Ahmad, *Business Ethics in Islam*, (Pakistan : Islamic Research Institute Press, 1995), h. 83

Menurut etika kerja Islam seorang pekerja berhak mendapatkan perlakuan fair dan adil mendapatkan gaji sesuai dengan kerjanya. Perlakuan sebagian majikan yang tidak memenuhi kewajiban terhadap pekerjanya seperti pembayaran upah dianggap perbuatan dosa dan layak mendapat sanksi. Al-Qur'an memerintahkan bahwa masalah upah mesti dibicarakan oleh kedua belah pihak yang melakukan kesepakatan (QS. 28:26). Bahkan seorang isteri yang ditalak dan ada seorang bayi ditangannya bisa tidak dapat memberikan susuannya sebelum ada kesepakatan dengan mantan suaminya tentang upah yang akan diperoleh dari pelayanan yang diberikan seorang ibu tersebut (QS. 65:6). Al-Qur'an memberikan kabar gembira bagi orang muslim yang memenuhi/memegang kepercayaan dan melaksanakan tanggungjawabnya (QS. 4:58; 23:8). Pekerja terbaik adalah mereka yang efisien/kuat dan dapat dipercaya(QS. 28:26). Setiap orang memikul tanggungjawab pribadi dengan cermat apa saja kepercayaan yang diberikan kepadanya. Tanggungjawab ini secara sama dapat diterapkan kepada suatu pekerjaan, apapun pekerjaan dan tugas tersebut.

Seseorang yang bekerja kepada orang lain, perusahaan atau lembaga, diperintahkan oleh Allah untuk melaksanakan pekerjaan tersebut dengan efisien dan kejujuran. *Job* yang diberikan kepadanya merupakan amanah/kepercayaan dan penerimaan tersebut harus diterima dengan amanah pula sehingga dia harus menjalankan kepercayaan tersebut dengan tulus.⁹²

⁹² Mustaq Ahmad, *Ibid*, h. 84

d. Efisiensi dan kompetensi.

Islam mendorong muslim untuk melakukan pekerjaannya tanpa ada waktu yang terbuang dan lalai serta dapat melakukan yang terbaik secara efisien dan sesuai keahliannya. Kesetiaan dan ketabahan dinyatakan sebagai kualitas yang sangat berharga. Suatu kegiatan kecil yang dilakukan secara rutin dan konsisten adalah lebih baik dibandingkan melakukan sesuatu yang besar tetapi hanya sesekali. Kompeten dan jujur adalah dua atribut yang dapat menjadikan seseorang sebagai karyawan yang istimewa (QS. 28:26)

Al-Qur'an mendorong orang beriman untuk menundukkan (*gain control*) alam dan dipergunakan sebaik-baiknya sebagai sumber yang alami (QS. 34:12). Mereka dapat mengambil manfaat dari laut untuk navigasi, mendapatkan daging yang segar dan memperoleh perhiasan dan lainnya (QS. 35:12). Mereka juga dapat memperoleh besi untuk pembangunan industri berat (QS. 57:25) atau gedung-gedung yang menjulang tinggi (QS. 34:13) dan lainnya. Tidak ada suatu pekerjaan yang dapat dilakukan tanpa kemampuan dan keahlian, dan pentingnya mengembangkan masing-masing kualitas tersebut sebagai sebuah bukti nyata. Rasulullah saw menyatakan bahwa apabila suatu pekerjaan diserahkan kepada orang yang bukan ahlinya, maka tidak akan membawa hasil yang optimal.⁹³

⁹³

عن ابي هريرة رضي الله عنه أن النبي صلعم قال : "إذا ضيقت الامانة فانظر الساعة. قيل يا رسول الله فما إضاعتها؟ قال : إذا وسد الامر إلى غير أهله فانظر الساعة (رواه البخارى)
Shahih Bukhari, Op. Cit., h. 59

e. Investigasi dan Verifikasi

Investigasi dan verifikasi adalah hal penting sebagai awal atau pembuka pada sikap benar dan etis. Al-Qur'an menyuruh muslim untuk memeriksa dan memverifikasi setiap menerima pernyataan atau informasi sebelum membuat suatu keputusan atau mengambil suatu tindakan (QS. 17:36; 49:6). Juga menasehati untuk melakukan pengecekan (investigasi) tentang barang/komoditas sebelum terjadi proses jual beli. Hal ini mesti dilakukan tanpa alasan apapun, terutama berkaitan dengan apakah barangnya itu halal atau haram.

f. Melindungi dan Memelihara Lingkungan

Salah satu ancaman terbesar perencanaan industri besar saat sekarang adalah polusi lingkungan. Pengusaha, dalam rangka memenuhi keinginan untuk mendapatkan uang, sering kali mengabaikan akibat yang ditimbulkan dari proses produksi terhadap lingkungan. Menurut Islam, pribadi atau kelompok mempunyai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan sumber-sumber alam tersebut asalkan memahami dan menyadari kerusakan yang akan terjadi apabila tidak memperhatikan lingkungannya. Menggunakan sumber alami untuk kepentingan usaha harus mempertanggungjawabkan secara sosial. Islam mendorong umatnya untuk menggunakan alam.⁹⁴ Menjaga lingkungan ini berkaitan dengan prinsip ihsan dan tidak berbuat fasad sebagaimana disebutkan di atas.

⁹⁴ Lihat, Bahri Ghazali, *Lingkungan Hidup Dalam Pemahaman Islam*, (Jakarta : Pedoman Ilmu Jaya, 1996).

g. Macam-macam perlindungan transaksi

Dalam rangka memelihara agar berjalannya keadilan dalam perilaku usaha, Al-Qur'an telah menyediakan arahan bagi orang-orang beriman dalam melakukan transaksi sehingga tidak ada yang dirugikan dan semuanya berjalan secara fair. Maka untuk mengeliminir kemungkinan terjadinya ketidakadilan dalam perjanjian-perjanjian bisnis, ada empat (4) hal utama yang melekat dalam setiap perjanjian yang dijalankan. Yaitu kontrak yang tertulis, Saksi (2:282), Jaminan (2:283), dan prinsip tanggungjawab individu terhadap transaksi yang dibuat (QS. 6:164; 17:15; 35:18; 39:7; 53:38; 99:6-8).⁹⁵ Kesemuanya itu harus dipenuhi agar proses transaksi yang dilaksanakan berjalan dengan baik dan tidak ada yang merasa dirugikan.

2. Transaksi Yang tidak disukai/dilarang

a. Riba

Riba merupakan kegiatan yang dilarang dalam berusaha. Riba tidak hanya dilarang oleh agama Islam, tetapi juga oleh agama-agama lain, Yahudi dan Nasrani. Bukan hanya etika agama yang mengutuknya, tetapi juga etika filosofis, seperti filsafat Yunani. Dengan demikian, pelarangan riba bukan semata monopoli ajaran

⁹⁵ Penjelasan secara rinci lihat, Mustaq Ahmad, *Op. Cit.*, h, 88-89.

Islam.⁹⁶ Riba termasuk “sub sistem” ekonomi yang berprinsip menguntungkan kelompok orang tertentu tetapi mengabaikan kepentingan ekonomi masyarakat luas. Al-Qur’an dengan seperangkat prinsip untuk membawa kesejahteraan bagi umat manusia, memberi keseimbangan kesejahteraan antara individu dan masyarakat dan mengarahkan manusia untuk melakukan perbuatan adil dan kesucian. Riba dilarang dengan tujuan untuk menghindari kemungkinan terjadinya ketidakadilan dan kezaliman di antara umat manusia.⁹⁷

Riba disebut dalam Al-Qur’an di empat tempat. Pertama disebut dalam surat Ar-Rum:39, dalam periode Makkah. Yang lainnya disebut dalam periode Madinah, masing-masing dalam surat An-Nisa:160-161, surat Ali-Imran:130, dan surat al-Baqarah: 275-280. Surat Ar-Rum dan An-Nisa tidak menegaskan larangan riba. Di sana hanya disebutkan adanya bahaya yang akan timbul karenanya. Larangan riba ditegaskan dalam surat Ali-Imran dan surat al-Baqarah.

Memperhatikan kaitan antara ayat riba dengan ayat sebelumnya dan sesudahnya, diketahui bahwa riba merupakan antitesa terhadap zakat. Bila dalam zakat orang kaya menyantuni orang miskin, maka dalam riba orang kaya

⁹⁶ Lihat, M. Syafi’i Antonio, *Bank Syariah Wacana Ulama dan Cendikiawan*, (Jakarta : Tazkia Institute, 1999), h. 65-73;

⁹⁷ Pembahasan tentang riba sudah cukup banyak dilakukan oleh para pakar, di antaranya : M. Umar Chapra, *Towards a Just Monetary System*, (Naerobi : The Islamic Foundation, 1985); M. Nejatullah Siddiqie, *Issues in Islamic Banking*, (London : The Islamic Foundation, 1983); Yusuf Qardhawi, *Fawaid al-Bunuk Hiya al Riba al-Haram*, terjemahan Daud Rasyid, Jakarta : Usamah Press, 1990; Muh. Zuhri, *Riba dalam Al-Qur’an dan Masalah Perbankan*, Jakarta : Rajawali Press, 1996; Murtadha Mutaharri, *al-Riba wa Al-Ta`min*, terjemahan Irwan Kurniawan, (Bandung : Pustaka Hidayah, 1995).

mengeksploitasi, mengeruk dan “merampas” harta orang miskin. Dalam hal ini riba mendatangkan kerugian sepihak, yaitu peminjam.

b. Penipuan

Al-Qur’an melarang melakukan perbuatan penipuan (*fraud and cheating*) dalam bentuk apapun. Penipuan digambarkan sebagai ciri utama dari sikap hipokrit yang menurut Al-Qur’an merupakan perbuatan sangat tercela dan tentu akan mendapatkan sanksi yang sangat menyakitkan. “Orang-orang munafik akan ditempatkan di tempat paling bawah api neraka” (QS. 4:145).

Islam mewajibkan pemeluknya untuk berbuat jujur dan amanat. Seseorang yang melakukan perbuatan menipu terhadap lainnya, dianggap bukan merupakan bagian dari umat Islam.⁹⁸ Beberapa bentuk khusus penipuan secara jelas dilarang Al-Qur’an dan Hadis, yaitu melakukan perbuatan *tatfif* (curang dalam melakukan takaran dan timbangan serta tidak memenuhi kriteria barang yang diperjualbelikan); tidak jujur (*dishonesty*), seorang yang tidak jujur cenderung untuk melakukan penipuan kapan dan dimana saja; berbohong dan melanggar janji atau kesepakatan; dan serba neka transaksi curang lainnya.⁹⁹

Ajaran Islam telah menjadikan penipuan merupakan suatu dosa, baik penipuan yang dilakukan penjual atau pembeli dalam proses jual beli. Penipuan

⁹⁸ Sebagaimana sabda Nabi saw,

من عشنا فليس منا في رواية اخر من عشنا فليس مني (رواه المسلم)

“Barang siapa yang berbuat curang atau menipu maka bukanlah termasuk golongan kami” Lihat. *Shahih Muslim, Op. Cit.*, Jilid II, h, 55

⁹⁹ Mustaq Ahmad, *Op. Cit.*, h, 113-117.

dilakukan penjual adalah apabila si penjual menyembunyikan cacat barang dagangannya dari pembeli, padahal dia jelas-jelas mengetahuinya; atau apabila sipenjual menutupi cacat tersebut dengan sesuatu yang bisa mengelabui pembeli, sehingga terkesan tidak cacat; atau menutupi barangnya dengan sesuatu yang bisa menampakkan seakan-akan barangnya semuanya baik. Sedangkan penipuan yang dilakukan pembeli adalah sipembeli memanipulasi alat pembayarannya atau menyembunyikan manipulasi yang terjadi pada alat pembayarannya padahal ia jelas-jelas tahu.¹⁰⁰

c. Perbuatan dilarang lainnya.

Di samping itu, ada beberapa perbuatan lain yang dilarang dan tidak disukai oleh Islam, yaitu : memakan atau mendapatkan makanan/harta dengan cara yang

¹⁰⁰ Taqyuddin An-Nabhani, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*, Jakarta : Risalah Gusti, 1996), 205-208.

tidak benar menurut syara (*akl bi al-batil*); mengabaikan kepantasan/kepatutan (*disregard for merit*); deal/transaksi terhadap barang-barang yang dilarang; kerjasama yang tidak sah; melanggar pembayaran upah dan hutang; melakukan penimbunan; menentukan harga yang fix/tetap; melakukan perlindungan (*proteksionisme*); monopoli; Perjudian; Pemaksaan, dan merusak surplus produksi.¹⁰¹

C. Penerapan Etika Islam dalam Produksi, Konsumsi, dan Distribusi/sirkulasi.

1. Etika Produksi

Sebelum membicarakan lebih lanjut tentang etika produksi, kita perlu memahami dulu apa yang dimaksud dengan produksi. Produksi bisa diartikan dalam arti ekonomi atau yang dikenal dalam buku teks ekonomi, bisa dalam arti sehari-hari. Produksi dalam arti ekonomi adalah “ *segala usaha atau kegiatan untuk menambah /mempertinggi guna atau faedah suatu benda*. Dengan pengertian lain, produksi adalah *segala usaha untuk mengolah sesuatu benda sehingga berguna atau lebih berguna bagi manusia*”.¹⁰² Sedangkan arti produksi dalam pengertian sehari-hari adalah jumlah barang yang dihasilkan dalam suatu jangka waktu tertentu.¹⁰³ Pembahasan selanjutnya berkaitan dengan pengertian yang pertama.

¹⁰¹ Berbagai macam perbuatan yang dilarang tersebut, Insya Allah sebagian akan dibahas pada Bab IV tesis ini.

¹⁰² Syamsuddin Mahmud, *Dasar-dasar Ilmu Ekonomi dan Koperasi*, Jakarta : PT. Intermasa, 1986, Cet-II, h. 15.

¹⁰³ Ibid

Dengan pengertian tersebut, produksi berarti diciptakannya manfaat dari suatu benda. Menciptakan manfaat tersebut tidak berarti secara fisik mengadakan sesuatu benda yang tidak ada, karena tidak seorangpun dapat menciptakan benda. Melainkan hanya membuat barang-barang menjadi berguna atau ‘dihasilkan’.¹⁰⁴ Pada hakikatnya, yang termasuk menciptakan guna bermacam-macam, karena “guna”(dalam artian kemampuan suatu barang untuk memuaskan kebutuhan manusia) dapat mempunyai arti luas. Hal ini berkaitan dengan luasnya cakupan dari usaha produksi itu sendiri, yaitu usaha ekstraktif (barang-barang yang disediakan oleh alam, seperti pertambangan dll), pertanian/agraris, industri, pengangkutan dan pemberian jasa.¹⁰⁵

Pembicaraan selanjutnya berkaitan dengan pembahasan etika produksi adalah kajian normatif yang membahas dorongan-dorongan atau motif dan tujuan-tujuan produksi. Pembahasan ini menjadi penting, karena berusaha menjawab dari permasalahan yang menjadi pembahasan ekonomi, yaitu apa yang harus diproduksi, bagaimana memproduksinya dan untuk siapa barang atau jasa itu diproduksi. Tentu saja semuanya itu tinjauan dari ajaran Islam.

Menurut Kahf, motif produksi adalah pengambilan manfaat setiap partikel dari alam semesta. Bahkan menurutnya hal tersebut merupakan tujuan ideologik umat Islam.¹⁰⁶ Tuhan telah menciptakan alam semesta untuk manusia dengan berbagai

¹⁰⁴ M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktek ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), h, 54.

¹⁰⁵ Syamsuddin Mahmud, *Op. Cit.*, h. 15

¹⁰⁶ Monzer Kahf, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1995), h. 33

macam jenis untuk digunakan secara optimal.¹⁰⁷ Islam mengajarkan bahwa manusia sebagai *khalifah fil ardhi* wajib memproduksi. Islam sangat tegas menganjurkan manusia untuk bekerja dengan sebaik-baiknya. Karenanya, Islam mendukung maksimisasi produksi. Ia mengharapkan setiap orang untuk menghasilkan lebih banyak dari yang dikonsumsi. Kehidupan individu hendaknya berakhir dengan keuntungan bersih yang bisa dihitung sebagai sumbangannya kepada dunia.¹⁰⁸

Al-Qur'an mempergunakan konsep produksi dalam arti yang sangat luas. Al-Qur'an sangat menekankan pemanfaatan barang-barang yang diproduksi. Barang-barang tersebut haruslah berhubungan dengan kebutuhan manusia. Barang-barang itu harus juga diproduksi dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan manusia dan bukan merupakan barang *luxs*. Jika barang-barang tersebut tidak dapat memenuhi kebutuhan manusia, maka tenaga kerja yang dihabiskan untuk memproduksi barang semacam itu dianggap tidak produktif.¹⁰⁹

Prinsip mendasar dalam proses produksi adalah prinsip kesejahteraan ekonomi, yang dalam ekonomi modern, direpresentasikan atau diukur dengan uang. Kesejahteraan ekonomi, dalam pandangan Islam, tidak berdiri sendiri (hanya diukur dengan uang) tetapi berkaitan dengan persoalan-persoalan lain seperti moral, pendidikan, agama dan lainnya. Dalam sistem produksi Islam konsep kesejahteraan ekonomi digunakan dengan cara lebih luas. Menurut Mannan, konsep kesejahteraan ekonomi Islam terdiri dari bertambahnya pendapatan yang diakibatkan oleh

¹⁰⁷ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta : Gema Insani Press, 1997), h, 100.

¹⁰⁸ Ismail Raji al-Faruqi, *Tauhid*, (Bandung : Pustaka, 1995), cet-II, h. 180.

¹⁰⁹ Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, (Jakarta : Swarna Bhumi, 1996), h. 211.

meningkatnya produksi dari hanya barang-barang berfaedah melalui pemanfaatan sumber-sumber daya secara maksimum - baik manusia maupun benda, demikian juga melalui ikut sertanya jumlah maksimum orang dalam proses produksi. Dengan demikian, menurutnya, “perbaikan sistem produksi dalam Islam tidak hanya berarti meningkatnya pendapatan, yang dapat diukur dari segi uang, tetapi juga perbaikan dalam memaksimalkan terpenuhinya kebutuhan kita dalam usaha minimal tetapi tetap memperhatikan tuntunan perintah-perintah Islam tentang produksi . Untuk itu kenaikan volume produksi saja tidak akan menjamin kesejahteraan rakyat secara maksimum”.¹¹⁰ Hal yang perlu diperhatikan adalah bagaimana menaikkan volume produksi tetapi adanya jaminan ikut sertanya jumlah maksimum orang dalam proses produksi. Ringkasnya, sistem produksi menurut Islam harus dikendalikan oleh kriteria objektif maupun subjektif. Kriteria objektif akan tercermin dalam bentuk kesejahteraan yang dapat diukur dari segi uang, dan kriteria subjektif dalam bentuk kesejahteraan dapat diukur dari segi etika ekonomi yang didasarkan atas perintah-perintah kitab suci dan Sunnah.¹¹¹

“Produksi mencakup ekstraksi bahan-bahan dan pemanfaatannya oleh produsen, baik di bidang pertanian ataupun industri. Pemanfaatan alam ini haruslah bertanggungjawab. Islam menyerahkan pekerjaan ini kepada masyarakat, yang bertindak melalui organ-organnya yang telah dibentuk untuk itu, untuk mengatur pemanfaatan alam sesuai dengan tuntutan tanggungjawab tersebut, dengan tidak

¹¹⁰ M.A. Mannan, *Op. Cit.*, h, 54.

¹¹¹ *Ibid*, h, 55.

mengizinkan penyalahgunaan atau pemborosan”.¹¹² Islam memerintahkan kaum muslimin untuk memanfaatkan alam dalam jumlah dan cara-cara yang yang diperlukan bagi produksi yang pada gilirannya harus dapat dibenarkan dalam batas-batas kebutuhan manusia. “Tanggungjawab Islam menuntut bahwa manusia tidak boleh merusak alam dalam proses pemanfaatannya. Islam mengajarkan bahwa bahan-bahan dan kekuatan-kekuatan alam adalah pemberian Tuhan kepada kita”.¹¹³

“‘Perkosaan alam’ dan pencemarannya adalah akibat dari tindakan yang tidak bertanggungjawab dalam memanfaatkan alam pemberian Tuhan. Penyalahgunaan alam bertentangan dengan etika produksi menurut ajaran Islam dan termasuk perbuatan yang dikutuk. Dalam Pandangan Islam, operasi produksi haruslah bebas dari dosa sejak awal hingga akhir”.¹¹⁴

Islam mensyaratkan bahwa produksi barang-barang dan jasa harus bebas sepenuhnya dari unsur penipuan dan pemalsuan. Dalam Islam, menurut al-Faruqi, produsen terikat oleh empat prinsip yang secara langsung mempengaruhi operasi produknya: *pertama*, baik agama maupun hukum tidak mengizinkannya untuk memproduksi barang dengan maksud mencari keuntungan semata-mata. Produksi harus ditujukan untuk menghasilkan barang-barang yang bermanfaat dan berguna bagi masyarakat; keuntungan haruslah ditempatkan sebagai tujuan sampingan, bukan tujuan utama. *Kedua*, bahan-bahan yang membahayakan atau dilarang oleh syariah tidak boleh diproduksi sama sekali, kecuali dalam keadaan dimana kebutuhan akan

¹¹² Ismail Raji al-Faruqi, Op. Cit., h. 181

¹¹³ *Ibid.*, h, 181.

¹¹⁴ *Ibid.*, h, 183.

bahan-bahan tersebut bisa dibenarkan. Dalam hal ini, kewaspadaan harus dilakukan untuk mencegah agar jangan sampai timbul bahaya atau kerugian bagi masyarakat. *Ketiga*, barang yang diproduksi harus ditampilkan sebagaimana adanya, tidak disamarkan sesuai dengan apa yang mungkin dikehendaki oleh konsumen. *Keempat*, komitmen produsen pada tauhid memberikan kesadaran yang diperlukan untuk mematuhi kode etik kebenaran, lepas dari pengawasan negara.¹¹⁵

¹¹⁵ *Ibid*, h. 184.

2. Etika Konsumsi

Yang dimaksud dengan konsumsi, dalam arti ekonomi konvensional ialah “tindakan-tindakan manusia yang akhirnya menyebabkan berkurangnya atau lenyapnya kegunaan/faedah dari barang-barang dan jasa-jasa. Sedangkan pengertian sehari-hari konsumsi diartikan sebagai pemakaian benda atau jasa guna memuaskan kebutuhan manusia baik sekaligus maupun secara berangsur-angsur”.¹¹⁶

Dalam suatu sistem perekonomian mana saja, menurut Syamsuddin, “konsumsi memegang peranan yang sangat penting, karena dengan mengetahui konsumsi dan tindakan-tindakan konsumen akan dapat ditentukan barang-barang apa yang akan diproduksi dan dalam jumlah berapa banyak produksi tersebut”.¹¹⁷

Pembahasan tentang perilaku konsumen bertujuan untuk memahami sisi permintaan barang dan jasa sedangkan perilaku produsen bertujuan untuk memahami sisi penawaran barang dan jasa. Bagaimana memahami perilaku konsumen dalam menentukan alokasi sumber daya ekonominya. Tujuan yang ingin dicapai konsumen adalah kepuasan maksimum. Asumsi dasar yang digunakan adalah berkaitan dengan pemahaman tentang Barang (*commodities*), utilitas (*Utility*), penambahan manfaat yang makin menurun, konsistensi preferensi dan Pengetahuan sempurna.¹¹⁸ Barang adalah

¹¹⁶ Syamsuddin Mahmud, *Op. Cit.*, h, 31

¹¹⁷ *Ibid*, h. 32.

¹¹⁸ Prathama Rahardja & Mandala Manurung, *Teori Ekonomi Mikro*, (Jakarta : LPFE-UI, 1999), h, 96-97.

benda atau jasa yang dikonsumsi untuk memperoleh manfaat atau kegunaan. Barang yang dikonsumsi mempunyai sifat makin banyak dikonsumsi makin besar manfaat yang diperoleh. Sedangkan bila konsumsinya berlebih mengurangi kenikmatan hidup. Utilitas adalah manfaat yang diperoleh karena mengonsumsi barang. Ia merupakan ukuran manfaat suatu barang di banding dengan alternatif penggunaannya. Kemudian, yang pada awalnya penambahan konsumsi suatu barang akan memberi tambahan utilitas besar, tetapi makin lama pertambahan itu bukan saja makin menurun, bahkan menjadi negatif. Gejala ini disebut dengan hukum pertambahan manfaat yang makin menurun. Sedangkan preferensi konsistensi berkaitan dengan prioritas pilihan konsumen terhadap suatu barang/jasa sehingga dapat mengambil keputusan : lebih suka (*prefer*) atau sama-sama disukai (*Indifference*).¹¹⁹

Pembahasan masalah teori konsumsi, ada yang dalam bentuk pengertian keabsahan hukum barang-barang konsumen dan jasa-jasa tetapi juga pembahasan berkaitan dengan perilaku konsumen seperti rasionalisme konsumen dan konsep barang-barang konsumen.¹²⁰ Pembahasan berikut berkaitan dengan yang belakangan yaitu : rasionalisme konsumen, konsep barang dan norma etik mengenai konsumen/konsumsi.

Rasionalisme dari konsumen terhadap nilai yaitu adanya pemenuhan secara

¹¹⁹ Ibid, h. 98

¹²⁰ Monzer Kahf, *Op. Cit.*, h, 15

maksimal. Unsur-unsur pokok dari rasionalisme ini adalah tentang konsep keberhasilan dan konsep waktu. Menurut Kahf, bahwa konsep keberhasilan dalam Islam senantiasa dikaitkan dengan nilai-nilai moral. Kebaikan, berarti bersikap positif terhadap kehidupan dan orang lain. Hal paling buruk yang bisa dilakukan orang adalah meninggalkan kehidupan dan masyarakat atau melaksanakan negativisme terhadapnya. Menurut Islam, kemajuan ekonomi bukanlah suatu kejahatan. Bahkan sebaliknya ia menjadi salah satu kebaikan bila ia bisa diseimbangkan dan diniatkan untuk mendapatkan kebaikan. Sedangkan unsur kedua adalah skala waktu. Waktu yang dilampui sebagai sasaran atau tujuan dari memperoleh materi adalah bukan saja duniawi melainkan juga ukhrawi. Implikasinya adalah bahwa adanya keseimbangan hidup dan bertujuan ke masa yang akan datang¹²¹

Selanjutnya, konsumsi sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan seseorang demi kelangsungan hidupnya, dalam pandangan Islam, adalah bersifat duniawi dan wajib dilaksanakan. Kebutuhan akan makan, pakaian, perumahan, pengobatan, adalah kebutuhan dasar yang perlu dipenuhi. Macam dan kualitas barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan juga berkembang sesuai dengan perkembangan pendapatan dan kebudayaan masyarakat. Tentu saja pemenuhan kebutuhan tersebut harus tetap dalam batas-batas fungsional dan menghindarkan diri dari sifat boros, serta hanya

¹²¹ *Ibid*, h. 18

mengonsumsi barang yang baik dan halal.¹²²

Pemenuhan kebutuhan sebagai hak asasi yang dimiliki setiap manusia sejak lahir, batas minimumnya adalah kebutuhan hidup pokok, dan batas maksimumnya adalah titik dimana konsumsi menjadi tabzir, atau pemborosan. Titik ini, menurut Faruqi, faktor psikologis seseorang memainkan peranan penting. Dalam artian bahwa kebutuhan konsumsi seseorang ditentukan oleh kebutuhan psikologis yang lain dengan produk atau jasa yang ada.¹²³ Maka, prinsip konsumsi dalam Islam adalah untuk mengurangi kelebihan keinginan fisiologik sekarang ini yang timbul dari faktor-faktor psikologik buatan dengan tujuan membebaskan energi manusia untuk tujuan-tujuan spiritual. Maksudnya, cara pendekatan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi, tidak hanya memenuhi kegemaran materialistis semata, melainkan untuk mendapatkan energi dalam rangka mencapai atau mengejar cita-cita spiritualnya.¹²⁴ Hal ini berarti bahwa permintaan terhadap barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen bukanlah merupakan tujuan utama, melainkan sebagai sarana untuk menjalani kehidupan. Jadi konsumsi adalah alat atau sarana untuk memenuhi kebutuhan.

Karena konsumsi adalah sebagai sarana untuk “menjalani hidup” sebagai amanah Tuhan, maka kepuasan maksimum konsumen itu bukan semata-mata dilihat

¹²² Ahmad. M. Saefuddin, *Ekonomi dan Masyarakat Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta : Rajawali Press, 1987), h. 35-39

¹²³ Ismail Raji al-Faruqi, *Op. Cit.*, h. 186

¹²⁴ M. A. Mannan, *Op. Cit.*, h. 50

dari komoditasnya itu sendiri, melainkan juga cara dan makna atau substansi dari barang tersebut yang berfaedah bagi kehidupannya. Dalam hal ini, menurut Mannan, ada beberapa prinsip yang harus diikuti agar tercapai kepuasan maksimum berdasarkan prinsip Islam. Yaitu *pertama*, barang yang diperoleh itu bersifat *halal* dan *thayib* (QS.. 2:169; 2:173; 5:4); *kedua*, baik dan cocok untuk dimakan, tidak kotor atau menjijikan sehingga merusak selera; *ketiga*, tidak bersifat berlebih-lebihan, karena akan mengurangi kenimatan (7:31; 5:87); *keempat* ada kemurahan hati dari Tuhan dan konsumen mengikutinya sehingga terhindar dari konsumsi yang tidak bermanfaat (2:173); dan *kelima*, konsumsi itu ditandai moralitas yakni untuk peningkatan atau kemajuan nilai-nilai moral spiritual.¹²⁵

Karena kebutuhan manusia itu cukup banyak, maka perlu menentukan skala prioritas dalam memenuhi kebutuhan tersebut, prioritas tersebut meliputi : apakah konsumsi itu sesuai keperluan (*Daruriyyat*), atau bersifat kesenangan (*Hajiyyat*) atau bahkan hanya bersifat kemewahan (*Tahsiniyyat*).¹²⁶ Namun yang perlu diingat pula dalam menentukan prioritas adalah apakah tingkatan konsumsi yang berlaku dalam suatu masyarakat berada di bawah atau di atas tingkat sederhana. Artinya perilaku konsumen muslim dalam menentukan prioritas memperhatikan bahkan perlu mementingkan kepentingan orang atau pihak lain. Dalam Islam pada hakikatnya konsumsi adalah suatu pengertian yang positif. Larangan-larangan dan perintah-

¹²⁵ *Ibid*, h. 44-47

¹²⁶ Pembahasan ketiga kategori tersebut, *Daruriyyat*, *Hajiyyat* dan *Tahsiniyyat*, sebagai konsep dari teori Maslahah, lihat Abu Ishaq al-Syatibi, *al-Muwafaqat fi Ushul al-Ahkam*, (Beirut: Dar al-Fikr, 1341 H), h. 4-5; Fathurrahman Djamil, *Metode Ijtihad Majlis Tarjih Muhammadiyah*, ((Jakarta : Logos, 1995), h. 39-47; M. Akram Khan, *The Role of Government in the Economy*, dalam *The American Journal of Islamic Sciencies*, (Washington DC, AMSC, 1991), h, 157.

perintah mengenai makanan dan minuman harus dilihat sebagai bagian usaha untuk meningkatkan sifat perilaku konsumsi. Dengan mengurangi pemborosan yang tidak perlu, Islam menekankan perilaku mengutamakan kepentingan orang lain yaitu pihak konsumen. Sikap moderat dalam perilaku konsumen ini kemudian menjadi logika dari gaya konsumsi Islam, yang sifatnya nisbi dan dinamik.¹²⁷

Islam mengajarkan bahwa dalam memenuhi kebutuhan hendaknya secara adil, artinya tidak kurang dan tidak berlebihan dari yang semestinya (QS. 25:67). Jangan kikir dan jangan pula boros (QS.17:29), pemborosan adalah perbuatan tercela dan oleh Allah dikategorikan sebagai teman setan (QS.17:26-27). Membelanjakan harta untuk kebutuhan pribadi dan keluarga yang menjadi tanggungan, dianjurkan dengan ukuran kewajaran. Kepentingan masyarakat tidak boleh dilupakan. Menabung sebagai cadangan untuk kebutuhan-kebutuhan mendadak juga diajarkan, tetapi bukan tabungan yang membekukan harta, tetapi tabungan yang memungkinkan pengembangan kekayaan masyarakat yang akan berarti berpartisipasi dalam mewujudkan kesejahteraan hidup masyarakat.¹²⁸

¹²⁷ Lihat, M.A. Mannan, *Op. Cit.*, h. 50

¹²⁸ Azhar Bashir, *Op. Cit.*, h. 182.

3. Etika Distribusi dan sirkulasi

Yang dimaksud dengan distribusi ialah semua kegiatan yang ditujukan untuk menyalurkan barang-barang dan jasa-jasa dari produsen kepada konsumen (pemakai). Dalam setiap sistem ekonomi apapun, distribusi memegang peranan yang sangat penting sekali. Sekalipun produsen dapat menghasilkan barang banyak, tidaklah menjamin bahwa kebutuhan masyarakat akan mudah dipenuhi. Masyarakat baru bisa merasa “puas” kalau dia dapat memperoleh barang keperluannya dengan mudah di tempat di mana dia bertempat tinggal. Dan segala sesuatu ini tergantung pada kegiatan distribusi yang akan mendorong barang-barang dari produsen kepada si konsumen.

Untuk itu, maka perlu tugas-tugas atau fungsi-fungsi distribusi. Artinya ialah hal-hal yang harus dilaksanakan oleh mata rantai distribusi sehingga barang-barang atau jasa-jasa dapat dialirkan dari produsen kepada konsumen. Agar terlaksana dengan baik proses distribusi ini, maka banyak pihak yang terlibat dan terkait harus menjalankannya dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab. Dalam proses distribusi tersebut, ada tugas yang merupakan mata rantai distribusi, yaitu pembeli dan penjual barang; pengangkutan, penyimpanan, mengadakan standarisasi, pembelanjaan, mengadakan advertensi atau periklanan dan memberikan informasi. Pada dasarnya distribusi itu berkenaan dengan proses pengumpulan barang-barang dan kemudian penyebarannya. Artinya barang-barang dikumpulkan baik perorangan ataupun lembaga-lembaga distribusi baik pedagang besar maupun pedagang kecil dengan berbagai macam jenis produk sehingga sampai kepada konsumen atau rumah

tangga.¹²⁹ Dalam proses inilah, maka perlu ada etika yang mendasarinya, sehingga tidak ada pihak-pihak yang dirugikan dari proses tersebut.

Beberapa hal yang mungkin terjadi pelanggaran terhadap etika dan aturan-aturan dalam proses distribusi dan sirkulasi adalah : pertama, dari segi barang yang didistribusikan, boleh jadi barang yang didistribusikan adalah barang terlarang (*illegal*); kedua, orang yang melakukan distribusi tidak bersikap amanah, bohong, dan pengkhianat; ketiga, pendistribusian barang hanya diberikan kepada orang-orang tertentu (monopolistik), dan mengabaikan pada penyebaran barang ; dan keempat, kemungkinan melakukan persekongkolan untuk membatasi dan melakukan diskriminasi terhadap peredaran barang.

Berdasarkan atas kemungkinan pelanggaran dalam distribusi tersebut, etika Islam menurut Yusuf Qardhawi, memberikan landasan pokok dalam melakukan distribusi sebagai berikut : 1. dilarang melakukan distribusi barang yang zat dan hukum barang tersebut dilarang, seperti khamar , babi, pekerja seks, dan lainnya. 2. Bersikap benar, amanah dan jujur . 3. Bersikap adil dan tidak melakukan diskriminasi. 4. Dilarang melakukan monopoli; dan 5. Larangan melakukan penimbunan, manipulasi timbangan dan melakukan penipuan dengan cara mempromosikan barang yang tidak sesuai dengan keadaan barang yang sebenarnya.¹³⁰

¹²⁹ Syamsuddin Mahmud, *Op. Cit.*, h. 33-35

¹³⁰ Yusuf Qardhawi, *Op. Cit.*, h. 173-191; lihat penjelasan selanjutnya pada bab IV.

BAB III

TINJAUAN UMUM TENTANG UNDANG-UNDANG ANTI MONOPOLI (UUAM)

A. Sejarah, Azas dan Tujuan, Peranan dan Fungsi, serta ruang lingkup UUAM

1. Sejarah Lahirnya UU Anti Monopoli

Gagasan akan perlunya UU anti monopoli di Indonesia telah lama diharapkan dan menjadi pembicaraan berbagai pihak.¹³¹ Namun selama orde baru, upaya pelbagai pihak tersebut tidak pernah berhasil. Berbagai alasan dan pertimbangan formal, baik alasan politis, sosial maupun yuridis, yang dikemukakan pemerintahan orde baru menghambat lahirnya UU antimonopoli ini.¹³² Namun, dambaan masyarakat agar memiliki UU ini terus digulirkan. Bersamaan dengan itu, semakin mengguritanya praktek-praktek monopoli dan persaingan tidak sehat (*unfair business practice*), terutama dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar yang memiliki posisi dominan karena pangsa pasar yang dikuasainya, yang sering disebut dengan istilah konglomerasi, terjadi didepan mata.¹³³ Pada akhirnya praktik tersebut dirasakan merugikan perusahaan kecil dan menengah disamping merugikan konsumen.¹³⁴

¹³¹ Lihat, Adrianus Meliala (edt), *Praktik Bisnis Curang*, (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 1993); Suryadi A. Radjab, *Praktik Culus Bisnis Gaya Orde Baru*, (Jakarta : Grasindo, 1999).

¹³² Sutan Remy Sjahdeni, “ Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”, dalam YPHB, *Jurnal Hukum Bisnis*, VOL. 10, (Jakarta : YPHB, 2000), h. 5

¹³³ Misalnya pembentukan Badan Penyangga dan Pemasaran Cengkeh (BPPC) yang berdiri tahun 1991/92 yang memberikan kewenangan tunggal untuk membeli cengkeh dari para petani cengkeh dan kewenangan menjualnya kepada produsen rokok, dan Tata Niaga Jeruk, ataupun PT. Timor, yang memperoleh banyak kemudahan dan fasilitas. Walaupun setelah era

Lahirnya UU ini tidak terlepas dari tekanan IMF (*International Monetary Fund*) kepada Pemerintah Indonesia agar Pemerintah segera memberantas praktek-praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang terjadi di Indonesia dengan cara segera memberlakukan UU yang mengatur hal itu. Di samping itu pula, mengingat Indonesia telah menandatangani Perjanjian Marrakesh yang telah diratifikasi DPR dengan UU no 7 tahun 1994, yang mengharuskan Indonesia membuka diri dan tidak boleh memberikan perlakuan diskriminatif, antara lain berupa pemberian proteksi terhadap *entry barrier* suatu perusahaan, dan adanya tekanan IMF yang telah menjadi kreditor bagi Indonesia dalam rangka mengatasi krisis moneter yang telah secara dahsyat melanda dan membuat terpuruknya ekonomi Indonesia secara luas, maka mau tidak mau Indonesia akhirnya harus memberlakukan UU Antimonopoli yaitu dengan dikeluarkannya UU no 5 tahun 1999.¹³⁵

Begitu pentingnya UU antimonopoli bagi suatu negara sehingga ada yang melihat *Antitrust Law* bagi Amerika Serikat adalah *Magna Carta* bagi *free enterprise* untuk menjaga kebebasan ekonomi dan *sistem free enterprise* atau seperti *Bill of Right* bagi HAM dalam rangka melindungi kebebasan-kebebasan pribadi yang sangat fundamental.¹³⁶

reformasi per juni 1998 Badan ini dibubarkan oleh pemerintah. Lihat, Insan Budi Maulana, *Catatan Singkat UU no 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2000), 1; Abdul Hakim Garuda Nusantara & Benny K. Herman, *Analisa dan Perbandingan UU Anti Monopoli*, (Jakarta : Alex Media Komputendo, 1999), h. 13-18

¹³⁴ Sutan Remy Syahdeni, *Op. Cit.*, h. 4

¹³⁵ Sutan Remy Syahdeini, *Ibid.*, h. 5

¹³⁶ Lihat Sutan, *Ibid.*, h. 5, yang mengutip dari pendapat Eleanor M. Fox dan Lawrence A. Sullivan, *Cases and Materials on Antitrust*, (St. Paul Minn, West Publishing, 1989).

UU anti monopoli ini bukan hal yang baru di negara-negara Eropa dan Amerika Serikat.¹³⁷ Hal ini sudah menjadi perhatian masyarakat dan pemerintah sejak masa lalu bahkan ratusan tahun yang lalu. UU tentang monopoli merupakan suatu rangkaian peraturan yang digunakan untuk menjaga tingkat persaingan usaha, dengan pengertian bahwa semakin baik tingkat persaingan yang terjadi di perdagangan maka akan semakin baik pula produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha, dan pada akhirnya akan menguntungkan bagi konsumen pengguna produk tersebut.¹³⁸

2. Azas dan Tujuan

Sesuai dengan cita-cita dan amanat UUD 1945 bahwa pembangunan ekonomi Indonesia ditujukan untuk meningkatkan kehidupan masyarakat yang adil dan makmur serta sejahtera, maka dalam UU anti monopoli ini ditetapkan asas demokrasi ekonomi ini menjadi asas dalam perekonomian Indonesia, yaitu bahwa : “ Pelaku usaha di Indonesia, dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum” (Pasal 2 UUAM).

Adapun tujuannya, sebagaimana dijelaskan pada pasal 3, adalah : a). Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu

¹³⁷ UU Anti Monopoli di Amerika Serikat disebut Antitrust Law. Ada 4 Antitrust Law, yaitu Sherman Act tahun 1890, Clayton Act tahun 1914, Robinson-Patman Act tahun 1936, dan Federal Trade Commission Act tahun 1938. Sedangkan di Jerman sudah ada sejak 1897. Lihat, Abdul Hakim G. Nusantara & Benny K. Herman, *Op. Cit.*, h. 40-110

¹³⁸ Asril Sitompul, *Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 1999), h. 1

upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat; b) 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; c) mencegah praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan d) terciptanya efektifitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.”

Dari keempat tujuan UUAM di atas, menurut Udin Silalahi, dapat dirumuskan menjadi dua tujuan pokok yaitu tujuan di bidang ekonomi dan tujuan meta ekonomi atau di luar ekonomi. Tujuan di bidang ekonomi yaitu meningkatnya ekonomi nasional, sedangkan tujuan di luar ekonomi yaitu meningkatnya kesejahteraan rakyat. Oleh karenanya tujuan UU ini adalah untuk meningkatkan ekonomi nasional dan kesejahteraan rakyat Indonesia.¹³⁹

Di samping itu, ada yang menilai bahwa tujuan UUAM ini, sebagaimana negara-negara maju, adalah untuk menjaga kelangsungan persaingan. Persaingan perlu dijaga eksistensinya demi terciptanya efisiensi, baik efisiensi bagi masyarakat perusahaan (*productive efficiency*) maupun bagi konsumen (*allocative efficiency*).¹⁴⁰

¹³⁹ M. Udin Silalahi, “UU Antimonopoli Indonesia Peranan dan Fungsinya di Dalam Perekonomian Indonesia” , dalam *Jurnal Hukum Bisnis, Op. Cit.*, h. 27-28

¹⁴⁰ *Productive efficiency* ialah efisiensi bagi perusahaan dalam menghasilkan barang-barang dan jasa. Perusahaan dikatakan efisiensi apabila dalam menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa perusahaan tersebut dilakukan dengan biaya yang serendah-rendahnya karena dapat menggunakan sumber daya yang sekecil mungkin. Sedangkan *Allocative efficiency* ialah efisiensi bagi masyarakat konsumen. Dikatakan masyarakat konsumen efisien apabila para produsen dalam membuat barang yang dibutuhkan konsumen, menjualnya pada harga yang para konsumen itu bersedia untuk membayar harga barang yang dibutuhkan itu. Lihat, Sutan Remy Sjahdeini, *Op. Cit.*, h. 8

3. Peranan dan Fungsinya

Undang-undang Antimonopoli setidaknya memiliki 3 fungsi yaitu : 1) fungsi hukum yang akan memberikan dasar perlindungan atas kebebasan menghadapi persaingan, di samping juga kebebasan untuk mengadakan perjanjian; 2) fungsi kebijakan ekonomi adalah untuk melindungi pasar terbuka atau pasar bebas, menjaga stabilitas harga, mencegah konsentrasi ekonomi pada segelintir pihak yang akan merugikan masyarakat luas dan pengusaha ekonomi kecil dan menengah; dan 3) fungsi kebijakan sosial yang berkaitan pula dengan hukum pajak, dan instrumen hukum ekonomi lainnya yang diharapkan dapat meningkatkan pembangunan ekonomi masyarakat melalui penciptaan demokratisasi ekonomi, pengembangan kreatifitas dan inovasi pada dunia usaha, dan penghormatan terhadap hak-hak asasi manusia dalam mengembangkan kehidupannya dalam mencapai masyarakat yang makmur, sejahtera dan berkeadilan.¹⁴¹

Hal ini juga dapat terlihat dari konsideran UU ini yang menjadi dasar pemikiran disahkannya UU , yaitu ada dua hal : a) bahwa pembangunan bidang ekonomi harus diarahkan kepada terwujudnya kesejahteraan rakyat berdasarkan Pancasila dan UUD 1945; b) bahwa demokrasi dalam bidang ekonomi menghendaki adanya kesempatan yang sama bagi setiap warga negara untuk berpartisipasi di dalam proses produksi dan pemasaran barang dan atau jasa, dalam iklim usaha yang sehat,

¹⁴¹ Insan Budi Maulana, *Op. Cit.*, h. 3

efektif dan efisien sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan bekerjanya pasar yang wajar”;

Sementara penjelasan konsideran itu menjelaskan, di antaranya:

“Peluang-peluang usaha yang tercipta selama tiga dasawarsa yang lalu dalam kenyataannya belum membuat seluruh masyarakat mampu dan dapat berpartisipasi dalam pembangunan di berbagai sektor ekonomi. Perkembangan usaha swasta selama periode tersebut, di satu sisi diwarnai oleh berbagai bentuk kebijakan Pemerintah yang kurang tepat sehingga pasar menjadi terdistorsi. Di sisi lain, perkembangan usaha swasta dalam kenyataannya sebagian besar merupakan perwujudan dari kondisi persaingan usaha tidak sehat. Fenomena di atas telah berkembang dan didukung oleh adanya hubungan yang terkait antara pengambil keputusan dengan para pelaku usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga lebih memperburuk keadaan. Penyelenggaraan ekonomi nasional kurang mengacu kepada amanat Pasal 33 UUD 1945 serta cenderung menunjukkan corak yang sangat monopolistik”.

Berdasarkan penjelasan di atas, bahwa peranan dan fungsi UUAM adalah untuk menegakkan pembangunan ekonomi sesuai dengan amanat pasal 33 UUD 1945, yaitu menyelenggarakan dan menjamin adanya persaingan usaha yang sehat antara pelaku usaha dan memberi kesempatan yang sama kepada semua pelaku usaha.

4. Ruang Lingkup Undang-undang Anti Monopoli

Bila diperhatikan sistematika UU ini dilihat dari materinya meliputi 6 (enam) bagian pengaturan, yaitu : 1. Perjanjian yang dilarang (Pasal 4-16); 2. Kegiatan yang dilarang (Pasal 17-24); 3. Posisi dominan (Pasal 25-29); 4. Komisi Pengawas Persaingan Usaha-KPPU (Pasal 30-46); 5. Penegakan Hukum (Pasal 47 - 49); dan 6. Ketentuan lain-lain (Pasal 50-53).

Hal-hal yang dilarang dalam UU Anti Monopoli ini meliputi :

- a) Perjanjian-perjanjian (Ps 4-16);
- b) Kegiatan-kegiatan (Ps 17-24); dan
- c). Posisi Dominan (Ps 25-29).

Perjanjian-perjanjian yang dilarang adalah : Oligopoli, Penetapan harga, diskriminasi harga dan diskon, pembagian wilayah, pemboikotan, Kartel, Trust, Oligopsoni, Integrasi Vertikal, Perjanjian tertutup, dan Perjanjian dengan pihak luar negeri. Adapun beberapa kegiatan yang dilarang adalah : Monopoli, Monopsoni, Penguasaan Pasar, Dumping, Manipulasi Biaya, dan Persekongkolan. Sedangkan yang dianggap Posisi Dominan adalah : berkaitan dengan yang bersifat umum yaitu meliputi : -pencegahan konsumen untuk memperoleh barang atau jasa yang bersaing, pembatasan pasar dan pengembangan teknologi dan menghambat pesaing untuk bisa masuk pasar--, jabatan rangkap, pemilikan saham, dan Penggabungan, peleburan dan pengambilalihan.

B. Kegiatan Yang Dilarang Oleh UUAM

Untuk memahami UU Anti Monopoli, haruslah kita pahami apa yang menjadi teori dan konsepsi yang melandasi larangan-larangan yang ditentukan oleh UU tersebut. Kita harus mengetahui mengapa adanya persaingan (*competition*) di antara para pelaku usaha perlu dilindungi. Mengapa kegiatan usaha yang dapat mengakibatkan monopoli dan kegiatan-kegiatan usaha yang merupakan *restraint of trade* dilarang ?

Sebelum membicarakan hal-hal yang dilarang dalam UUAM ini, perlu membicarakan secara sekilas tentang istilah persaingan itu sendiri dalam istilah ekonomi.

Dalam istilah ekonomi persaingan (*Competition*) diartikan sebagai keadaan pasar dimana banyak produsen dan konsumen untuk barang/jasa yang bersifat homogen.¹⁴² Dengan demikian diharapkan terjadinya mekanisme harga sesuai dengan permintaan dan penawaran di pasar yang pada akhirnya akan memberikan “kebaikan” bagi kedua belah pihak (konsumen/produsen). Dengan kata lain, persaingan adalah “upaya memaksimalkan kesejahteraan konsumen karena meningkatnya efisiensi, baik *allocative efficiency* dan *productive efficiency*, dan mendorong *progressiveness* untuk melakukan inovasi-inovasi”.¹⁴³ Namun dalam realitasnya, persaingan yang mengandalkan kepada sistem pasar (*free Market system*) atau *free enterprise*, tidak dapat berjalan dengan semestinya apabila dihadapkan kepada upaya-upaya pelaku pasar yang mengganggu mekanisme persaingan yang berlaku. Beberapa upaya pelaku pasar tersebut adalah seperti yang termasuk dalam larangan-larangan yang ada dalam UUAM . Untuk selanjutnya kita membahas larangan-larangan, baik berupa kegiatan-kegiatan atau perjanjian-perjanjian tersebut. Hal-hal berupa kegiatan yang dilarang UUAM ini adalah sebagai berikut :

1. Monopoli

¹⁴² T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, Jilid 2, (Yogyakarta : Kanisius, 1994), h. 11

¹⁴³ Sutan Remy Sjahdeini, *Op. Cit.*, h. 13

Kata Monopoli berasal dari kata Yunani yang berarti “penjual tunggal”.¹⁴⁴ Di samping istilah monopoli, di USA sering digunakan kata Anti Trust untuk pengertian yang sepadan dengan istilah anti monopoli atau istilah dominasi yang dipakai oleh masyarakat Eropa yang artinya juga sepadan dengan arti istilah monopoli. Di samping itu terdapat lagi istilah yang artinya serupa yaitu istilah “kekuatan pasar”. Dalam praktek keempat istilah tersebut, yaitu istilah monopoli, anti trust, kekuatan pasar, dan istilah dominasi saling dipertukarkan pemakaiannya. Keempat istilah tersebut dipergunakan untuk menunjukkan suatu keadaan dimana seseorang menguasai pasar, dimana di pasar tersebut tidak lagi tersedia produk substitusi atau produk substitusi yang potensial, dan terdapatnya kemampuan pelaku pasar tersebut untuk menetapkan harga produk tersebut yang lebih tinggi, tanpa mengikuti hukum persaingan pasar atau hukum tentang permintaan dan penawaran pasar.¹⁴⁵

Secara teoritis, suatu pasar dikatakan pasar monopoli apabila terdapat 3 keadaan sebagai berikut : 1. Seorang penjual menguasai seluruh pangsa pasar. 2. Produk yang dijual merupakan produk yang unik, yaitu tidak terdapat substitusi dari produksi tersebut sehingga hanya barang itu yang menjadi satu-satunya pilihan bagi konsumen. 3. terdapat *entry barrier* yang sangat kental bagi pengusaha lain untuk dapat masuk berusaha di pasar yang bersangkutan.¹⁴⁶

¹⁴⁴ Frank Fishwick, *Strategi Persaingan*, (Jakarta : Alek Meida Komputindo, 1993), h. 21

¹⁴⁵ Munir Fuadi, *Hukum Anti Monopoli Menyongsong Era Persaingan Sehat*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 1999), h. 4.

¹⁴⁶ Sutan Remy Sjahdeini, *Op. Cit.*, h. 14.

Dalam UUAM, ada istilah yang disebut Monopoli, praktek monopoli, dan persaingan usaha tidak sehat. *Monopoli* diartikan sebagai “ penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha”.(Pasal 1 butir 1). Sedangkan *Praktek Monopoli* adalah “ pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum” (Pasal 1 ayat 2).

Selanjutnya apa yang dimaksud dengan “Pemusatan ekonomi adalah penguasaan yang nyata atas suatu pasar bersangkutan oleh satu atau lebih pelaku usaha sehingga dapat menentukan harga barang dan atau jasa” dan “*Persaingan usaha tidak sehat* adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha “ (Pasal 1 ayat 3 dan 6).

Sedangkan pengertian “monopoli” yang dikategorikan sebagai “kegiatan yang dilarang” diatur dalam Pasal 17, yang menyatakan : 1). Pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. 2) Pelaku usaha patut diduga atau dianggap melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa sebagaimana dimaksud ayat (1) pasal ini apabila : a. barang dan atau jasa yang bersangkutan belum ada substitusinya;

atau b. mengakibatkan pelaku usaha lain tidak dapat masuk ke dalam persaingan usaha barang dan atau jasa yang sama; atau c. suatu pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50 % (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Kemudian yang dimaksud Pelaku Usaha sebagaimana diuraikan dalam Pasal 1 ayat (5) menyatakan : “Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi”.

Di samping hal tersebut, pelaku usaha dapat terbebas dari kegiatan yang patut diduga atau dianggap melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang menimbulkan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat, apabila : Terdapat barang dan jasa substitusi sehingga terjadi persaingan wajar; pelaku lain masih bisa masuk ke dalam persaingan usaha; dan penguasaan pasar kurang dari 50 % pangsa pasar.¹⁴⁷

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa dalam UU ini dinyatakan bahwa selama suatu pemusatan kekuatan ekonomi tidak menyebabkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat (sebagaimana didefinisikan) maka hal itu tidak dapat dikatakan telah terjadi suatu praktek monopoli yang melanggar atau bertentangan dengan UU ini, meskipun monopoli itu sendiri secara nyata-nyata telah terjadi (dalam bentuk

¹⁴⁷ Insan Budi Maulana, *Op. Cit.*, h. 28-29

penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa tertentu). Jadi jelasnya bahwa monopoli itu tidak dilarang, yang dilarang adalah praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Dari pengertian yang diberikan di atas jelas dapat kita lihat bahwa salah satu prasyarat pokok dapat dikatakan telah terjadi suatu pemusatan ekonomi adalah

“terjadinya penguasaan nyata dari suatu pasar sehingga harga dari barang atau jasa yang diperdagangkan tidak mengikuti hukum ekonomi mengenai permintaan dan penawaran, melainkan semata-mata ditentukan oleh satu atau lebih pelaku ekonomi yang menguasai pasar tersebut”.¹⁴⁸

2. Monopsoni

Jika dalam hal monopoli, seorang atau satu kelompok usaha menguasai pangsa pasar yang besar untuk MENJUAL suatu produk, maka istilah Monopsoni dimaksudkan sebagai seorang atau sekelompok usaha yang menguasai pangsa pasar yang besar untuk MEMBELI suatu produk.¹⁴⁹ Jadi monopsoni adalah keadaan yang terjadi di suatu pasar dimana hanya ada satu pembeli (yang memiliki posisi dominan) bagi suatu produk tertentu. Dengan posisi dominan yang dimilikinya pembeli ini dapat memaksa para penjual untuk menyetujui harga dan persyaratan-persyaratan yang ditetapkan oleh pembeli tunggal tersebut, hal ini sebagai lawan dari monopoli.¹⁵⁰ Dalam pengertian lain, praktek monopsoni yaitu “suatu keadaan pasar yang bersifat *bayer's market* dengan hanya ada satu pembeli saja yang memiliki *bargaining power position* yang sangat menentukan harga pembelian”.¹⁵¹

Monopsoni ini diatur dalam pasal 18 ayat (1) sebagai berikut : “Pelaku usaha dilarang menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal atas barang

¹⁴⁸ Ahmad Yani & Gunawan Widjaya, *Seri Hukum Bisnis Anti Monopoli*, (Jakarta : RajaGrafindo persada, 1999), h. 18.

¹⁴⁹ Munir Fuadi, *Op. Cit.*, h. 76

¹⁵⁰ Asril Sitompul, *Op. Cit.*, h. 28.

¹⁵¹ Sutan Remy S, *Op. Cit.*, h. 21

dan atau jasa dalam pasar bersangkutan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.

Penguasaan pasar secara monopsoni ini dapat terjadi antara lain dengan cara (bukan satu-satunya cara) apa yang disebut sebagai *Presumsi monopsoni*. Yaitu seorang pelaku usaha oleh hukum dianggap atau patut diduga (kecuali dapat dibuktikan sebaliknya) telah melakukan kegiatan monopsoni, yakni telah menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal, jika : satu pelaku usaha, atau satu kelompok pelaku usaha, telah menguasai lebih dari 50 % pangsa pasar satu jenis produk tertentu (Pasal 18 ayat 2).

Secara teoritis, monopsoni dapat tumbuh secara alamiah karena kondisi geografis suatu wilayah produksi yang terpencil dan terasing, atau juga bisa terpencar, tetapi untuk kasus Indonesia, monopsoni terjadi karena pengaruh pemerintah yang dinyatakan dalam peraturan.¹⁵² Dengan kata lain, tidak semua monopsoni dilarang oleh UU ini. Praktek monopsoni yang dilarang adalah yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Sebagai contoh dapat dilihat pada keadaan yang terjadi bila di suatu wilayah hanya terdapat satu pabrik pengolahan kelapa sawit kepunyaan PTP (Perusahaan Terbatas Perkebunan) dan

¹⁵² Insan Budi Maulana, *Op. Cit.*, h. 30

disekitarnya penduduk menanam sawit dengan sistem PIR (Perkebunan Inti Rakyat), sehingga pabrik tersebut menjadi penerima pasokan atau pembeli tunggal hasil perkebunan rakyat. Hal ini tidak dilarang, karena tidak ada persaingan yang terjadi.¹⁵³ Contoh praktek monopsoni adalah dimana BPPC pernah bertindak sebagai pembeli tunggal atas seluruh produk cengkeh yang dihasilkan seluruh petani di tanah air, dan ia juga bertindak sebagai penjual tunggal produk itu kepada para pengusaha rokok yang bertindak sebagai pembeli.¹⁵⁴ Menurut Remy, seyogyanya pasal 18 ayat 1 ini tidak menggunakan istilah “praktek Monopoli” tetapi” Praktek Monopsoni”.¹⁵⁵

3. Penguasaan Pasar

Termasuk kegiatan yang dilarang dalam UU ini adalah penguasaan pasar sebagaimana diatur dalam Pasal 19, 20 dan 21. Dimana pelaku usaha melakukan berbagai upaya atau cara sehingga menimbulkan praktek monopoli dan tidak adanya persaingan usaha.

Berbagai cara kegiatan penguasaan pasar yang dilarang itu adalah : (a) menolak pesaing untuk melakukan usaha yang sama pada pasar yang bersangkutan (Pasal 19 a), (b) Menghalangi konsumen atau pelanggan untuk berhubungan dengan pelaku usaha sebagai pesaingnya (Pasal 19 b); (c) Pembatasan peredaran dan penjualan produk (Pasal 19 c); dan (d) Diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu (pasal 19 d); Di samping (e) Melakukan Jual Rugi/ Banting Harga/Predatory

¹⁵³ Asril Sitompul, *Op. Cit.*, h. 29.

¹⁵⁴ Insan Budi Maulana, *Op. Cit.*, h. 30.

¹⁵⁵ Sutan..., *Op. Cit.*, h. 21.

Pricing/dumping (Pasal 20); dan (f) Penetapan Biaya secara Curang/Manipulasi Biaya (Pasal 21)

Untuk lebih jelasnya berikut ini penjelasan singkat dari masing-masing kategori tersebut di atas, yaitu sebagai berikut :

(a). Menolak pesaing

Dalam hal ini yang dilarang adalah jika seorang pelaku usaha secara sendiri maupun bersama-sama dengan pelaku usaha lain menolak atau menghalang-halangi pelaku usaha tertentu (pesaing) dalam hal melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar yang bersangkutan. Hal yang demikian dianggap dapat mengakibatkan praktek monopoli dan atau persaingan curang. Menolak atau menghalang-halangi pelaku usaha tertentu yang dilarang adalah jika dilakukan secara tidak wajar misalnya dilakukan bukan dengan alasan ekonomi, seperti karena alasan perbedaan suku, ras, status sosial, dan lain-lain.¹⁵⁶

(b). Menghalangi konsumen

Termasuk dilarang UUAM adalah kegiatan pelaku usaha baik sendiri atau beberapa pelaku usaha yang bersifat menghalang-halangi pihak konsumen dan pelanggan untuk melakukan hubungan usaha dengan pelaku usaha pesaing tersebut. Hal ini juga jelas merupakan tindakan penguasaan pasar yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli pasar dan atau persaingan tidak sehat.

(c). Pembatasan peredaran produk

¹⁵⁶ Lihat memori penjelasan terhadap pasal 19 UU Anti Monopoli ini.

Dalam hal ini, UUAM melarang kegiatan oleh pelaku usaha baik sendiri maupun kelompok untuk membatasi peredaran dan atau penjualan barang dan atau jasa pada pasar yang bersangkutan.

(d). Diskriminasi

Tindakan diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu (pesaing) jelas tidak etis dan berbahaya bagi persaingan dan pasar yang baik sehingga karenanya dilarang oleh UUAM.

(e). Melakukan jual rugi/banting harga (*Dumping/Predatory Pricing*)

Kebijakan banting harga atau jual murah/jual rugi atau undercutting dengan tujuan untuk melenyapkan perusahaan pesaing, merupakan tindakan yang dalrang UUAM. Kegiatan ini biasanya dilakukan oleh pengusaha yang memiliki modal besar dengan tujuan untuk menguasai pasar dan memperoleh laba terutama dalam jangka panjang. Walaupun pada tahap awal, dia mengalami kerugian tetapi pada khirnya dia ingin meraih keuntungan dan menguasai pasar. Kegiatan ini dilarnng karena mengarah kepada praktek monopoli dan persaingan tidak sehat.

(f). Penetapan biaya secara curang atau memanipulasi biaya

Demikian pula pelaku usaha dilarang melakukan kecurangan dalam menetapkan biaya produksi dan biaya lainnya yang merupakan komponenharga produk, sehingga hal terse but dapat mengakibatkan terjadinya persiangan curang.

Memori penjelasan atas pasal 21 UUAM ini memberikan indikasi bahwa biaya yang dimanipulasi tersebut adalah ahrga yang lebih rendah dari harga seharusnya.¹⁵⁷

4. Persekongkolan (*Conspiracy*)

Yang dimaksudkan dengan persekongkolan adalah “konspirasi usaha”. Yakni suatu bentuk kerjasama dagang di antara pelaku usaha dengan maksud untuk menguasai pasar yang bersangkutan bagi kepentingan pelaku usaha yang bersekongkol tersebut, (Pasal 1 ayat 8 UU Anti Monopoli)

Ada 3 (tiga) macam persekongkolan yang dilarang oleh UU ini yang dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat, yaitu :

1). Menentukan pemenang tender (pasal 22)

Yang dimaksud larangan ini adalah apabila pelaku usaha bersekongkol dengan pihak lain, baik pihak penyelenggara tender yang dilakukan pemerintah atau swasta atau pelaku usaha yang turut terlibat dalam tender itu yang bertindak seolah-oleh sebagai pesaing, padahal ia hanya sebagai pelengkap atau pelaku usaha semu yang telah bersepakat untuk menentukan pelaku usaha yang mana akan memenangkan tender tersebut. tindakan persekongkolan di atas, menurut pasal 22 merupakan perbuatan curang dan tidak fair yang mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

¹⁵⁷ Untuk lebih jelasnya penjelasan mengenai penguasaan pasar tersebut, lihat Munir Fuadi, *Op. Cit.*, 80-81; Insan BM, *Op. Cit.*, h. 32; dan Asri Sitompul, *Op. Cit.*, h. 30.

Menurut memori penjelasan pasal ini, yang dimaksud dengan tender adalah tawaran mengajukan harga untuk memborong suatu pekerjaan, untuk mengadakan barang-barang, atau untuk menyediakan suatu jasa.

2). Membocorkan informasi rahasia perusahaan (Pasal 23)

Sebagaimana diketahui bahwa yang namanya “rahasia perusahaan” adalah properti dari perusahaan yang bersangkutan. Karenanya tidak boleh dicuri, dibuka atau dipergunakan oleh orang lain tanpa seizin pihak perusahaan yang bersangkutan. Ini merupakan prinsip umum dalam hukum bisnis yang sudah berlaku secara universal.¹⁵⁸

Karena itu, melalui pasal 23 UU ini melarang praktek-praktek bussiness intelligence untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan pesaing yang dilakukan melalui orang dalam (insider). Hal tersebut dianggap dapat mengakibatkan terjadinya suatu persaingan usaha tidak sehat.

3). Menghambat produksi dan atau pemasaran (Pasal 24)

Termasuk perbuatan yang dilarang adalah apabila pelaku usaha bersekongkol dengan pihak lain untuk menghambat produksi dan atau pemasaran suatu produk dari pelaku usaha pesaingnya dengan harapan agar produk yang dipasok atau ditawarkan tersebut menjadi kurang baik dari segi kualitas, jumlah maupun dari segi waktu yang dipersyaratkan.

¹⁵⁸ Munir Fuadi, *Op. Cit.*, h. 84.

Misalkan, Pengusaha A sebagai pengusaha Roti melakukan persekongkolan dengan Pengusaha B yang memproduksi tepung agar pengusaha B itu menghambat produksi dan pemasaran produk itu yang akan dijual kepada pengusaha C yang memproduksi Roti sehingga Roti yang dipasarkan menjadi berkurang atau menurun kualitasnya karena tepung yang dikirim kepada pengusaha C telah berkurang kualitasnya.¹⁵⁹

C. Perjanjian Yang Dilarang oleh UUAM

1. Oligopoli

Postulat dasar dalam teori oligopoli adalah bahwa pada pasar yang terdiri hanya dari beberapa penjual saja, semua penjual merasa sangat saling tergantung satu sama lain. Oleh karena itu, setiap penjual harus memperhitungkan reaksi dari pesaingnya apabila ingin menentukan apa produk-produk yang akan dihasilkannya dan apabila akan menentukan harga-harganya. Dengan demikian, maka para oligopolis tidak akan menurunkan harga dengan maksud meningkatkan pangsa pasarnya, sebab mereka mengetahui bahwa setiap hasil yang diperoleh akan segera terlepas dari tangannya apabila para penjual lain yang menjadi pesaingnya akan melakukan tindakan balasan dengan juga menurunkan harga. Oleh karena itu, para penjual dalam keadaan oligopoli harus memusatkan perhatiannya untuk melakukan koordinasi dan melakukan antisipasi. Sebaliknya dalam competition, para pelaku usaha yang saling bersaing dapat memperoleh keuntungan dengan tingkat yang wajar

¹⁵⁹ Insan BM, *Op. Cit.*, h. 33-35; Asril Sitompul, *Op. Cit.*, h. 31

karena terdapat banyak penjual, dan masing-masing penjual berusaha untuk meningkatkan pangsa pasarnya.¹⁶⁰

Pada keadaan oligopoli, setiap penjual yang saling bersaing itu dipaksa untuk selalu menerka apa yang akan dilakukan oleh pesaingnya, oleh karena itu strategi pemasaran pada pasar yang oligopolistik sering disebut “a guessing game”. Untuk menidakan pekerjaan yang selalu menerka itu, maka para penjual akan selalu berusaha melakukan kesepakatan untuk membentuk suatu cartel (kartel). Pada cartel para penjual itu secara bersama-sama bertindak sebagai suatu monopolis (perusahaan yang monopolistik). Usaha untuk membentuk cartel inilah yang dilarang oleh UU antimonopoli. Yang dilarang bukanlah terjadinya oligopoli tetapi pembentukan cartel oleh perusahaan-perusahaan di pasar yang oligopolistik itu.¹⁶¹

Menurut UU anti monopoli Pasal 4, oligopoli dinyatakan sebagai berikut :

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat”.

Yang dimaksud penguasaan produk yang mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat diatur dalam ayat 2, yang menyatakan

¹⁶⁰ Sutan Remy Sjahdeini, *Op. Cit.*, h. 15

¹⁶¹ *Ibid*, h. 16.

“pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa sebagaimana dimaksud ayat (1) pasal ini, apabila dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu”

Sebagai perumpamaan, yaitu apabila PT A dan PT B (serta PT C) bersama-sama mengadakan perjanjian untuk menguasai produk tertentu sehingga kedua atau ketiga PT itu mampu menguasai pangsa pasar sebesar 75 %.

Pasal di atas tidak mencantumkan apakah penguasaan pasar sebesar 75% itu harus ditentukan jangka waktunya, misalnya, tidak boleh dalam waktu satu minggu, atau satu bulan, atau mungkin dalam satu tahun. Bagitu juga apakah penguasaan itu harus berskala nasional, ataukan berskala regional, ataukah cukup berskala provinsi saja, atau berskal kabupaten saja sudah dikenakan larangan pasal di atas atau tidak ?

Juga tidak dijelaskan oleh UU, apakah termasuk dilarang pula apabila penguasaan 75 % atau lebih oleh dua atau tiga badan usaha terhadap produk tertentu, ternyata menguntungkan kepentingan konsumen atau masyarakat luas karena dengan cara itu konsumen atau publik dapat memperoleh barang atau jasa yang murah dan efisien, walaupun sesungguhnya pengusaha lain masih tetap memperoleh kesempatan untuk turut terlibat dalam produk tersebut.¹⁶²

2. Penetapan Harga (*Price Fixing/Price Determination*)

¹⁶² Insan Budi Maulana, *Op. Cit.*, h. 19.

Penetapan harga atau lebih sering disebut kartel harga merupakan satu hal yang dilarang dalam UU ini. Berdasarkan pasal 5 dinyatakan bahwa : “Para pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama”

Misalnya, PT X mengadakan perjanjian dengan PT Y, dan mewajibkan PT Y untuk menetapkan harga jual produk ABC sebagaimana yang diinginkan oleh PT X. Akibatnya yang timbul dari perjanjian itu adalah tidak ada kesempatan bagi PT Y untuk menentukan harga sesuai dengan keinginannya dan tidak terjadi persaingan yang jujur. Ketentuan sebagaimana dimaksud pasal 5 ayat 1 di atas tidaklah berlaku bagi perjanjian yang dibuat dalam suatu usaha patungan atau untuk memenuhi ketentuan undang-undang (ayat 2). Misalnya Harga jual BBM yang ditentukan pemerintah melalui Pertamina dengan pengusaha SPBU.

Kenapa kartel harga ini dilarang ? Menurut Elly Erawaty,¹⁶³ alasannya antara

lain karena , *pertama*, kartel harga bertentangan dengan prinsip perdagangan bebas yang bertumpu pada sistem mekanisme atau ekonomi pasar. Dalam sistem ekonomi pasar, berlaku dalil bahwa harga suatu produk bergantung pada mekanisme penawaran dan permintaan, atau sepenuhnya diserahkan pada pasar itu sendiri, bukan pada produsen atau penjualnya. Sehingga kartel harga oleh produsen sejenis dianggap melawan prinsip ekonomi pasar itu sendiri. *Kedua*, kartel harga sering kali merugikan

¹⁶³ A.F.Elly Erawaty , *Op. Cit.*, h. 36

konsumen, karena mereka harus membayar harga produk lebih tinggi dari harga normal bila tidak ada kartel. Hal ini karena tidak mungkin para produsen sejenis menetapkan harga di bawah harga normal, sebab bila demikian tidak akan diperoleh keuntungan maksimum dan tidak akan ada gunanya kartel itu.

Oleh karenanya “tujuan utama atau target yang ingin dicapai produsen dengan cara kartel harga ini tidak lain adalah untuk menguasai atau mendominasi pasar secara bersama sambil memaksimalkan keuntungan”.¹⁶⁴

3. Pembedaan/ Diskriminasi Harga dan Diskon (*Price Discrimination*)

Price discrimination yaitu suatu perjanjian yang diadakan di antara para pelaku bisnis yang menjual barang atau jasa tertentu yang bertujuan untuk menghalangi pelaku bisnis lain untuk mendapatkan harga yang kompetitif bagi suatu barang atau jasa yang dijual mereka.¹⁶⁵

Pembedaan harga ini dipakai oleh para ekonomis untuk menggambarkan praktik penjualan suatu barang yang sama kepada pelanggan yang berbeda dengan harga yang berbeda pula meskipun biaya untuk menjual barang itu sama.¹⁶⁶

Dalam pasal 6 UUAM disebutkan bahwa : “pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama”. Pasal ini tidak memberi penjelasan apa yang dimaksud dengan

¹⁶⁴ *Ibid*, h. 35

¹⁶⁵ Asril Sitompul, *Op. Cit.*, h. 48.

¹⁶⁶ Sutan Remy S, *Op. Cit.*, 19.

pembedaan harga ? apakah sebuah perusahaan tidak boleh menentukan harga yang berbeda karena tempat atau wilayah pasar yang berbeda ?

Sedangkan pada pasal 7 mengenai larangan bagi sesama pelaku usaha untuk bersepakat menentukan harga jual produknya di bawah harga pasar. Ketentuan pasal 7 ini oleh para ahli hukum dianggap suatu 'keanehan' dan keganjilan dalam UUAM. Masalahnya adalah bagaimana apabila kegiatan tersebut justru menguntungkan bagi konsumen ? .¹⁶⁷

4. Pembatasan Vertikal Harga(*Price Vertical Restriction/Resale Price Maintenance (RPM)*) .

Menurut Remy, "RPM merupakan *vertical price fixing* dan tergolong salah satu restraint. RPM terjadi apabila suatu perusahaan manufaktur menentukan bahwa para pengecer (*retailers*) yang membeli barang-barang dari perusahaan manufaktur tersebut tidak boleh menjual lagi barang-barang itu kepada konsumen pelanggannya dengan harga yang lebih rendah dari pada harga yang ditentukan oleh perusahaan manufaktur itu sebagai batas minimal dari harga jual pengecer tersebut"¹⁶⁸

RPM juga dinilai bertujuan "untuk meniadakan kompetisi dengan cara menentukan harga yang merugikan kepentingan umum. RPM bukan saja merugikan konsumen karena konsumen tidak memiliki kesempatan untuk memperoleh harga yang jauh lebih rendah dari pada yang ditetapkan oleh pabrik, misalnya dalam hal

¹⁶⁷ lihat, Elly Erawaty, *Op. Cit.*, h. 36.

¹⁶⁸ Sutan Remy S, *Op. Cit.*, h. 19.

toko yang menjual barang itu bermaksud untuk melakukan obral, tetapi juga dapat merugikan pengecer (*retailers*) yang menjual barang tersebut. Pengecer tidak mungkin menjual obral barang tersebut di bawah harga yang ditentukan pabrik, sehingga harus memikul beban kerugian sebagai akibat tidak lakunya barang-barang yang tersisa. Hal ini akan sangat dapat dirasakan apabila barang-barang itu merupakan barang-barang musiman (seperti pakaian) tergantung kepada fashion. Karena dampak yang ditimbulkannya itulah maka RPM ini dilarang oleh UU pasal 8¹⁶⁹.

Apa yang sesungguhnya dimaksud dengan kontrak RPM ? Menurut Elly, “kontrak ini terjadi antara produsen atau prinsipal dengan dealer yaitu agen atau distributor dalam hal mana produsen telah menetapkan (tingkat) harga jual produknya dari tingkat dealer ke retailer. Tingkat harga yang sudah ditetapkan secara sepihak oleh produsen itu dapat berupa tingkat harga maksimum atau minimum. Akibatnya, dealer harus mematuhi dengan tidak menjual produk yang diperjanjikan pada tingkat harga yang berbeda dari yang telah ditetapkan produsen. Misalnya produsen A dengan dealer B sepakat bahwa B harus menjual produk A kepada retailer pada harga tidak lebih dari Rp 1000/unitnya. Dengan kata lain harga Rp. 1000 itu adalah harga maksimum yang boleh ditawarkan B kepada retailer. Bila ia menjual dengan harga Rp 950/unitnya hal itu boleh tetapi tidak boleh menjual Rp 1100. Contoh lain, produsen x dan dealer y sepakat bahwa y harus menjual produk x kepada retailer dengan harga tidak boleh lebih dari Rp. 5000. Artinya, jika y hendak menjual harga

¹⁶⁹ *Ibid*, h. 20

5500 hal ini dibolehkan, tetapi bila ia menjualnya dengan harga 4500 maka ia diancam melanggar kontrak RPM dengan produsen x”¹⁷⁰.

Alasan mengapa kontrak RPM dinilai sebagai *illegal per se* tidak lain adalah karena dengan praktek seperti ini produsen telah mendikte harga produk yang seharusnya diserahkan sepenuhnya pada mekanisme pasar yaitu perbandingan antara permintaan dan penawaran. Kecuali itu, klausul RPM menjadi tidak sah bila hal itu dimuat dalam perjanjian *distributorship* oleh karena dalam perjanjian itu kedudukan pihak distributor adalah independen tidak bergantung atau tidak menjadi kuasa dari produsennya. Dengan demikian seorang distributor seharusnya memiliki kebebasan penuh dalam menentukan berapa harga produk yang hendak dipasarkannya dan bukan didikte produsen.¹⁷¹

Adapun isi pasal 8 ini adalah sbb : “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha yang lain yang memuat persyaratan bahwa penerima barang dan atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan atau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah dari pada harga yang telah diperjanjikan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat”

5. Pembagian Pasar/Wilayah (*Division of market /Territorial Restrictions*)

Kontrak pembagian pasar dapat terjadi apabila misalnya ada 2(dua) produsen (horisontal) yang memproduksi produk sejenis atau identik, sehingga mereka

¹⁷⁰ Elly Erawaty, *Op. Cit.*, 39-40

¹⁷¹ *Ibid.*, h.40

sesungguhnya saling bersaing, sepakat untuk bersetuju membagi wilayah pasar secara eksklusif sehingga untuk wilayah pasar X dikuasi oleh produsen A dan wilayah pasar Y untuk produsen B. Dengan demikian, produsen A hanya boleh memasarkan produknya di wilayah pasar X saja, demikian pula sebaliknya. Melalui kontrak semacam ini jelas terlihat bahwa masing-masing produsen akan menjadi penjual atau produsen tunggal di masing-masing wilayah pasar itu sehingga tidak akan ada lagi persaingan atau perebutan wilayah pasar yang sama untuk produk dari dua produsen yang berbeda. Tujuannya adalah untuk mendominasi wilayah pasar. Hal seperti inilah yang oleh UU ini dilarang dengan cara menetapkan pembagian pasar sebagai *illegal perse*.¹⁷²

Dalam praktek ada tiga jenis pembagian pasar tapi ada yang mengatakan 5, yaitu pembagian pasar teritorial, pasar konsumen, pasar produksi, dan pasar fungsional.¹⁷³

Yang dimaksud pembagian wilayah pasar adalah : Membagi wilayah untuk memperoleh atau memasok barang dan atau jasa ; dan menetapkan dari siapa saja dapat memperoleh atau memasok barang dan atau jasa. Tujuan dilarangnya perjanjian ini, karena dapat meniadakan atau membatasi pasar, sehingga pihak konsumen maupun pihak pesaing usaha akan sangat dirugikan karenanya.

Isi pasal 9 UU ini sbb : “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya yang bertujuan untuk membagi wilayah pemasaran atau

¹⁷² Elly Erawaty, *Ibid*, h. 34.

¹⁷³ Munir Fuadi, *Op. Cit.*, h. 61.

alokasi pasar terhadap barang dan atau jasa sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.

6. Pemboikotan (*Boycott*)

Boycott adalah penolakan yang dilakukan bersama-sama secara terorganisasi untuk melakukan hubungan dagang dengan pelaku usaha yang lain atau hanya bersedia melakukan hubungan dagang berdasarkan syarat-syarat dan ketentuan-ketentuan yang tidak menguntungkan bagi pihak lainnya dengan maksud agar langsung atau tidak langsung menindak atau menyingkirkan pelaku usaha saingannya.¹⁷⁴

Berdasarkan Pasal 10 ayat (1) dan (2) UU ini, ada dua macam perjanjian yang dikategorikan sebagai pemboikotan yaitu : (a). Perjanjian yang dapat menghalangi pelaku usaha lain (pihak ketiga) untuk melakukan usaha yang sama; dan (b). perjanjian untuk menolak menjual setiap barang dan atau jasa dari pelaku usaha lain (pihak ketiga), jika : (i) merugikan atau dapat diduga akan merugikan pelaku usaha lain tersebut; atau (ii) membatasi pelaku usaha lain dalam menjual atau membeli setiap barang dan atau jasa dari pasar yang bersangkutan.

7. Kartel (*Cartel*)

¹⁷⁴ Sutan Remy S, *Op. Cit.*, h. 22

Yang dimaksud dengan “kartel”, dalam bahasa Inggris disebut “cartel”, adalah suatu kerja sama dari produsen-produsen produk tertentu yang bertujuan untuk mengawasi produksi, penjualan dan harga, dan untuk melakukan monopoli terhadap komoditas atau industri tertentu.¹⁷⁵

Ada juga yang mengartikan, kartel adalah sebagai suatu asosiasi berdasarkan suatu kontrak di antara perusahaan-perusahaan yang mempunyai kepentingan yang sama, yang dirancang untuk mencegah adanya suatu kompetisi yang tajam, dan untuk mengalokasikan pasar, serta untuk mempromosikan pertukaran pengetahuan hasil dari riset tertentu, mempertukarkan hak paten dan standarisasi produk tertentu.¹⁷⁶

Biasanya melalui kartel ini, anggota kartel tersebut dapat menetapkan harga atau syarat-syarat perdagangan lainnya untuk mengekang suatu persaingan sehingga hal ini dapat menguntungkan para anggota kartel yang bersangkutan. Aspek destruktif lainnya dari kartel adalah bahwa kartel dapat mengontrol atau mengekang masuknya pesaing baru dalam bisnis yang bersangkutan.

Perjanjian untuk membentok kartel tidak dibenarkan oleh UU anti monopoli pasal 11. Pasal ini menyatakan : “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha pesaingnya, yang bermaksud untuk mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan atau pemasaran suatu barang dan atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.

¹⁷⁵ Munir Fuadi, *Op. Cit.*, h. 63.

¹⁷⁶ *Ibid*, h. 64

Umpamanya : PT A, PT B, dan PT C melakukan perjanjian untuk menentukan harga penjualan tepung terigu dengan cara menentukan jumlah produksi dan atau pemasaran.

8. Trust

Trust dalam bahasa Inggris banyak artinya. Tetapi dalam hal ini trust diartikan sebagai suatu kombinasi dari beberapa perusahaan atau industrialis untuk menciptakan suatu monopoli dengan jalan menetapkan patokan harga, memiliki controlling stock dan sebagainya. Jadi dalam hal ini trust dipersamakan dengan kartel.¹⁷⁷

Trust hampir sama dengan kartel, namun perjanjian untuk membentuk trust dilakukan di antara pelaku usaha dengan pelaku usaha lain yang bukan pesaing, dan perjanjian tersebut dimaksudkan untuk membentuk gabungan usaha yang lebih besar sehingga dapat mengontrol produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa.¹⁷⁸

Sedangkan menurut Pasal 12 UU Anti monopoli, yang dimaksud trust adalah sbb : “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk melakukan kerjasama dengan membentuk gabungan perusahaan atau perseroan yang lebih besar, dengan tetap menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup masing-masing perusahaan atau perseroan anggotanya, yang bertujuan untuk mengontrol

¹⁷⁷ *Ibid*, h. 65, yang mengutip dari Webster, Noah, 1979 : 1964.

¹⁷⁸ Asril Sitompul, *Op. Cit.*, h. 56

produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.

Baik pasal 11 tentang kartel maupun pasal 12 tentang trust tidak ada penjelasan apa-apa. Tapi menurut hemat penulis, trust yang dimaksudkan adalah penggabungan beberapa perusahaan perseroan di bawah suatu *holding company*. Sebagai contoh dari isi pasal di atas adalah sebagai berikut : PT A melakukan kerja sama dengan PT B, PT C, PT D untuk membentuk gabungan perusahaan dengan nama PT X. Namun, masing-masing PT semula tetap melakukan kegiatan usahanya. Tujuan pembentukan PT X itu agar dapat mengontrol produk dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa mereka.

9. Oligopsoni

Yang dimaksud dengan oligopsoni sebagaimana diatur dalam Pasal 13 adalah sebagai berikut : 1. 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 dan atau jasa dalam pasar bersangkutan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. 2. Pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara bersama-sama menguasai pembelian dan penerimaan pasokan sebagaimana dimaksud Ayat (1) pasal ini apabila dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75 % (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

10. Integrasi Vertikal (*Vertical Integration*).

Yang dimaksud dengan integrasi vertikal adalah suatu 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. Atau menguasai produksi sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi. (lihat memori penjelasan)

Praktek integrasi vertikal atau penguasaan pasar dari hulu ke hilir ini, meskipun mungkin bisa menghasilkan produk dengan harga murah, tetapi hal tersebut dapat menimbulkan persaingan curang yang merusak sendi-sendi perekonomian masyarakat.

Integrasi vertikal ini terjadi bila pelaku usaha membuat perjanjian dengan pelaku usaha lainnya dengan tujuan untuk menguasai produksi sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi dan atau jasa tertentu baik langsung atau tidak langsung yang mana setiap rangkaian produksi merupakan hasil pengolahan atau proses lanjut sebelumnya. Misalnya, pengusaha perkebunan karet membuat perjanjian dengan pengusaha pabrik pengelolaan karet dan dengan pengusaha pabrik ban, sehingga dapat menekan harga jual ban di bawah harga pesaingnya dan dengan demikian dapat menguasai pangsa pasar ban di satu pasar geografis tertentu.¹⁷⁹

Integrasi vertikal terjadi apabila dua tahap produksi dalam rantai vertikal yang biasanya dapat dilaksanakn oleh dua perusahaan yang berbeda, dilakukan oleh

¹⁷⁹ Asril Sitompul, *Op. Cit.*, h. 57

satu perusahaan. Integrasi vertikal ini dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan untuk efisiensi dan memperoleh kepastian akan pasokan (*supply*) barang-barang untuk keperluan usahanya.¹⁸⁰

Integrasi vertikal ini dilarang karena dapat berpotensi bersifat anti persaingan (*anticompetitive*). Hal ini karena : *pertama*, suatu perusahaan dapat melakukan suatu investasi secara vertikal untuk meningkatkan, melindungi, atau untuk memperoleh *market power*. *Kedua*, integrasi vertikal dapat memungkinkan perusahaan yang bersangkutan memperoleh *market power* melalui *price discrimination*. *Ketiga*, integrasi vertikal memungkinkan suatu perusahaan untuk menyingkirkan pesaingnya untuk dapat memperoleh pasokan dari sumber pasokan yang penting dan terbatas atau untuk menjual produknya dalam pasar yang sangat terbatas dengan atau tanpa mempengaruhi harga.¹⁸¹

Dengan pertimbangan tersebut, maka integrasi vertikal termasuk perjanjian yang dilarang, sebagaimana terdapat pada pasal 14 UUAM.

11. Perjanjian Tertutup (*Tying Agreement/Tie-In Arrangement/Exclusive dealing*)

Pasal 15 ini terdiri dari tiga ayat, dimana isinya pada ayat pertama berkaitan dengan perjanjian tertutup yang menyangkut *restrain of trade*, yaitu pelaku usaha bersepakat dengan pelaku usaha lain yang mensyaratkan pihak kedua tersebut hanya akan memasok atau tidak memasok kembali produk yang bersangkutan..., ayat kedua berkaitan dengan *Tie-ins* atau *tying agreement* (TA), yaitu suatu perjanjian antara

¹⁸⁰ Sutan Remy S, *Op. Cit.*, h. 21

¹⁸¹ *Ibid*, h. 21

penjual dan pembeli yang mempersyaratkan bahwa pembeli hanya dapat membeli barang yang diinginkan apabila pembeli membeli pula barang lain dari penjual yang bersangkutan. TA termasuk satu hal yang dilarang dalam UU ini. Keberatan atas praktek ini adalah karena dengan melakukan TA itu, maka memungkinkan bagi suatu perusahaan yang telah memiliki kedudukan monopoli di suatu pasar tertentu akan memperoleh pula kedudukan monopoli di pasar yang kedua. TA ini diatur dalam pasal 15 ayat 2.

Di samping itu ada pula perjanjian tertutup lainnya, yaitu *exclusive dealing*(ED). ED terjadi apabila suatu perusahaan manufaktur dalam perjanjiannya dengan dealer-nya mensyaratkan bahwa dealer yang bersangkutan tidak akan membeli barang yang sejenis dari perusahaan manufaktur itu. Dealer tersebut terikat hanya kepada perusahaan manufaktur itu saja untuk dapat memperoleh barang-barang yang diperlukannya.¹⁸²

D. Posisi Dominan

1. Pengertian umum, Jabatan Rangkap dan Pemilikan Saham

Yang dimaksud dengan Posisi Dominan dalam undang-undang adalah “keadaan dimana pelaku usaha tidak mempunyai pesaing yang berarti di pasar bersangkutan dalam kaitan dengan pangsa pasar yang dikuasai, atau pelaku usaha mempunyai posisi tertinggi di antara pesaingnya di pasar bersangkutan dalam kaitan dengan kemampuan keuangan, kemampuan akses pada pasokan atau penjualan, serta

¹⁸² Elly Erawaty, Op. Cit., h. 40; Sutan Remy S, Ibid, h. 20

kemampuan untuk menyesuaikan pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu” (Pasal 1 angka 4).

Dari definisi tersebut ada 3 faktor yang menyebabkan terjadinya posisi dominan, yaitu : (1). mempunyai pangsa pasar yang cukup besar atau posisi tertinggi; (2). memiliki kemampuan keuangan yang kuat; dan (3). Mempunyai kemampuan akses pada pasokan atau penjualan. Dengan ketiga hal di atas, pelaku usaha dimungkinkan dapat menguasai pasar yang pada akhirnya mempunyai posisi dominan atau memiliki *market power*. Karena adanya penguasaan pasar ini, maka akan terbuka kesempatan untuk melakukan praktek monopoli, yaitu apabila pelaku usaha menggunakan kekuatan pasar atau posisi dominannya untuk itu.

Atas dasar itu pula undang-undang menegaskan unsur-unsur adanya posisi dominan, yaitu apabila pelaku usaha menguasai 50 % atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa, dan bila terdapat dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha maka persyaratan pangsa pasar yang dikuasai mereka 75 % atau lebih (Pasal 25 ayat 2).

Pada dasarnya posisi dominan tidak dilarang, yang dilarang adalah menggunakan posisi dominan tersebut untuk menguasai pasar. Penguasaan tersebut diantaranya dengan : (1). menetapkan syarat-syarat perdagangan tertentu yang bertujuan untuk mencegah dan atau menghalangi konsumen memperoleh barang dan atau jasa yang bersaing, baik dari segi harga maupun kualitas; atau (2). membatasi pasar dan pengembangan teknologi; dan (3) menghambat pelaku usaha lain memasuki pasar (Pasal 25 ayat 1).

Penguasaan pasar dengan jalan mencegah konsumen memperoleh barang atau jasa dengan harga atau kualitas yang bersaing dapat dilakukan oleh pelaku usaha dengan berbagai cara di antaranya dengan pembedaan harga (*price discrimination*) dan penetapan harga (*price Fixing*) sebagaimana yang terdapat dalam pasal 5 dan pasal 6 UUAM. Sedangkan menghambat pelaku usaha lain memasuki pasar dilakukan dengan melakukan pembagian wilayah pemasaran atau alokasi pasar sebagaimana diatur dalam pasal 9 UUAM. Hambatan ini dapat pula dilakukan dengan pemboikotan, dengan pendirian kartel, trust atau melakukan integrasi vertikal.¹⁸³

Di samping itu posisi dominan yang dilarang dalam UUAM ini adalah apabila melakukan jabatan rangkap. Sebagaimana diatur dalam pasal 26, seseorang dilarang menduduki jabatan rangkap sebagai direksi atau komisaris dari dua atau lebih perusahaan bila perusahaan tersebut : (1). berada dalam pasar bersangkutan yang sama; atau (2) ada keterkaitan erat dalam bidang dan atau jenis usaha; atau (3) menguasai pangsa pasar atas produk tertentu secara bersama-sama yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Misalnya, direktur atau komisaris perusahaan industri otomotif menjadi direktur atau komisaris perusahaan industri ban dan sekaligus komisaris atau direktur perusahaan perkebunan karet.¹⁸⁴

Selain kedua posisi dominan di atas, - seorang pengusaha menguasai 50 % atau dua atau tiga pelaku usaha menguasai 75 % pangsa pasar terhadap satu jenis

¹⁸³ Asril Sitompul, Op. Cit., h. 40.

¹⁸⁴ Ibid

barang atau jasa dan melakukan jabatan rangkap - maka pelaku usaha juga dilarang memiliki saham mayoritas pada beberapa perusahaan sejenis yang melakukan usaha dalam bidang yang sama pada pasar bersangkutan yang sama, atau mendirikan beberapa perusahaan yang memiliki kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan, apabila kepemilikan tersebut mengakibatkan terjadinya dominasi pasar, yaitu penguasaan lebih dari 50 % (satu pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa, atau penguasaan lebih dari 75 % pangsa pasar untuk dua atau tiga pelaku atau kelompok pelaku usaha. Hal ini sebagaimana dijelaskan pada pasal 27 UUAM.

2. Penggabungan, Peleburan, dan Pengambilalihan (*Merger, consolidation, and acquisition*)

Penggabungan dan pengambilalihan perusahaan dikenal dengan nama *Merger, Consolidation, dan acquisition*, yang di dalam sistem hukum perusahaan Indonesia dikenal dengan Penggabungan, Peleburan, dan Pengambilalihan.¹⁸⁵

Antara *merger* dan *consolidation* sangat dekat pengertiannya, sehingga sering dipakai untuk pengertian yang sama. Meskipun dalam praktek kedua istilah ini sering dipertukarkan dan dianggap sama artinya, namun sebenarnya terdapat perbedaan pengertian antara *merger* dan *consolidation*.

Penggabungan usaha dalam bentuk *merger* terjadi bila dua perusahaan melakukan penggabungan dimana satu perusahaan menyerap perusahaan lainnya.

¹⁸⁵ Ibid, h. 61

Perusahaan yang menyerap tetap *exist* sedangkan perusahaan yang diserap menjadi hilang. Sedangkan peleburan atau konsolidasi adalah dua perusahaan meleburkan diri menjadi satu dan membentuk satu perusahaan yang baru atau peleburan dari dua badan hukum menjadi satu badan hukum baru. Dalam praktek kedua jenis penggabungan usaha tersebut lazimnya dinamakan *merger*. Adapun pengambilalihan atau akuisisi adalah penggabungan usaha yang dilakukan suatu perusahaan dengan jalan mengambil alih aset perusahaan lain (*Asset Acquisition*) atau dengan mengambilalih saham perusahaan lain (*Stock Acquisition*) atau dengan kata lain mengambilalih suatu perusahaan oleh perusahaan lainnya.¹⁸⁶

Pelaku usaha dilarang melakukan penggabungan atau peleburan badan usaha, dan melakukan pengambilalihan saham perusahaan lain apabila tindakan tersebut dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat, hal ini diatur di dalam pasal 28 UUAM.

Hal ini karena, merger dan konsolidasi dapat meniadakan persaingan di antara perusahaan-perusahaan yang bersaing, bahkan merger dapat lebih efektif dari pada apabila antara perusahaan-perusahaan yang bersaing itu membuat sesuatu *price-fixing agreement*.¹⁸⁷ Bila dibandingkan dengan pembentukan kartel dan trust yang merupakan perjanjian yang sifatnya sementara, maka merger dan akuisisi ini bersifat permanen dan dapat menghambat, bahkan menghilangkan persaingan di antara perusahaan-perusahaan yang melakukan merger atau akuisisi.

¹⁸⁶ Ahmad Yani & Gunawan Widjaya, Op. Cit., h. 43-44; Sutan, Op. Cit., h. 17; dan Asril S, Ibid, h. 62

¹⁸⁷ Sutan Remy S, Ibid, h. 17

Seperti disinggung di atas, merger dan akuisisi terdiri dari berbagai jenis yaitu : dua perusahaan digabungkan menjadi satu perusahaan; satu perusahaan mengambil alih aset perusahaan lain dan satu perusahaan mengambil alih saham perusahaan lain.

Merger dan konsolidasi dapat terjadi secara horisontal, vertikal dan konglomerat.

Yang dimaksud merger/konsolidasi horisontal ialah merger/konsolidasi yang terjadi antara dua buah perusahaan yang mempunyai *line of business* yang sama. Yang dimaksud merger vertikal /konsolidasi adalah merger/konsolidasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan karena perusahaan itu bermaksud untuk melakukan ekspansi ke hulu ke arah sumber bahan baku atau ke hilir ke arah konsumen akhir dari perusahaan itu. Sedangkan yang dimaksud merger/konsolidasi konglomerat adalah merger/konsolidasi yang terjadi di antara perusahaan-perusahaan yang *line of business*-nya tidak berkaitan.¹⁸⁸

Akuisisi saham oleh suatu perusahaan terhadap perusahaan yang lain dapat juga memberikan dampak yang tidak berbeda terhadap kehidupan persaingan yang sehat seperti halnya dampak yang diberikan oleh merger dan konsolidasi. Bedanya hanya pada bentuk dan proses hukumnya. Pada akuisisi saham suatu perusahaan mengambil-alih saham dari pemegang saham yang telah ada. Pada akuisisi saham, eksistensi saham yang semula tetap berlangsung, dan yang terjadi hanyalah penggantian pemilik (pemegang saham) semata-mata.¹⁸⁹

¹⁸⁸ Sutan, Ibid, h. 18; Munir Fuadi, Op. Cit., h. 93-95; dan Asril S, Op. Cit., h. 70

¹⁸⁹ Sutan RS, Ibid, h. 18

Sehubungan dengan akibat buruk terhadap kelangsungan persaingan sehat yang dapat ditimbulkan oleh merger, konsolidasi dan akuisisi, maka UUAM harus pula melarang dilakukannya merger, konsolidasi dan akuisisi saham yang akan menghasilkan perusahaan yang berkedudukan monopolistik.

Merger dan konsolidasi dilarang UUAM berdasarkan pasal 28 ayat 1. Sedangkan akuisisi dilarang berdasarkan pasal 28 ayat 2.

E. Pelaksanaan UUAM

1. Peran dan Fungsi Komisi Pengawas Persaingan Usaha

Untuk mengawasi persaingan usaha di tanah air agar tercipta iklim persaingan usaha yang sehat sebagaimana diinginkan oleh undang-undang no 5 tahun 1999, maka pemerintah dengan persetujuan DPR membentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). KPPU sebagai komisi yang independen yang anggotanya diangkat oleh Presiden atas persetujuan DPR. Tugas utama KPPU adalah memonitor dan mengimplementasikan UU no 5 tahun 1999.

KPPU dipimpin oleh seorang Ketua merangkap sebagai anggota, seorang Wakil Ketua yang juga merangkap sebagai anggota, dan minimal 7 (tujuh) orang anggota. Komisi ini bertanggungjawab kepada Presiden, dengan masa tugas selama 5 (lima) tahun dan dapat diangkat kembali untuk satu kali masa tugas lagi. Untuk membantu kelancaran tugas-tugasnya, KPPU dibantu oleh sekretariat dan suatu kelompok kerja.

Pasal 36 UUAM menetapkan bahwa KPPU berwenang untuk :

1. Menerima laporan dari masyarakat dan atau pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
2. Melakukan penelitian tentang dugaan adanya kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
3. Melakukan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap kasus dugaan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang dilaporkan oleh masyarakat atau oleh pelaku usaha atau yang ditemukan oleh Komisi sebagai hasil dari penelitiannya;
4. Menyimpulkan hasil penyelidikan dan atau pemeriksaan tentang ada atau tidaknya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
5. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap ketentuan UUAM.
6. Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap ketentuan UUAM;
7. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli atau setiap orang sebagaimana dimaksud huruf c dan f yang tidak bersedia memenuhi panggilan Komisi;
8. Meminta keterangan dari instansi Pemerintah dalam kaitannya dengan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap pelaku usaha yang melanggar UUAM;

9. Mendapatkan, meneliti, dan atau menilai surat, dokumen atau alat bukti lain guna penyelidikan dan atau pemeriksaan;
10. Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak pelaku usaha lain atau masyarakat;
11. Memberitahukan putusan Komisi kepada pelaku usaha yang diduga melakukan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
12. Menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif kepada pelaku usaha yang melanggar UUAM.¹⁹⁰

Adapun prosedur menangani perkara monopoli dan persaingan tidak sehat, sebagaimana diatur oleh UUAM, bahwa pihak-pihak yang dapat mengajukan perkara dugaan telah terjadi pelanggaran terhadap UUAM adalah : 1. anggota masyarakat luas; 2. pihak yang dirugikan atas praktek bisnis bersangkutan, misalnya pelaku usaha pesaing; dan 3. KPPU sendiri.

Penjelasan lebih lanjut prosedur yang dilakukan KPPU sebagai berikut : “Pelaku usaha yang diadukan karena dicurigai telah melakukan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat wajib bekerjasama atau beritikad baik untuk melancarkan proses pemeriksaan dengan misalnya, menyerahkan alat-alat bukti yang diperlukan, dan memberikan keterangan serta bersedia untuk diperiksa oleh KPPU. Pemeriksaan pendahuluan atas pengaduan atau gugatan yang ditujukan kepada KPPU dilakukan selambat-lambarnya 30 hari setelah pengaduan tersebut diterima dan harus diputuskan apakah proses pemeriksaan tersebut layak untuk diteruskan atau tidak.

¹⁹⁰ Urutan penjelasan pasal ini dikutip dari Elly erawaty, Op. Cit., h. 44-45.

Apabila KPPU memutuskan perlunya pemeriksaan lanjutan maka proses pemeriksaan tersebut layak paling lama adalah 60 hari, dengan catatan jangka waktu ini dapat ditambah bila perlu untuk paling lama 30 hari. KPPU wajib membacakan putusannya secara terbuka selambat-lambatnya 30 hari setelah berakhirnya proses pemeriksaan atas perkara bersangkutan.

Putusan KPPU harus diberitahukan kepada pelaku usaha yang bersangkutan dan dalam waktu 30 hari sejak diterimanya pemberitahuan tersebut, pelaku usaha itu wajib melaksanakan isi putusan KPPU tersebut. Apabila yang bersangkutan keberatan terhadap isi putusan KPPU, maka ia dapat mengajukan keberatan/banding ke Pengadilan Negeri. Pengadilan Negeri ini kemudian harus mulai memeriksa permohonan banding tersebut dalam waktu 14 hari sejak tanggal diterimanya permohonan banding, dan jangka waktu pemeriksaan banding itu adalah 30 hari. Terhadap putusan Pengadilan Negeri dapat pula dimintakan Kasasi langsung ke Mahkamah Agung yang kemudian akan menjatuhkan putusannya dalam waktu 30 hari sejak tanggal diterimanya permohonan kasasi tersebut.

Apabila pelaku usaha yang terbukti bersalah tidak juga melaksanakan isi putusan KPPU dan tidak pula mengajukan banding ke PN, maka KPPU dapat menyerahkan putusannya itu kepada penyidik untuk dilakukan penyidikan sesuai dengan Hukum Acara Pidana yang berlaku. Putusan KPPU tersebut dianggap

merupakan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan.¹⁹¹

2. Sanksi Terhadap Pelanggaran UUAM

Menurut UUAM, ada tiga jenis sanksi yang diancamkan kepada pelaku praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Yaitu sanksi administratif, sanksi pidana pokok, dan sanksi pidana tambahan.

Menurut pasal 47, macam-macam sanksi administratif adalah sebagai berikut.

a. penetapan pembatalan perjanjian; b. pembatalan akuisisi, merger dan konsolidasi; c. penghentian praktek vertikal merger atau integrasi vertikal; d. penghentian praktek monopoli dan persaingan tidak sehat yang bersangkutan; e. penghentian penyalahgunaan posisi dominan; f. pemberian ganti rugi; dan g. pembayaran denda sebesar 1 milyar rupiah dan maksimal 25 milyar rupiah.

Sedangkan pasal 48, berupa sanksi pidana pokok. Sanksi pidana pokok itu tergantung kepada jenis pelanggaran yang dilakukan dan dapat berupa sanksi denda yang berkisar antara serendah-rendahnya 1 Milyar sampai setinggi-tingginya 100 Milyar atau pidana kurungan pengganti denda yang berkisar antara selama-lamanya 3 bulan sampai dengan selama-lamanya 6 bulan.

Adapun pidana tambahan, diatur dalam pasal 49, yaitu berupa : a. pencabutan izin usaha; b. pelarangan menjadi pengurus/organ perseroan sebagai direksi atau komisaris selama 2 tahun dan maksimal 5 tahun; c. penghentian praktek/kegiatan yang merugikan pihak lain tersebut.

¹⁹¹ Elly Erawaty, Op. Cit., h. 45-46

E.3. Hal-hal Yang dikecualikan oleh UUAM

UUAM ini memberika pengecualian-pengecualian. Menurut pasal 50 UUAM ini, pengecualian-pengecualian tersebut adalah sebagai berikut :

a). perbuatan dan atau perjanjian yang bertujuan melaksanakan peraturan perundang-undangan yang berlaku; atau b). perjanjian yang berkaitan dengan hak atas kekayaan intelektual seperti lisensi, paten, merek dagang, hak cipta, desain produk industri, rangkaian elektronik terpadu, dan rahasisa dagang, serta perjanjian yang berkaitan dengan waralaba; atau c). perjanjian penetapan standar teknis produk barang dan atau jasa yang tidak mengekang dan atau menghalangi persaingan; atau d). perjanjian dalam rangka keagenan yang isisnya tidak memuat ketentuan untuk memasok kembali barang dan atau jasa dengan harga yang lebih rendah dari pada harga yang telah diperjanjikan; atau e). perjanjian kerjasama penelitian untuk peningkatan atau perbaikan standar hidup, Masyarakat luas; atau f). perjanjian internasional yang telah diratifikasi oleh Pemerintah RI; atau g). perjanjian dan atau perbuatan yang bertujuan untuk ekspor yang tidak mengganggu kebutuhan dan atau pasokan pasar dalam negeri; atau h). pelaku usaha yang tergolong dalam usaha kecil; atau i). kegiatan usaha koperasi yang secara khusus bertujuan untuk melayani anggotanya.

Selain yang disebutkan di atas, ada pengecualian lain yang juga diatur dalam UUAM. Pengecualian yang dimaksud adalah dalam pasal 5 ayat 2. menurut pasal 5 ayat 2 perbuatan yang dilarang sebagaimana dimaksud dalam pasal 5 ayat 1, tidak

berlaku bagi suatu perjanjian yang dibuat dalam suatu usaha patungan atau suatu perjanjian yang didasarkan undang-undang yang berlaku.

BAB. IV

RELEVANSI UNDANG-UNDANG ANTI MONOPOLI DENGAN AJARAN

ISLAM: TINJAUN ETIKA USAHA

A. Perbandingan dan Relevansi UUAM dengan Ajaran Islam

Untuk mengetahui relevansi UUAM dengan ajaran etika ekonomi Islam dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu latar belakang lahirnya, landasan hukum, maksud dan tujuan, dan pandangan Islam terhadap perbuatan-perbuatan dan perjanjian-perjanjian yang dilarang dalam UUAM serta ketentuan-ketentuan teknis lainnya.

1. Latar Belakang, landasan hukum, Maksud dan tujuan

Sebagaimana dijelaskan pada bab terdahulu, bahwa maraknya perbuatan-perbuatan bisnis yang tidak sehat (*unfair bussiness practice*) dalam tatanan perekonomian Indonesia, seperti perilaku monopoli, oligopoli, kartel, kolusi dan sejenisnya, yang mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan tidak sehat di dunia usaha khususnya dan dunia perekonomian pada umumnya, membawa pada keterpurukan kondisi ekonomi Indonesia.¹⁹² Krisis yang bermula pada ketidakstabilan moneter berkembang menjadi krisis yang multi-dimensi yang mendorong terhadap adanya perubahan secara keseluruhan dalam dinamika ekonomi, politik, sosial dan budaya. Berbagai perilaku yang dianggap destruktif sebelumnya dan

¹⁹² Contoh praktek monopoli dan persaingan tidak sehat yang sudah berjalan di Indonesia, lihat Abdul Hakim G. Nusantara & Benny K. Herman, *Analisa dan Perbandingan Undang-Undang Anti Monopoli*, (Jakarta : Alex Media Komputindo, 1999), h. 10-21

mengekang partisipasi masyarakat secara sehat dan fair mendapatkan reaksi dari mayoritas masyarakat. Upaya-upaya kearah perbaikan dilakukan dengan melakukan reformasi dalam seluruh tatanan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Ketentuan-ketentuan dan peraturan-peraturan baik yang tertulis maupun yang sudah menjadi 'konvensi' dalam masyarakat sebelumnya yang kelihatan mengarah kepada kemungkinan dapat merugikan publik ditinjau ulang dan diperbaharui. Salah satu perubahan dari sekian banyak yang telah dan sedang dijalankan adalah peninjauan dan pembuatan peraturan perundang-undangan yang mendorong dan menciptakan suasana usaha atau bisnis yang fair dan sehat. Salah satu UU tersebut adalah UUAM.¹⁹³

UU ini pada dasarnya merupakan upaya pengejawantahan dari asas demokrasi ekonomi (yang merupakan landasan dari sistem ekonomi Pancasila), sebagai mana tercantum dalam pasal 33 UUD 1945 berikut Penjelasannya. Esensi Demokarasi Ekonomi, sebagaimana dijelaskan dalam Penjelasan UUD 1945 adalah bahwa : “Produksi dikerjakan oleh semua, untuk semua di bawah pimpinan dan pemilikan anggota-anggota masyarakat... serta berdasar pada asas kekeluargaan ... dengan bangunan perusahaan... ialah koperasi”. Di samping itu, dijelaskan pula unsur tujuan (*ends*) dan cara (*ways and means*) untuk mencapai tujuan tersebut, yakni tujuannya untuk “ kemakmuran bagi semua orang... bukan kemakmuran orang-perorang”. Sedangkan cara untuk mencapai tujuan tersebut adalah dikuasainya produksi yang

¹⁹³Beberapa produk hukum lain yang sudah dibuat pada permulaan reformasi adalah Undang-Undang yang berkaitan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI), seperti : UU Hak Cipta, UU Paten, dan UU Merek. Insan Budi Maulana, *Op. Cit.*, h. 4.

penting untuk kebutuhan orang banyak oleh negara, dikuasainya sumber daya alam oleh negara untuk kemakmuran rakyat, dan orang-perorang boleh menguasai perusahaan yang tidak menguasai hajat hidup orang banyak.¹⁹⁴

Berdasarkan asas demokrasi tersebut, maka pada pasal 2 dan 3 UUAM ini ditegaskan kembali asas tersebut dengan perlu memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum. Sedangkan tujuannya untuk meningkatkan ekonomi nasional dan kesejahteraan rakyat. Tujuan tersebut di capai dengan mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan dan pemerataan usaha serta mencegah praktek usaha yang tidak sehat oleh pelaku usaha sehingga tercipta efektifitas dan efesiensi usaha dalam kegiatan usaha.

Pada dataran pelaku bisnis, tujuan tersebut pada dasarnya untuk menciptakan kompetisi yang sehat, terjalannya kerja sama dan tidak ada yang dirugikan. Konsep *zero sum*, artinya yang satu menang yang satu kalah, dalam praktek bisnis tidak merupakan hitam putih sebagaimana di olah raga, ada menang ada kalah. Dalam konteks bisnis biasanya tidak begitu banyak situasi *zero sum*, melainkan lebih banyak situasi *win-win* : dua pihak atau lebih dapat menang sekaligus. Karenanya, dalam konteks bisnis kompetisi tidak bertentangan dengan kerjasama. Kompetisi pasti bertentangan dengan monopoli atau oligopoli, tetapi tidak dengan kerelaan untuk bekerja sama dengan pihak lain. Sebaliknya, kompetisi dalam bisnis menuntut adanya

¹⁹⁴ lihat UUD 1945 dan Penjelasannya; juga Dawam Rahardjo, "Ekonomi Islam, Ekonomi Pancasila dan Pembangunan Ekonomi Indonesia", dalam Ainur R. Sophian (edt), *Etika Ekonomi Politik*, (Jakarta: Risalah Gusti, 1997), h. 113

kerjasama.¹⁹⁵ Menurut Robert Solomon, kompetisi selalu dilatarbelakangi suatu kerangka kerja sama dan tidak bisa dijalankan dengan baik jika tidak didasarkan atas kemauan untuk bekerjasama.¹⁹⁶

Dalam ekonomi Islam, yang melandasi prilakunya pada etika, maka segala perilaku ekonomi yang akan menimbulkan pada kemungkinan ada pihak-pihak yang dirugikan secara *praxis* ataupun *legal* (mendapat legalitas), hal ini tentu sangat bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Praktek bisnis yang tidak sehat, seperti oligopoli, monopoli dan lainnya yang mengarah kepada adanya pihak-pihak yang dirugikan melalui penguasaan sumber daya alam, baik di antara pelaku usaha sendiri ataupun konsumen, dianggap perbuatan yang melanggar etika dan bertentangan dengan akhlak Islami. Prinsip keadilan dan ketuhanan (tauhid) dalam Islam menegaskan akan persamaan antara semua orang dan memiliki hak yang sama bagi setiap orang untuk dapat mengakses sumber daya alam yang diciptakan Tuhan bagi kelangsungan kehidupannya. Pengakuan kepemilikan untuk kepentingan pribadi terhadap setiap partikel dari alam semesta tidaklah mutlak sifatnya, melainkan hanya merupakan titipan dari Tuhan (QS. 57:7; 24:33; 2:267; 67:15). Hak milik pribadi meskipun diakui sebagai sesuatu yang sah, tetapi harus diperoleh melalui proses dan dengan tujuan pemanfaatan yang dianjurkan, bukan sebaliknya (QS. 2:188; 5:90-91; 5:38; 83:1-6; 8:28; 9:41 & 60; 3:133). Bahkan dengan prinsip persaudaraan yang menekankan pentingnya tolong menolong dan kerjasama antara satu dan lainnya (QS.

¹⁹⁵ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Jogjakarta: Kanisius, 2000), h. 141.

¹⁹⁶ *Ibid*

5:2; 49:13), praktek-praktek usaha yang tidak sehat, jelas melanggar etika dan tentu juga mengabaikan kepentingan pihak lain dalam mencapai kebaikan.

Nampaknya, pada dataran ini semangat yang dibawa oleh UUAM ini merupakan bagian dari arahan nilai-nilai Islam.

2. Berbagai bentuk kegiatan dan perjanjian

Menurut Mustafa az-Zarqa, pakar fiqh Jordania asal Syria, menyatakan bahwa tindakan (*action*) hukum yang dilakukan manusia terdiri atas dua bentuk, yaitu : tindakan berupa perbuatan/kegiatan dan tindakan berupa perkataan. Tindakan yang berupa perkataan ada yang bersifat akad dan ada yang tidak bersifat akad. Yang bersifat akad adalah bentuk perjanjian antara satu pihak dengan pihak lain. Maksudnya akad merupakan ikatan secara hukum yang dilakukan oleh dua atau beberapa pihak yang sama-sama berkeinginan untuk mengikatkan diri.¹⁹⁷

Berkaitan dengan apa yang diaktakan az-Zarqa dan memperhatikan substansi dari UUAM, maka isi UUAM merupakan pembahasan berkaitan dengan akad dalam tinjauan hukum Islam. Dimana dalam UUAM diatur tentang tindakan hukum pelaku usaha agar dalam proses usaha yang dilakukannya tidak menimbulkan terjadinya praktek usaha yang tidak fair. Tindakan tersebut terdiri dari kegiatan-kegiatan yang dilarang dan perjanjian-perjanjian yang dilarang. Dalam upaya mencari pemahaman dan relevansi substansi UUAM dengan etika ekonomi Islam, maka kita akan melihat

¹⁹⁷ Mustafa Ahmad az-Zarqa, *al-Madkhal al-fiqhi al-'Am al-Islami fi Tsaubih al- Jadid*, (Beirut: Dar al-Fikr, 1968), Jilid I, h, 329.

bagaimana kegiatan-kegiatan dan perjanjian-perjanjian yang dilarang dalam UUAM tersebut ditinjau dari ajaran Islam. Sebagaimana dijelaskan pada bab awal, bahwa etika itu berkaitan dengan boleh dan tidak boleh bahkan haram dan halal, maka dalam pembahasan ini juga disertakan sebagian pembahasan hukum dari perbuatan atau perjanjian tersebut.

a. Berbagai bentuk Kegiatan

Adapun kegiatan-kegiatan yang dilarang dalam UUAM adalah : monopoli, monopsoni, penguasaan pasar dan persekongkolan. Termasuk didalamnya adalah perbuatan dumping dan manipulasi biaya.

1). Monopoli dan Monopsoni

Sebagaimana dijelaskan pada bab III, bahwa Monopoli adalah suatu situasi dalam pasar di mana hanya ada satu atau segelintir perusahaan yang menjual produk atau komoditas tertentu yang tidak punya pengganti (*substitusi*) yang mirip dan ada hambatan bagi perusahaan atau pengusaha lain untuk masuk dalam bidang industri atau bisnis tersebut (*entry barriers*). Dengan kata lain, pasar dikuasai oleh satu atau segelintir perusahaan, sementara pihak lain sulit masuk di dalamnya. Karena itu, hampir tidak ada persaingan berarti.¹⁹⁸ Atau terjadinya pemusatan kekuatan ekonomi yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran produk

¹⁹⁸ T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Bagian Mikro*, (Yogyakarta: Kanisius, 1994), h. 18; Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta : Kanisius, 1999), h. 235.

tertentu.¹⁹⁹ Sedangkan monopsoni hanya ada satu atau segelintir orang/perusahaan yang membeli bahan mentah atau faktor produksi atau suatu produk.²⁰⁰

Monopoli dapat terjadi dalam setiap sistem ekonomi, baik kapitalisme-liberalisme, sosialisme-komunisme, dan ekonomi Pancasila.²⁰¹ Dalam sistem ekonomi Pancasila, misalnya pasal 33 UUD 1945, secara implisit mengakui adanya bentuk monopoli berupa penguasaan sektor-sektor yang menguasai hajat hidup orang banyak. Perekonomian disusun sebagai usaha bersama atas asas kekeluargaan. Cabang produksi yang penting bagi negara dan mengenai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara serta bumi dan air beserta kekayaan alam yang terkandung didalamnya digunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat.²⁰² Oleh karenanya, monopoli merupakan suatu realita dan konsekuensi logis atas pemilihan sistem-sistem yang ada. Permasalahannya adalah bagaimana dengan monopoli tersebut tidak ada pihak-pihak yang dirugikan dan diperlakukan dengan tidak adil. Mungkinkah !. Boleh jadi memang ada monopoli yang merugikan tetapi ada yang tidak. Karenanya perlu mengetahui bentuk-bentuk monopoli.

¹⁹⁹ Lihat UUAM pasal 1 ayat 1.

²⁰⁰ Frank Fishwick, *Strategi Persaingan (Making Sense of Competition Policy)*, (Jakarta : Alex Media Komputindo, 1995), h. 7; T. Gilarso, *Op. Cit.*, h. 7.

²⁰¹ Dalam *sistem ekonomi kapitalisme dan liberalisme*, dengan instrumen adanya kebebasan pasar, kebebasan keluar masuk tanpa restriksi, serta informasi dan bentuk pasarnya yang atomistik monopolistik telah melahirkan monopoli sebagai anak kandungnya. Adanya persaingan mengakibatkan lahirnya perusahaan-perusahaan yang secara naluriah ingin mengalahkan pesaing-pesaingnya agar menjadi yang paling besar, paling hebat, dan paling kaya. Dalam *sistem ekonomi sosialisme dan komunisme*, monopoli juga terjadi dalam bentuk yang khas. Dengan nilai instrumental perencanaan ekonomi yang sentralistik mekanistik dan pemilikan faktor produksi secara kolektif, segalanya dimonopoli negara dan diatur dari pusat (sentralisasi). Lihat, Ahmad Yani & Gunawan Widjaya, *Seri Hukum Bisnis Anti Monopoli*, (Jakarta : Rajawali Press, 1999), h. 3-4.

²⁰² *Ibid*, h. 4

Untuk itu, kemunculan monopoli ini dapat terjadi dalam berbagai bentuk dan cara. Yaitu, pertama, *monopoly by law*, yaitu monopoli yang muncul karena secara hukum diberi hak monopoli. Di Indonesia dalam hal ini sebagaimana disebutkan dalam pasal 33 UUD 1945. Kedua, *monopoly by nature* (monopoli alamiah), yaitu monopoli yang lahir dan tumbuh secara alamiah karena didukung oleh iklim dan lingkungan yang cocok atau kondisi objektif yang dimiliki oleh suatu perusahaan tersebut. Sehingga menyebabkan perusahaan ini unggul dalam pasar tanpa bisa ditandingi dan dikalahkan secara memadai oleh perusahaan lain. Ia lahir karena keunggulan teknologi, keunggulan manajemen, keunggulan komposisi ramuan produk tertentu yang digemari konsumen tanpa bisa ditiru pengusaha lain (*special knowledge*), dan sebagainya. Dan ketiga, *monopoly by license*. Monopoli ini diperoleh melalui lisensi dengan menggunakan mekanisme kekuasaan.²⁰³ Ada yang mengistilahkan untuk monopoli pertama dan ketiga ini dengan monopoli artifisial. *Monopoly by law* disebut sebagai monopoli artifisial rasional sedangkan ketiga disebut dengan monopoli artifisial irasional. Sehingga kategorisasi monopoli ada dua, yaitu *monopoli alamiah* dan *monopoli artifisial*.²⁰⁴ Untuk selanjutnya penulis memakai penggunaan istilah yang belakangan.

Kategorisasi monopoli tersebut kaitannya dengan etika adalah bahwa pada monopoli natural, kelihatannya tidak ada persoalan moral yang serius, karena ia lahir berdasar kondisi objektif, tanpa rekayasa dan dukungan politik apapun, melainkan

²⁰³ Ibid, h. 5

²⁰⁴ Sonny Keraf, *Op. Cit.*, h. 237

karena keunggulan, keuletan, kejelian membaca selera konsumen dan seterusnya. Walaupun bentuk ini sangat jarang sekali. Yang sering menjadi persoalan moral atau etika adalah bentuk monopoli artifisial, baik monopoli *by law* atau monopoli *by license*. Kedua monopoli ini merupakan suatu rekayasa sadar dan berdasarkan pertimbangan. Monopoli *by law* sesungguhnya tidak menjadi soal apabila kebijaksanaan yang monopolistis itu mengindahkan atau mengikuti prosedur yang fair dan adil, terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan tidak hanya secara politis tetapi juga secara moral. Sedangkan monopoli *by license* atau monopoli artifisial irrasional, merupakan bentuk monopoli yang sering menimbulkan distorsi ekonomi karena kehadirannya mengganggu keseimbangan pasar yang sedang berjalan. Di samping dalam prakteknya monopoli ini sering menguasai pangsa pasar secara mutlak sehingga pihak-pihak lain tidak memiliki kesempatan untuk berperan serta. Pada monopoli inilah yang sering memberikan dampak buruk secara etis dan karenanya di larang oleh UUAM.

Beberapa persoalan etis yang timbul dari monopoli artifisial ini, menurut Sonny Keraf, ada tiga hal. *Pertama, masalah keadilan*. Salah satu aspek keadilan yang dilanggar oleh praktek monopoli artifisial adalah dilanggarnya prinsip perlakuan yang sama bagi semua pengusaha atau kelompok bisnis. Pelanggaran prinsip ini akan membawa pada adanya diskriminasi terhadap sebagian pelaku usaha, dan juga konsumen atau masyarakat mengalami perlakuan tidak adil, karena dipaksa atau terpaksa sehingga tidak mempunyai pilihan untuk membeli produk yang hanya dari perusahaan monopolistis. *Kedua, akan timbulnya ketimpangan ekonomi atau apa*

yang disebut ketidakadilan distributif. Maksudnya, monopoli menimbulkan ketimpangan atau distribusi ekonomi yang tidak merata antara kelompok yang satu dengan kelompok yang lain. Kelompok yang satu dengan mudah mengakumulasikan keuntungan dan kekayaan secara merimpah ruah, gampang, sementara kelompok lain terpinggirkan dan bahkan dimiskinkan. Hal ini karena perusahaan monopolistis diberi wewenang secara tidak fair untuk mengurus kekayaan bersama demi kepentingannya sendiri dengan selubung kepentingan bersama. Juga rakyat atau konsumen yang sudah miskin dipaksa untuk membayar harga produk monopolistis yang jauh lebih mahal. *Ketiga, Dilanggar atau terlanggarnya kebebasan baik pada konsumen maupun pada pengusaha.* Konsumen tidak bisa secara bebas memilih barang dan jasa yang sesuai dengan kemampuan ekonominya karena hanya ada satu produk dengan harga yang dipatok tersebut. Begitu juga, pengusaha tidak bisa menikmati kebebasan berusaha karena adanya hambatan yang diciptakan untuk melindungi pengusaha monopolistis.²⁰⁵

Setelah melihat permasalahan dan implikasi dari kegiatan monopoli seperti disebutkan di atas, maka kita akan melihat monopoli dari sisi etika Islam, khususnya menurut para penulis ekonomi Islam.

Menurut Siddiqie, karena adanya motif untuk memaksimalkan keuntungan melalui penguasaan produksi dan outputnya, maka pengaruh yang ditimbulkan dari praktek monopoli adalah harga barang yang lebih tinggi dengan tidak ada pilihan barang lain. Hal ini dimungkinkan akan menyebabkan kerugian bagi masyarakat,

²⁰⁵ Sonny Keraf, *Ibid*, h. 237-239

yaitu tidak terpenuhinya kebutuhan pokok karena aktivitas monopoli tersebut. Berdasarkan hal tersebut, maka menurut Siddiqie, bagi pengusaha yang melandaskan kegiatan ekonominya berdasarkan prinsip Islam, maka pemaksimalan keuntungan bukan tujuan dari kegiatan usaha. Dia akan menurunkan harga karena dia akan puas dengan 'keuntungan yang mencukupi' bukan 'keuntungan yang semaksimal mungkin'.²⁰⁶

Sedangkan menurut M.A. Mannan, motif usaha dalam perekonomian Islam bukanlah mencari keuntungan semata, melainkan dan bahkan yang terpenting ialah keinginan untuk mencapai keuntungan sosial yang sebanyak-banyaknya. Atas dasar tersebut, dinilai dari norma kebajikan dan pemeliharaan untuk golongan miskin, maka tidak mungkin menganjurkan usaha monopoli dan spekulatif dalam Islam. Menurutnya, "konsumen, pekerja miskin, dan masyarakat secara keseluruhan menjadi korban dari tatanan ekonomi yang didominasi monopoli. Tatanan tersebut merupakan suatu yang berlawanan dengan prinsip untuk mencapai keuntungan sosial sebanyak-banyaknya yang harus dicapai oleh negara Islam".²⁰⁷

Baik Siddiqie maupun Mannan, keduanya melihat dari motif monopoli bahwa praktek monopoli cenderung mengarah kepada kemungkinan dirugikannya sebagian besar masyarakat. Maka tentu harus dilarang. Sekalipun keduanya menilai kemungkinan ada nilai positifnya dari kegiatan monopoli dan tidak bertentangan

²⁰⁶ Muhammad Nejatullah Siddiqi, *The Economic Enterprise in Islam*, (terj) *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1991), 125-127.

²⁰⁷ M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), h. 290-291.

dengan nilai Islam, khususnya perusahaan pelayanan umum, namun harus dilakukan berdasarkan undang-undang atau perencanaan ekonomi secara menyeluruh.²⁰⁸

Sedangkan Taqiyuddin an-Nabhani dan Yusuf Qardhawi, mereka berkesimpulan secara jelas bahwa Islam mengharamkan kegiatan monopoli tersebut. Menurut Qardhawi, praktek monopoli bersumber dari egoisme dan kekerasan hati terhadap manusia. Pelaku monopoli menambah kekayaannya dengan mempersempit kehidupan orang lain. Qardhawi mengumpamakan, pelaku monopoli bagaikan membangun istana di atas kerangka dan tengkorak manusia, dan membangun kemegahan dengan cara mengisap darah sesamanya.²⁰⁹ Sedangkan an-Nabhani menjelaskan bahwa monopoli bisa dikategorikan dengan perbuatan menimbun, yang dalam fikih Islam disebut dengan ihtikar.²¹⁰ Praktek menimbun ini secara mutlak dilarang dan hukumnya haram. Di samping itu, menurut Nabhani, fakta bahwa penimbun umumnya menguasai pasar, dan bisa memaksakan harga kepada orang lain dengan seenaknya, sehingga orang lain terpaksa untuk membelinya dengan harga tinggi, sebab yang lain tidak mempunyai barang yang dibutuhkan.²¹¹

²⁰⁸ M.N. Siddiqi, *Op. Cit.*, h. 129; M.A. Mannan, *Ibid*, h. 291

²⁰⁹ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta : Gema Insani Press, 1997), h. 190.

²¹⁰ Definisi ihtikar yang cukup representatif dengan perkembangan ekonomi kontemporer adalah seperti didefinisikan oleh Fathi ad-Duraini sebagai berikut :

حبس مال او منفعة او عمل والإمتناع عن بيعه او بذله حتى يغلو سعره غلاء فاحشا غير معتاد بسبب قلته او انعدم وجوده في مطانه مع شدة حاجة الناس أو الدولة أو الحيوان له.

“ Tindakan menyimpan harta, manfaat atau jasa, dan enggan menjual dan memberikannya kepada orang lain yang mengakibatkan melonjaknya harga pasar secara drastis disebabkan persediaan terbatas atau stock barang hilang sama sekali dari pasar, sementara masyarakat, negara atau pun hewan amat memerlukan produk, manfaat , atau jasa itu”. Lihat, Nasrun Haroen, *Op. Cit.*, h. 159.

²¹¹ Taqiyuddin an-Nabhani, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam* (terjemahan dari *an-Nidham al- Iqtishadi fi al-Islam*), (Surabaya : Risalah Gusti, 1999), h. 212.

An-Nabhani mengutip beberapa hadis yang berkaitan dengan ihtikar tersebut. Di antaranya, “ tidak akan melakukan penimbunan selain orang yang salah”, “ Saudagar itu diberi rizki sedang yang menimbun dilaknat”, “para pedagang yang menimbun barang makanan selama 40 hari, maka ia terlepas dari (hubungan dengan) Allah, dan Allah pun melepaskan (hubungan dengan)-nya”.²¹²

Di samping keterangan dari an-Nabhani tersebut, pembahasan masalah ihtikar sudah banyak dibicarakan oleh para penulis kitab fiqh, seperti Wahbah az-Zuhaili dan Sayid Sabiq.²¹³ Mereka semua berpendapat bahwa perbuatan menimbun termasuk perbuatan yang dilarang dan haram hukumnya.

Sedangkan Afzalurrahman, menjelaskan bahwa “ Islam tidak membolehkan pembentukan atau penguasaan monopoli bersifat pribadi yang ada kemungkinan merugikan masyarakat”.²¹⁴ Dengan berlandaskan kepada Hadis Rasulullah yang diriwayatkan oleh Ibn Abbas, dimana Rasulullah bersabda : “padang rumput adalah milik Allah dan Rasulnya dan tak seorangpun yang diperbolehkan memilikinya untuk dirinya sendiri”, juga “ semua umat Islam bersama-sama memiliki tiga hal yaitu air, rumput dan api”. Berdasarkan hadis tersebut dan perilaku perdagangan (jual beli) yang

²¹² Teks hadis adalah sebagai berikut :

عن معمر بن عبدالله أن النبي صلعم قال لا يحتكر الا خايطي (رواه احمد ومسلم وابو داود)
 اعن عمر بن الخطاب قال قال رسول صلعم الجالب مرزوق والمحتكر ملعون (رواه ابن ماجه
 والحاكم)
 عن ابن عمر رضي الله عنهما قال قال رسول صلعم من احتكر طعاما اربعين ليلة فقد برئ من
 الله ، وبرئ الله منه (رواه احمد)

lihat, *Shahih Muslim, Op. Cit.*, h, 702; Asy-Syaukani, *Nail al-Authar*, (ttp: Dar al-Fikr, t.th), Jilid V, h, 335.

²¹³ lihat, Wahbah az-Zuhaili, *al-Fiqhul Islamiyyah wa adillatuh*, (Damaskus : Dar al-Fikr, 1989), Jilid III, h. 583-588; Sayyid Sabiq, *Fiqh as-Sunnah*, (Beirut: Dar al-Fikr, 1983), Jilid III, h. 162-163.

²¹⁴ Afzalurrahman, *Doktrin Ekoomi Islam*, (Yogyakarta : Dana Bhakti Wakaf, 1995), Jilid II, h. 83

dilarang oleh Rasulullah seperti penjualan dengan cara *al-hadir libad* (الحاضر لباد), dan *talqi jalab* (تلقى جلب),²¹⁵ Afzalurrahman menegaskan “ketidakbolehan individu atau kelompok tertentu melakukan pengontrol (penguasaan) tunggal terhadap apapun yang dianggap bermanfaat bagi masyarakat, karena dapat berbahaya atau merugikan bagi kemaslahatan umat”.²¹⁶

Dari beberapa pendapat ulama di atas, penulis menilai bahwa monopoli, apabila dilihat dari substansinya adalah adanya pemusatan kekuatan ekonomi oleh seorang atau sekelompok orang tertentu, terutama dalam produksi dan distribusi barang. Pada satu sisi bisa membawa kebaikan bagi masyarakat, apabila asumsi yang mendasarinya yaitu adanya kepatuhan terhadap prinsip Islam yang menyerukan umatnya untuk melakukan kebajikan dan menjunjung tinggi pelayanan kepada masyarakat atau sesama makhluk lainnya. Artinya motivasi dan tujuan dari monopoli tersebut dapat membantu masyarakat lebih baik, karena dapat membuat mutu barang yang baik dengan biaya produksi yang lebih rendah sehingga harga jualpun menjadi lebih rendah. Dalam hal ini masyarakat akan mendapatkan barang dengan mutu yang baik namun dengan harga yang lebih rendah (wajar) serta mudah mendapatkannya. Hal ini biasanya dilakukan oleh negara melalui institusi yang diberi kewenangan untuk kegiatan tersebut. Peran positif monopoli di atas, penulis kira akan dapat diterima, sejauh motif, proses, dan mekanisme yang dilakukan tidak melanggar

²¹⁵ *Ba'i al-Hadir libad*, adalah praktek makelar yang eksploitatif. Sedangkan *Ba'i Talqi Jalab* transaksi yang dijalankan dengan melakukan disinformasi harga pasar sehingga menimbulkan adanya pihak yang dirugikan. Lihat, *Ibid*, h. 75

²¹⁶ *Ibid*, h. 84

ketentuan yang disepakati bersama oleh publik. Namun dalam kenyataannya, peran positif tersebut, jarang atau bahkan tidak pernah terjadi. Oleh karenanya, dikarenakan kebanyakan monopoli atau perusahaan-perusahaan yang monopolis tersebut dibentuk dengan tujuan untuk maksimalisasi keuntungan dan biasanya dengan cara yang tidak fair, seperti kolusi antara pengusaha dan penguasa, maka seringkali monopoli ini dianggap sebagai suatu bentuk organisasi bisnis yang sangat tidak disukai. Hal lain adalah implikasi yang ditimbulkan dari bentuk monopoli terakhir ini sering membawa dampak buruk bagi mayoritas masyarakat, yaitu adanya penguasaan aset terhadap kepentingan orang banyak sehingga mereka merasa kesulitan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Singkatnya, monopoli boleh namun praktek monopolistik tidak boleh.

Praktek inilah yang oleh beberapa penulis ekonomi dan hukum Islam di atas, dikategorikan sebagai bentuk kegiatan/transaksi usaha yang bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam. Kegiatan tersebut, dilihat dari sisi produksi dan distribusi yang melakukan penahanan dan penyimpanan komoditi/produk yang dibutuhkan masyarakat agar dapat mengatur harga jual sehingga lebih tinggi, dianggap sebagai *ihthikar*. Sedangkan penulis berpendapat, bukan saja penahanan komoditi bisa dikategorikan dengan *ihthikar*, tetapi juga blokade dan diskriminasi ekonomi sehingga menyulitkan pihak-pihak lain untuk mendapatkan akses terhadap komoditi tersebut bisa dianggap sebagai *ihthikar*. Sedangkan apabila dilihat dari proses dan mekanisme mendapatkan hak monopoli tersebut, baik langsung dengan penguasa atau antar pengusaha lain (*oligopolis*), yang dilakukan dengan tidak adil

dan fair yang dapat merusak mekanisme pasar, jelas merupakan perbuatan pertukaran atau transaksi yang dilarang. Dimana pada masa Rasulullah saw, praktek bisnis yang akan menimbulkan rusaknya mekanisme pasar, harga dan adanya unsur penipuan, hal ini bisa dimasukkan dalam kategori jual beli yang dilarang seperti *talqi jalab*, *ba'i al-hadir li bad*, *ba'i al-gharar*, dan *at-tas'ir* (penetapan harga).²¹⁷

Di samping itu, praktek monopoli bertentangan dengan prinsip-prinsip usaha yang etis dan fair, sebagaimana Islam telah mengajarkan prinsip-prinsip tersebut. Monopoli bertentangan dengan prinsip keadilan, persamaan dan pemerataan, dan kebebasan dan pertanggungjawaban.²¹⁸

2). Penguasaan Pasar

Kecenderungan perilaku usaha untuk mengembangkan kegiatan usaha dalam berbagai bidang usaha pada dasarnya merupakan hal yang wajar. Bahkan sudah merupakan naluri manusia suka terhadap kekayaan dan merasa tidak puas terhadapnya. Hal ini sebagaimana digambarkan oleh Nabi Saw, yang menyatakan: “seandainya anak adam mempunyai dua lembah berisi harta, pasti ia juga ingin lembah yang ketiga. Padahal yang memenuhi perut anak adam tidaklah lain hanya tanah belaka. Tetapi Allah menerima tobat kepada barang siapa yang bertaubat”.²¹⁹

²¹⁷ *Ba'I al-Gharar*, yaitu transaksi yang dilakukan dengan cara melakukan penipuan terhadap pihak lain. Bentuknya bisa dalam bentuk *Misrat*, *Najasy* (disinformasi harga), sumpah palsu dan pemalsuan produk. Lihat, *Ibid*, h. 80-81

²¹⁸ Untuk penjelasan prinsip-prinsip ini, lihat bab II tesis ini.

²¹⁹ Teks hadis sebagai berikut :

Pasar yang merupakan tempat bertemunya permintaan dan penawaran terhadap suatu produk, merupakan wahana interaksi antara pelanggan atau konsumen dengan perusahaan yang menyediakan suatu produk. Mereka masing-masing melakukan aktivitas secara bebas dengan melakukan pertukaran atau jual beli. Pelanggan atau konsumen merupakan institusi yang dituju aktivitas bisnis sekaligus sumber dari keuangan, sedangkan perusahaan menyediakan produk dengan jenis yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Karena produsen tidaklah satu, maka perusahaan harus berebut dengan pesaingnya untuk memperoleh pelanggan atau konsumen. Pengaruh adanya pesaing itu tak dapat dianggap ringan karena mampu menghentikan keberadaan perusahaan bilamana pesaing mampu meraih mayoritas pelanggan yang menjadi target perusahaan.²²⁰

Dalam upaya perusahaan untuk mengembangkan usahanya agar dapat melayani lebih banyak pelanggan sekaligus meningkatkan keuntungan, maka pengusaha berkecenderungan ingin menguasai pasar. Pada saat penguasaan pasar itu dilalui dengan proses wajar, fair dan adil, serta tidak merugikan kepentingan pihak lain, maka tentu tidak akan menjadi persoalan. Tetapi apabila penguasaan pasar dilakukan dengan curang atau tidak sehat, seperti menghalang-halangi pelaku usaha lain untuk melakukan kegiatan usaha, menghalangi konsumen untuk melakukan

عن انس رضي الله عنه قال : قال رسول الله صلعم لو كان لابن ادم واديان من مال لابتغى واديا ثالثا ولا يملأ جوف ابن ادم الا التراب ويتوب الله على من تاب (رواه المسلم)

Shahih Muslim, Op. Cit., Jilid I, h. 417

²²⁰ Gunardi Endro, *Redefinisi Bisnis*, (Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo, 1999), h. 24.

hubungan usaha dengan pedagang yang lain, membatasi peredaran produk dan perlakuan diskriminasi terhadap pihak lain, tentu adalah termasuk perbuatan yang curang. Oleh karenanya, semua itu dilarang UUAM dan dianggap perbuatan yang tidak etis.

Bila kita perhatikan etika Islam dalam proses berusaha di pasar, maka perbuatan menghalang-halangi orang lain untuk melakukan usaha dan menghalangi konsumen untuk berbuat bebas menentukan pilihannya, adalah perbuatan dilarang. Perbuatan tersebut bertentangan dengan prinsip persamaan dan kebebasan. Menurut Islam, setiap orang bebas berusaha, menentukan pekerjaan atau memproduksi suatu produk serta bebas memilih produk yang halal tanpa ada pembatasan dan diskriminasi(QS. 2:60, 168, 185; 5: 6, 87-88). Dan Rasulullah saw, melarang perbuatan menghalangi orang lain untuk masuk ke Pasar secara bebas dengan menghadangnya di tengah jalan sebelum sampai ke pasar²²¹

3). Dumping dan Manipulasi Biaya

Begitu pula dengan perbuatan dumping atau banting harga dan manipulasi biaya, termasuk perbuatan yang dilarang. Meskipun boleh jadi dumping memiliki tujuan positif, namun pada sisi lain ada pihak-pihak yang dirugikan atas perbuatan dumping tersebut. Menurut M.A. Mannan, dumping terjadi bila para produsen dari

²²¹ Hadis tentang Talaqi rukban sebagai berikut :

عن ابي هريرة رضي الله عنه أن رسول الله صلعم قال لا تلقوا الركبان ولا يبيع بعضكم على بيع بعض ولا تناخشوا ولا يبيع حاضر لباد و عن بن عباس لا يبيع حاضر لباد قال لا يكون له سمسارا (رواه البخاري و مسلم)

al-Bukhari, *Shahih Bukhari, Op. Cit.*, Jilid I, h. 92-93; Ash-shan'ani, *Subulus-Salam*, jilid III, h. 20.

suatu negeri menjual hasil mereka ke negeri lain di bawah harga yang dikenakan pada para konsumen negeri asal. Tujuan dumping adalah untuk menghabiskan persediaan yang berlebihan karena keliru menilai permintaan; mengembangkan hubungan perdagangan baru dengan menetapkan harga yang rendah; mengenyahkan pesaing pasar asing, produsen asing, atau pribumi; dan memungut keuntungan sebesar-besarnya dalam perekonomian. Apapun yang mungkin menjadi pertimbangan dumping akhirnya bertujuan untuk mencapai tatanan ekonomi yang didominasi monopoli dengan menghalau produsen pribumi maupun asing dari bidang nasional maupun internasional, karena itu mengeksploitasi massa rakyat luas. Semua hal ini bertentangan dengan kebajikan dan mereka yang turut dalam praktek demikian berusaha mengambil keuntungan dari kebutuhan dan kemelaratan sesama manusia karena itu dumping bertentangan dengan jiwa Islam. Negara (Islam), menurut Mannan, “tidak mungkin menganjurkan dumping dan sama sekali bebas untuk mendirikan tembok tarif yang tinggi dalam menentang dumping, terutama bila mempengaruhi industri (dalam negeri)”.²²²

Begitu pula manipulasi biaya termasuk kegiatan dilarang. Hal ini termasuk perbuatan penipuan. Penipuan ini lawan dari kejujuran. Dimana Islam sangat menekankan akan sikap kejujuran dalam segala kegiatan, termasuk menentukan biaya-biaya produksi. Meskipun, yang mengetahui secara nyata kebutuhan suatu biaya dari suatu produk adalah pelaku usaha sendiri, namun pada umumnya ada standar biaya secara wajar yang dapat diketahui oleh orang banyak (publik). Menurut

²²² M.A. Mannan, Op. Cit., h. 294-295.

Nabhani, tindakan penipuan pada dasarnya bisa dilakukan oleh produsen/pengusaha atau oleh pembeli/konsumen. Penipuan oleh produsen adalah menyembunyikan atau menutupi cacat sehingga seakan-akan barangnya semua baik. Sedangkan penipuan yang dilakukan konsumen adalah apabila memanipulasi alat pembayaran (misalnya palsu), padahal mengetahuinya. Beberapa hadis Rasulullah yang dikutip an-Nabhani berkaitan dengan penipuan ini di antaranya adalah : “ Apabila kamu menjual, maka katakanlah : ‘tidak ada penipuan’”, “Seorang muslim adalah saudara bagi muslim yang lain. Dan tidak halal bagi seorang muslim untuk menjual barang kepada saudaranya, sementara di dalamnya terdapat cacat, selain dia menjelaskan cacat tersebut kepadanya”, “Pembeli dan penjual itu boleh memilih, selama keduanya belum berpisah. Apabila keduanya jujur, dan sama-sama menjelaskan(cacatnya) maka keduanya diberkahi dalam jual belinya. Apabila keduanya menyembunyikan (cacatnya) dan berdusta, maka barakah jual-belinya akan dicabut”, dan “ Bukanlah termasuk umatku, orang yang melakukan penipuan”.²²³

²²³ Teks hadisnya sebagai berikut

عن عبد الله بن عمر رضي الله عنهما أن رجلا ذكر للنبي صلعم انه يخدع في البيوع فقال اذا بايعت فقل لا خلابة فكان اذا بايع لا خيابة (رواه البخارى و مسلم)
 عن عقبه بن عامر قال سمعت النبي صلعم يقول المسلم اخو المسلم ، لا يحل لمسلم اذا باع من أخيه بيعا وفيه عيب الا يبينه له (رواه احمد وابن ماجه)
 عن حكيم بن حزام رضي الله عنه قال قال رسول الله صلعم البيعان بالخيار ما لم يتفرقا وقال حتى يتفرقا فان

4). Persekongkolan

Persekongkolan atau konspirasi usaha adalah bentuk kerja sama yang dilakukan oleh dan di antara para pelaku usaha dengan tujuan menguasai pasar agar mendapatkan hak privilege dari pasar tersebut sehingga menjadi pemimpin pasar (*market leader*), yang pada akhirnya dapat menentukan harga di pasaran. Pada dasarnya, pelaku usaha dapat secara bebas menentukan harga dipasaran tergantung kepada permintaan dari konsumen terhadap barang yang diperjualbelikan. Bila konsumen berminat dan dapat memuaskan dirinya, maka tentu akan membeli barang tersebut, begitu pula sebaliknya. Kemudian persekongkolan di sini menjadi hal yang dilarang oleh UUAM adalah lebih melihat kepada motif atau niat dari melakukan persekongkolan itu sendiri dan implikasinya. Dimana motif persekongkolan dilakukan adalah untuk menghambat pengusaha lain, yang dianggap sebagai pesaingnya, sehingga produk pengusaha tersebut dipasaran tidak ada atau jumlahnya sangat terbatas sedangkan produk pengusaha yang bersekongkol menjadi leading (memimpin) dan konsumen tidak mempunyai pilihan barang lain, baik dari mutu

صدقوا و بينا بورك لهما في بيعهما وان كتما وكذبا محق
بركة بيعها (رواه البخاري ومسلم)
من عشنا فليس منا (رواه مسلم)

Lihat, *Shahih Bukhari, Op. Cit.*, h, 116; *Shahih Muslim, Op. Cit.*, Jilid I, h, 664-665;

maupun harga, kecuali barang yang dikeluarkan oleh perusahaan yang melakukan persekongkolan tersebut.

Bila dilihat dari tinjauan Islam, maka persekongkolan ini, meskipun bentuknya kerjasama tetapi kerjasama yang dijalankan adalah atas dasar motif yang menguntungkan pihaknya sendiri dengan merugikan pihak lain. Kerjasama usaha sama sekali tidak dilarang dalam Islam. Pelarangan itu terjadi, apabila kerjasama yang dilakukan dilandaskan pada motif yang tidak baik dan mengarah kepada terjadinya dosa dan permusuhan. Bersekongkol untuk menghalangi orang lain, adalah termasuk kerjasama yang cenderung mengarah kepada perbuatan permusuhan dan dosa (QS. 5:2, 6; 2: 185, 286).²²⁴ Ibn Taimiyah, ketika membahas kerjasama dan organisasi ekonomi, terutama perilaku transaksi ekonomi (*at-tasarrufat*), menekankan bahwa yang paling esensial dari seluruh bentuk kerjasama itu adalah terpelihara dan dilaksanakannya keadilan.²²⁵ Kegiatan persekongkolan, nampaknya menimbulkan adanya pihak-pihak yang diperlakukan tidak adil, yaitu menutup kesempatan usaha bagi yang lain. Oleh karenanya kegiatan ini termasuk yang bertentangan dengan prinsip ajaran Islam.

²²⁴ Adapun Hadis-nya di antaranya sebagai berikut :

لاضر ولا ضرار (رواه ابن ماجه والدارقطن)

“ Tidak boleh memberi kemudharatan kepada orang lain dan tidak boleh membalas kemudharatan dengan kemudharatan”
Lihat, Wahbah Zuhaili, *Op. Cit.*, Jilid 4, h. 55

²²⁵ A.A. Ishlahi, *Op. Cit.*, h. 195.

a. Berbagai bentuk Perjanjian

Sedangkan kegiatan yang berupa perjanjian-perjanjian yang dilarang dalam UUAM adalah: Oligopoli, penetapan harga, pembedaan harga, pembatasan vertikal, pembagian pasar, pemboikotan, kartel, trust, oligopsoni, integrasi vertikal dan perjanjian tertutup.

1). Oligopoli, Oligopsoni, Kartel, Trust, dan Merger.

Oligopoli adalah salah satu bentuk monopoli tetapi agak berbeda sifatnya. Kalau monopoli kecenderungannya merupakan kolusi antara pengusaha dan penguasa, sedangkan oligopoli sesungguhnya adalah kolusi antara pengusaha dan pengusaha. Oligopoli agak berbeda sifatnya dengan monopoli karena oligopoli terletak di antara pasar yang bebas dan terbuka di satu pihak dan monopoli di pihak lain. Dalam praktek oligopoli, pasar dikuasai oleh segelintir pengusaha, bukan karena ada kolusi dengan pemerintah, melainkan karena kolusi di antara segelintir pengusaha tersebut untuk menguasai dan mendikte pasar.²²⁶ Begitupun **oligopsoni**, yaitu keadaan pasar yang bersifat *buyers' market* dimana hanya ada beberapa pembeli yang memiliki *bargaining power position* untuk menentukan harga pembelian.²²⁷ Pembahasan oligopsoni/monopsoni ini kurang mendapat perhatian baik dalam

²²⁶ Sonny Keraf, Op. Cit., h. 240.

²²⁷ Sutan Remy Syahdani, *Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, dalam *Jurnal Hukum Binis*, (Jakarta, Yayasan Pengembangan Hukum Bisnis, 2000), Vol. 10, h. 20

literatur ekonomi maupun dalam kebijakan persaingan,²²⁸ sehingga penulis pun tidak banyak membahasnya.

Inti dari oligopoli adalah bahwa beberapa perusahaan sepakat baik secara tersirat maupun tersurat untuk menetapkan harga produk dari industri sejenis pada tingkat yang jauh lebih tinggi dari harga berdasarkan mekanisme murni dalam pasar. Dalam hal ini setiap perusahaan sejenis sangat peka terhadap harga dan strategi pasar yang diambil oleh masing-masing perusahaan. Dengan demikian, baik secara tersirat (diam-diam) maupun secara tersurat (melalui perjanjian) mereka akan menyesuaikan harga dan strategi pasar sesuai dengan langkah yang ditempuh perusahaan lain.²²⁹ Kalau dalam praktek monopoli artifisial perusahaan tertentu melakukan kolusi dengan penguasa demi mengalahkan atau lebih tepatnya menyingkirkan perusahaan lain, maka dalam oligopoli yang terjadi adalah persekongkolan antara beberapa perusahaan sejenis dengan tujuan utama untuk mengalahkan dan mendikte pasar, dan dengan demikian mendikte konsumen melalui kebijaksanaan harga yang lebih tinggi atau ketat. Sehingga yang ingin 'diperangi' adalah konsumen.²³⁰

Praktek oligopoli, bentuknya bisa dengan melakukan *kartel*, *trust*, *Merger* dan *akuisisi*. Dimana beberapa perusahaan sejenis mengadakan persetujuan untuk membatasi persaingan di antara mereka dengan menetapkan harga jual produk mereka jauh di atas harga yang normal dalam pasar. Tujuan akhirnya adalah untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya bagi perusahaan-perusahaan yang terlibat.

²²⁸ Frank Fishwick, *Op. Cit.*, h. 7.

²²⁹ Sonny Keraf, *Op. Cit.*, 240.

²³⁰ Ibid

Bahkan melakukan penggabungan perusahaan yang sebelumnya bersaing satu sama lain menjadi suatu perusahaan raksasa, yang pada akhirnya dapat menguasai pasar atau market power (posisi dominan).

Dengan berbagai bentuk perjanjian tersebut, praktek oligopoli bisa mendominasi pasar dan dengan demikian secara leluasa dapat melakukan kesepakatan penetapan harga (*Price fixing*), *diskriminasi harga*, *pembatasan vertikal harga* dan *manipulasi penawaran*. Dalam *price fixing*, perusahaan-perusahaan oligopolis sepakat untuk menetapkan harga lebih tinggi dan memaksa konsumen untuk menerima harga tersebut. Bisa juga bersepakat mengadakan perbedaan harga (*price discrimination*) dengan tidak mengurangi kesepakatan *price fixing* di antara mereka. Dapat juga melakukan persyaratan dengan agen atau distributor untuk tidak menjual murah dari harga yang telah ditetapkan (*Price vertical restriction*), dengan tujuan untuk meniadakan kompetisi. Sedangkan praktek manipulasi penawaran, perusahaan-perusahaan oligopolis sepakat untuk menanggukkan produksi untuk kurun waktu tertentu atau untuk menghentikan penawaran dalam kurun waktu tertentu sehingga terjadi kelangkaan dalam pasar. Akibatnya, akan melonjak permintaan yang dengan sendirinya akan diikuti oleh naiknya harga produk dari perusahaan-perusahaan oligopolistis tadi. Dengan praktek manipulasi penawaran, timbul kesan seakan-akan pasarlah yang menyebabkan harga

naik. Jadi kenaikan harga adalah mekanisme murni dari pasar. Padahal, kenaikan harga adalah akibat dari manipulasi perusahaan-perusahaan tersebut.²³¹

Bentuk lain dari Oligopoli adalah *price leadership* atau dikenal juga dengan persetujuan diam-diam. Yaitu sudah ada semacam kesepakatan diam-diam di antara perusahaan-perusahaan sejenis untuk menaikkan atau sebaliknya menurunkan harga produk mereka mengikuti langkah yang diambil oleh salah satu dari perusahaan sejenis.

Dengan melihat beberapa praktek oligopoli di atas, terlihat jelas bahwa persoalan etis yang muncul dari praktek oligopoli tidak jauh berbeda dari persoalan yang muncul dalam praktek monopoli. Hanya saja, yang paling dirugikan dengan praktek oligopoli adalah pihak konsumen. Konsumen diperlakukan secara tidak adil, dirugikan dan dalam banyak hal tidak bebas menentukan pilihannya baik dalam hal jenis barang maupun harga yang lebih kompetitif. Konsekwensi lain dari adanya oligopolistis ini, tidak hanya merusak mekanisme pasar dan kepentingan masyarakat, melainkan juga menimbulkan menumpuknya kekuatan ekonomi dan juga politik dalam kelompok tertentu. Sehingga pada akhirnya tidak timbul persaingan yang sehat. Di samping akan mempengaruhi kebijakan ekonomi lainnya.

Jadi perusahaan-perusahaan yang oligopolistis itu membawa persoalan etis yang serius : terlanggarnya keadilan (ada pihak-pihak tertentu yang dirugikan : konsumen dan pengusaha lain), ada praktek yang tidak fair dan curang, munculnya

²³¹ Ibid, h. 241

ketimpangan ekonomi karena perusahaan oligopolistis menumpuk kekayaan ekonomi dengan mengeruk dan memeras orang banyak melalui harga yang lebih tinggi.²³²

Etika ekonomi Islam dengan jelas tidak membatasi pengembangan usaha, asalkan dalam kerangka sikap dan perilaku penuh kejujuran, amanah, tidak melakukan kezaliman atau menganiaya atau merugikan pihak-pihak lain dan berlaku adil. Di samping juga menekankan kerjasama dan saling tolong menolong untuk kemajuan semua pihak.

Etika Islam mempunyai perhatian agar perputaran barang dalam pasar yang tersedia jauh dari permainan-permainan kualitas maupun harga yang semestinya. Dari sinilah maka Islam memperhatikan sejumlah norma-norma moral dan hukum. Norma tersebut bertujuan demi kemaslahatan atau kebaikan semua pihak serta dalam upaya menegakkan keadilan dan memerangi kezaliman. Menurut Ahmad Muhammad al-Assal dan Fathi Ahmad Abdul Karim, sistematika pasar dalam Islam yang berisikan norma-norma moral/etika dan hukum di antaranya meliputi sebagai berikut. *Pertama*, wajib menyediakan barang di pasar dan membiarkan pemiliknya membawa barang dagangannya dan menyediakannya sendiri serta mengatur harganya. Hal ini untuk menghindari adanya proses tata niaga yang panjang, yang pada akhirnya akan merugikan produsen dan konsumen.²³³ *Kedua*, wajib menyediakan barang secara

²³² Ibid, h, 242.

²³³ Hadis yang dikutip adalah hadis tentang menyongsong penjual di tengah jalan sebelum sampai ke pasar (ar-rukban). Hadis dari Ibn Abbas r.a.dimana Rasulullah saw bersabda :

jujur, terpercaya dan tidak memperlmainkan harga, dengan menaikkan harganya.²³⁴ *Ketiga*, menepatkan ukuran, timbangan dan sukatan, sehingga hak-hak kedua belah pihak dapat terpenuhi dan dapat tercegah dari kecurangan dan penganiayaan; *Keempat*, memudahkan penyediaan barang untuk semua orang dan memerangi segala macam penimbunan, terutama yang merupakan kebutuhan utama semua orang; dan *Kelima*, mengawasi harga barang-barang yang tersedia di pasar dan berusaha menekan agar harga tidak melampui harga yang pantas, dan jika perlu, harga bisa ditentukan dan diwajibkan kepada para pedagang demi tegaknya keadilan, mewujudkan kesejahteraan dan memberantas kezaliman. Islam melarang memperlmainkan harga dan dilarang mempengaruhi para produsen, dengan menemui mereka untuk menentukan harga hasil-hasil produksi mereka. Islam juga menghendaki agar pasar menjadi bebas terbuka sehingga dapat berjalan lancar sesuai dengan hukum penyediaan dan permintaan secara alami dan biasa dan Islampun

عن ابى هريرة رضى الله عنه أن رسول الله صلعم قال
 : لا تلفوا الركبان ولا يبيع بعضكم على بيع بعض ولا
 تناجشوا ولا يبيع حاضر لباد، وفي رواية اخرى عن ابن
 عباس لا يبيع حاضر لباد (قال لا يكون له سمسار) (رواه
 البخارى)

Artinya: Janganlah kamu songsong para penunggang kuda itu, dan janganlah seorang penduduk kota menjualkan untuk seorang penduduk desa padang pasir. Katanya, saya bertanya kepada Ibn Abbas, apa maksud sabdanya, ‘janganlah seorang penduduk kota menjualkan untuk sorang penduduk desa padang pasir?’ “Jawab Ibn Abbas, “ dia tidak boleh menjadi perantara baginya”.

Lihat, *Shahih Bukhari*, Jilid 1, h. 92-93; dan A.M. Assal & F. A. Abdul Karim, *an-Nizhamul Iqtishadi fil Islam Mabadiuhu wahdafuhu*, (terj), (Bandung : Pustaka Setia, 1999), h. 225.

²³⁴ Ibid, h, 226-227

mengharamkan segala bentuk permainan. Semua ini memberi hak kepada pemerintah untuk mengawasi pasar, prosesnya atau mekanismenya serta harga demi tegaknya keadilan.²³⁵

Masih menurut Assal dan Karim, Islam menganjurkan agar usaha orang Islam adalah usaha yang baik dan halal, ia memelihara yang makruf dan harga-harga yang normal, tidak mengeksploitasi kebutuhan orang dan menaikkan harga berlipat ganda. Maka apabila seorang pengusaha telah mengubah harga normal dan mengubah harga semestinya dan mengubah dari harga yang telah berlaku, maka berbuat lalim terhadap masyarakat. Karena itu, dia harus ditindak dan dipaksa menyesuaikan dengan batas-batas keadilan dan kenormalan, dan membatasi harga barang dengan harga yang memadai.²³⁶

Afzalurrahman menyatakan bahwa kegiatan oligopoli cenderung kepada tidak terjadinya pemerataan ekonomi dalam masyarakat. Padahal ajaran Islam sebaliknya menekankan pada prinsip pengaturan distribusi kekayaan bagi semua golongan masyarakat dan tidak menjadi komoditi di antara orang-orang kaya saja (QS. 59:7).. Langkah-langkah positif seperti hukum waris dan zakat, adalah upaya untuk membantu distribusi kekayaan secara adil. Sedangkan berbagai bentuk larangan, seperti penimbunan, judi, spekulasi dan lainnya adalah untuk mencegah terjadinya

²³⁵ Ibid, h. 228-229

²³⁶ Ibid, h. 230.

praktek-praktek kejahatan dalam pengaturan ekonomi, sehingga memperkecil kesenjangan dan menciptakan keadilan dan pemerataan.²³⁷

2). Penetapan harga.

Penetapan harga, dalam bahasa arab disebut dengan istilah *at-tas'ir*, seakar kata dengan *as-si'r* yang artinya *harga*. Dalam fiqh Islam ada dua istilah yang berbeda yang menyangkut harga suatu barang, yaitu *ats-saman* dengan *as-si'r*. Menurut Fuqaha, *as-saman* adalah harga pasar yang berlaku di tengah-tengah masyarakat secara aktual, sedangkan *as-si'r* adalah modal barang yang seharusnya diterima para pedagang sebelum di jual kepada konsumen. Ada yang mengartikan, *as-saman* adalah patokan harga satuan barang, sedangkan *as-si'r* adalah harga harga yang berlaku secara aktual di pasar. Fluktuasi harga suatu komoditi berkaitan erat dengan *as-si'r* bukan *as-saman*.²³⁸

Dalam perkembangan sejarah Islam, masalah pematokan harga (*at-tas'ir*) barang sudah muncul sejak zaman Nabi Muhammad saw. Dimana Nabi menolak permintaan Sahabat untuk menetapkan harga. Dilaporkan dari Anas bin Malik bahwa pada suatu saat ketika terjadi kenaikan harga-harga barang di kota madinah, beberapa sahabat menghadap Nabi saw mengadukan masalah itu dan meminta beliau agar mematok harga-harga barang di pasaran. Lalu Rasulallah menjawab, “Sesungguhnya Allahlah yang menetapkan harga, yang menahan dan melepaskan dan yang mengatur

²³⁷ Afzalurrahman, Doktrin... Op.Cit., h, 95.

²³⁸ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), h. 139 & 118.

rezeki. Dan aku mengharapkan agar saat berjumpa Allah dalam keadaan tidak ada seorangpun di antara kalian yang menggugatku karena kezaliman dalam soal jiwa dan harta”.²³⁹

Teks hadis di atas mengindikasikan bahwa Rasulullah Saw tidak ikut campur dalam persoalan atau pematokan harga yang berlaku di pasar. Walaupun, kemudian menjadi perdebatan dikalangan para ulama tentang boleh atau tidaknya melakukan pematokan harga. Ada dua pendapat dikalangan ulama, pertama, bahwa dalam situasi dan kondisi apapun penetapan harga itu tidak dapat dibenarkan, dan jika dilakukan juga hukumnya haram. Menurut mereka, adanya fluktuasi harga baik karena ulah pedagang atau bukan, maka segala intervensi dalam penetapan harga tidak dibolehkan. Dengan mendasarkan pada Al-Qur’an surat an-Nisa : 29 (الا ان ...) , mereka berpendapat bahwa apabila ada intervensi, maka salah satu unsur penting dari transaksi jual-beli, yaitu *ridha* (kerelaan hati kedua belah pihak yang melakukan jual beli) kehilangan maknanya. Oleh karenanya, segala intervensi mengenai penetapan harga, akan bertentangan dengan kehendak ayat di atas sekaligus juga dianggap berbuat zalim kepada pihak penjual. Pendapat

²³⁹ Teks hadis tersebut adalah sebagai berikut :

عن انس بن مالك قال : غلا السعر على عهدى النبي صلعم فقالوا : يا رسول الله فسعر لنا فقال : لأن الله هو القابض الرزاق الباسط المسعر وأنى لأرجوا أن ألقى الله ولا يطالبني أحد بمظلمة إياه في دم ولا مال (رواه ابوا داود)

Lihat, Abu Dawud, *Sunan Abu dawud*, (Kairo : Dar al-Hadis, t.th), Vol. III, h, 270; Ahmad bin Hanbal, *al-Musnad*, *Op. Cit.*, Vol. IV, h. 313.

pertama ini dipegang oleh sebagian ulama Zahiriyah, Malikiyah, Syafi'iyah dan Hanabilah.²⁴⁰

Sedangkan pendapat kedua, membolehkan adanya intervensi, dalam hal ini pemerintah, untuk melakukan penetapan harga yang adil ketika terjadi fluktuasi harga yang disebabkan oleh perilaku pengusaha/pedagang. Tujuannya untuk mencegah terjadinya kemudharatan bagi masyarakat. Pendapat ini dipegang oleh ulama Hanafiyah, sebagian besar ulama Hanabilah dan Mayoritas malikiyah.²⁴¹

Mengutip pendapat Ibn Taimiyah, hadis di atas yang mengungkapkan betapa Nabi saw tidak mau campur tangan dalam soal pengaturan harga, disebabkan karena kenaikan harga-harga barang tersebut dipicu oleh kondisi obyektif pasar Madinah, dan bukannya karena tindakan kecurangan yang dilakukan oleh segelintir orang yang mengejar-ngejar keuntungan belaka.²⁴² Oleh karenanya, menurut Ibn Taimiyah, Ibn Qayyim, dan Ibn Qudamah, ada dua pendapat terhadap pematokan harga ini. *Pertama*, pematokan harga yang adil atau pantas, dan *kedua*, pematokan yang tidak adil dan tidak dapat dibenarkan. Pematokan harga yang tidak adil (*zalim*) adalah pematokan harga yang dilakukan terhadap harga fluktuatif akibat bekerjanya mekanisme harga. Sementara pematokan harga yang adil adalah pematokan yang

²⁴⁰ Lihat, Muhammad Ibn Ismail Ibn Muhammad Sy-Syaukani, *Nail al-Authar*, Jilid V, h. 334; Ibn Hazm al-Andalusi, *al-Muhalla bi l-Atsar*, (Beirut : Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, t.th), Jilid VII, h.537-538; Ibn Taimiyah, *al-Hisbah...*, *Op. Cit.*, h. 32-35; Wahbah az-Zuhaili, *Op. Cit.*, h, 588-589.

²⁴¹ Ibid

²⁴² Ibn Taimiyah, *al-Hisbah...*, *Op. Cit.*, h. 31-32

dilakukan pada saat terjadinya ketimpangan pasar ataupun oleh adanya sebab-sebab yang dapat merugikan dari pelaku ekonomi.²⁴³

Berdasarkan hal tersebut, pada dasarnya penetapan harga tidak dibenarkan baik oleh pemerintah apalagi swasta, karena dapat mengganggu mekanisme pasar. Islam mengakui harga pasar disesuaikan dengan permintaan dan penawaran di pasaran. Namun penetapan harga dapat dilakukan bahkan harus dilakukan oleh negara/pemerintah atau lembaga yang punya otoritas untuk mengatur kepentingan umum, pada saat ada indikasi akan timbulnya disfungsi mekanisme pasar, sehingga mayoritas masyarakat khususnya konsumen akan mendapat kerugian dan kesusahan. Dengan demikian, praktek penetapan yang dilakukan oleh beberapa pengusaha dengan motif untuk mendominasi pasar secara bersama dalam rangka maksimalisasi keuntungan sehingga dimungkinkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan tidak sehat, jelas bertentangan dengan etika Islam.²⁴⁴

²⁴³Ibn Taimiyah, *ibid*; Ibn Qayyim al-Jauziyah, *Ath-Thuruq al-Hukmiyyah fi as-Siyasah asy-Syar'iyah*, (Kairo: Mu'assasah al-Misriyyah, 1961), h. 287; Ibn Qudamah al-Muqaddasi, *al-Mugni al-Syarh al-Kabir*, (Beirut: Dar al-Kutub al'Ilmiyyah, t.th), Jilid IV, h. 46-47.

²⁴⁴ Berkaitan dengan hal ini, ada riwayat tentang Samurah Ibn Jundab yang tidak mau menjual pohon kormanya kepada keluarga Ansar, yang tumbuh dengan posisi miring ke kebun seorang Ansar. Apabila Samurah mau memetik buah atau membersihkannya, pasti melewati tempat seorang Ansar yang ada tanamannya, sehingga dipastikan menginjak tanaman si Ansar. Orang Ansar tersebut mengadakan persoalannya kepada Nabi saw, dan Nabi menanggapi dengan menyuruh Samurah untuk menjual, atau menyedekahkannya. Tetapi samurah tidak mau terhadap keduanya. Akhirnya Rasul memerintahkan orang Ansar untuk menebang pohon tersebut seraya berucap kepada Samurah : *انما انت مضار* (kamu ini orang yang memberi mudharat orang lain). Esensi kasus tersebut dengan penetapan harga adalah jika pengusaha melakukan permainan harga sehingga merugikan masyarakat banyak, akan menimbulkan kemudharatan lebih besar di banding dengan kasus di atas. Jadi intervensi dibolehkan selama membawa kemaslahatan bagi sebagian besar masyarakat (*al-maslahah al-ammah*). Lihat, Ibn Taimiyah, *al-Hisbah...*, *Op. Cit.*, h. 42; juga Nasroen Harun, *Op. Cit.*, h. 144.

3). Menghalangi/membatasi kebebasan berusaha

Perjanjian lain yang dilarang adalah menghilangkan kesempatan orang lain untuk melakukan kegiatan usaha, yaitu dengan melakukan pembagian wilayah, melakukan boikot, perjanjian tertutup dan integrasi vertikal. Dalam hal ini pengusaha menghindari persaingan dengan melakukan pembagian wilayah atau pasar sehingga dapat mendominasi pasar yang pada akhirnya konsumen tidak mempunyai pilihan dengan harga yang beredar. Atau juga melakukan boikot dengan tidak menerima atau menghalang-halangi pengusaha lain masuk ke wilayah “pasarnya” sehingga tidak ada akses kecuali kelompok mereka sendiri.

Bisa juga melakukan kesepakatan di antara mereka untuk tidak menerima pelaku usaha lain ataupun kalau masuk harus memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan oleh mereka sendiri. Dan juga menguasai proses produksi dari suatu produk dari hulu ke hilir, sehingga menyulitkan yang lain untuk berusaha di bidang tersebut (*Entry barrier*).

Sebagaimana sudah dijelaskan, bahwa syariat Islam memberikan keleluasaan dan kemudahan untuk setiap orang melakukan kegiatan usaha. Maka apabila ada upaya mempersulit dan mempersempit kesempatan berusaha di antara manusia, termasuk perbuatan yang tidak etis.²⁴⁵

²⁴⁵ lihat Mansur Ibrahim at-Turki, *al-Iqtisadi al-Islami Baina an-Nadhariyyah wa at-Tathbiq*, (Mesir : al-Maktabah al-Misr, 1970), h. 172-180.

B. Peranan Negara Dalam Penegakkan Etika Usaha

1. Hakekat negara

Secara konvensional, biasanya yang mendasari manusia untuk mendirikan negara adalah karena mereka merasa hidup dalam suasana kerjasama sekaligus bersifat antagonis dan penuh pertentangan.²⁴⁶ Untuk itu dianggap perlu ada asosiasi yang menetralkan keadaan antagonis tersebut dalam hubungannya dengan sesama manusia lain. Dimana asosiasi ini mempunyai kewenangan mengatur hubungan-hubungan di antara manusia dan dapat mengintegrasikan dan bahkan membimbing kegiatan-kegiatan sosial penduduknya ke arah tujuan bersama. Asosiasi ini kemudian disebut dengan negara.²⁴⁷

Negara merupakan alat (*agency*) dari masyarakat yang mempunyai kewenangan mengatur, menertibkan, dan mengendalikan hubungan-hubungan di antara mereka sendiri.²⁴⁸ Tujuan akhir yang ingin dicapai adalah menciptakan kesejahteraan dan kebahagiaan dari penduduk atau rakyatnya (*Common good/common weal*), atau menyelenggarakan masyarakat adil dan makmur.²⁴⁹ Setiap negara mempunyai suatu organisasi yang berwenang untuk merumuskan dan melaksanakan keputusan-keputusan yang mengikat bagi seluruh penduduk di dalam wilayahnya, yaitu yang disebut *pemerintah*. Dalam hal ini pemerintah bertindak atas nama negara dan menyelenggarakan kekuasaan dari negara dengan membuat

²⁴⁶ Miriam Budiardjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, (Jakarta : Gramedia, 1986), h. 38

²⁴⁷ *Ibid*, h. 38 & 45

²⁴⁸ Ada beberapa definisi tentang negara dan cukup beragam, Lihat *Ibid*, h. 39; Soehino, *Ilmu Negara*, (Yogyakarta: Liberty, 1986, h. 146

²⁴⁹ Miriam Budiardjo, *Ibid*, h. 45-46; Soehino, *ibid*, h. 147-148

berbagai kebijakan dan keputusan dalam berbagai bentuk undang-undang dan peraturan-peraturan ke arah tercapainya tujuan-tujuan masyarakat. Kekuasaan pemerintah biasanya dibagi menjadi kekuasaan legislatif, eksekutif dan yudikatif.²⁵⁰

Dalam pandangan Islam, manusia di alam ini berkedudukan sebagai agen yang diberi dan mendapat amanat dari Tuhan untuk memakmurkan dan memelihara alam semesta. Untuk merealisasikan konsep tersebut, Al-Qur'an menjelaskan perlu adanya sekelompok manusia yang berproses menyerukan kebajikan dan mencegah kejahatan agar tercipta keadilan dan hilangnya kezaliman (QS. 3 : 103-104). Menurut Muhammad Asad, untuk mencapai tujuan tersebut perlu ada instrumen yang dapat mengatur tercapainya sasaran tersebut. Instrumen ini biasanya dilakukan melalui negara. Negara dijalankan oleh suatu pemerintah yang di dalamnya ada seorang Imam atau Kepala Negara. Negara itu sendiri bukan merupakan tujuan melainkan sarana atau alat untuk mencapai tujuan.²⁵¹ Adapun tujuannya, menurut Muhammad Asad, adalah “ terwujudnya suatu masyarakat yang selalu mengamalkan kebajikan dan keadilan, membela kebenaran dan meruntuhkan kebatilan, dengan kata lain, suatu masyarakat yang berupaya menciptakan satu kondisi sosial yang memberi kemungkinan seluas-luasnya kepada sebanyak mungkin anggota masyarakat untuk hidup sesuai dengan hukum dan norma moral yang sesuai dengan fitrah yang datang dari Allah Swt, baik aspek spiritual maupun material”²⁵²

²⁵⁰ Miriam Budiardjo, *Ibid*, h. 44

²⁵¹ Muhammad Asad, *Minhaj al-Islam fi al-Hukmi*, terjemahan Indonesia, *Sebuah Kajian tentang Sistem Pemerintahan Islam*, (Bandung : Pustaka, 1985, h. 60

²⁵² *Ibid*

Karena dianggap begitu penting instrumen (negara) ini, maka tidak ada perbedaan pendapat dikalangan para Ulama bahwa mendirikan atau mengangkat pemimpin negara/pemerintah hukumnya adalah wajib.²⁵³ Hal ini karena menurut al-Mawardi, pemerintah (Khilafah/Imamah) itu berfungsi sebagai pengganti kedudukan Nabi dalam tugas memelihara agama dan mengatur dunia.²⁵⁴

2. Tujuan dan fungsi negara

Sebagaimana sekilas dijelaskan di atas, bahwa pendirian negara mempunyai tujuan dan fungsi atau peranan. Tujuan adalah dunia cita-cita atau adanya sasaran yang hendak dicapai. Sedangkan fungsi atau peranan menunjukkan dunia riil yang konkrit. Maka fungsi adalah pelaksanaan dari tujuan yang hendak dicapai. Tujuan negara sebagaimana dijelaskan, secara umum adalah menciptakan kesejahteraan dan kebahagiaan dari penduduk atau rakyatnya.²⁵⁵ Dalam prinsip Islam, tujuan negara sebagaimana dijelaskan oleh Ibn Taimiyah, adalah terealisasinya syariat (Ajaran Islam) ditengah komunitas umat. Sehingga seorang yang dipercaya memegang kendali pemerintahan harus menjalankan fungsi-fungsi negara sesuai dengan tujuan negara tersebut.

Adapun fungsi negara, menurut Ibn Taimiyah, adalah menegakkan amar makruf dan nahi munkar, baik pada kekuasaan yang sifatnya makro seperti

²⁵³Beberapa pendapat pemikir Islam tentang hal ini, lihat Muhammad Yusuf Musa, *Nizhamul Hukmi Fil Islam*, (Kairo : Darul Katib al-'Arabiyy, 1965), h. 15-18;

²⁵⁴ Abu Hasan al-Mawardi, *al-Ahkam as-Sultaniyyah*, (Beirut: Dar al-Fikr, t.th), h. 3

²⁵⁵ Miriam Budiardjo, *Op. Cit.*, h. 45

kekuasaan sultan, ataupun pada kekuasaan yang sifatnya mikro seperti kekuasaan polisi, kekuasaan hakim, kekuasaan fiskal dan kekuasaan hisbah.²⁵⁶ Menurut Khan, penegakkan amar makruf nahi munkar paralel dengan upaya mewujudkan terciptanya suatu tertib sosial dan hukum yang adil dimana nilai-nilai dasar Al-Qur'an dan as-sunnah direalisasikan.²⁵⁷ .

Pemerintah, yang berwenang merumuskan dan melaksanakan kebijakan tersebut, harus menjalankan fungsi-fungsinya ke arah tercapainya tujuan-tujuan masyarakat, yaitu mengeluarkan berbagai bentuk perundang-undangan dan peraturan-peraturan yang berlandaskan pada *amar ma'ruf*, yaitu berpedoman pada prinsip kebaikan (*al-khair*) dan kesejahteraan (*al-falah*), serta berkeadilan dan kemakmuran (*al-baldah tayyibah*). Dan melakukan *nahi munkar*, yakni mencegah kepincangan (*zalim*) dan kerusakan (*fasad*) yang disimbolkan dengan istilah *Warabbun ghafur* (ampunan Ilahi).²⁵⁸

Meskipun *amar makruf nahi munkar* ini pada awalnya merupakan kewajiban individu muslim atau kewajiban tersebut bersifat kolektif (*fardhu kifayah*), namun bisa menjadi kewajiban personal/individual (*fardhu 'ain*) pada saat tidak ada satupun pihak yang sanggup melaksanakannya. Dalam hal ini pihak yang mempunyai otoritas dan kompetensi, seperti negara, merupakan institusi yang paling bertanggungjawab untuk merealisasikannya.²⁵⁹ Oleh karenanya, negara mempunyai peranan penting .

²⁵⁶ Ibn Taimiyah, Ahmad bin Abdul Halim bin Taimiyah, *al-Hisbah ... Op. Cit.*, h. 11.

²⁵⁷ Qamaruddin Khan, *Pemikiran Politik Ibn Taimiyah*, (Bandung : Pustaka Salman, 1983), h. 263.

²⁵⁸ M. Dawam Rahardjo, "Ekonomi Islam, Ekonomi Pancasila dan Pembangunan Ekonomi Indonesia, dalam A. R. Sophian (ed), *Etika Ekonomi Politik*, (Surabaya: Risalah Gusti, 1997), h. 124-125.

²⁵⁹ Ibn Taimiyah, *Op. Cit.*, h. 11

Adapun fungsi negara secara umum, dalam artian terlepas dari latar belakang ideologinya, menurut Miriam Budiardjo, adalah melaksanakan penertiban (*law and order*) atau bertindak sebagai “stabilisator”; mengusahakan kesejahteraan dan kemakmuran rakyatnya; menjaga pertahanan (menjaga kemungkinan serangan dari luar); dan menegakkan keadilan.²⁶⁰ Sedangkan menurut Ibn Taimiyah, sedikitnya ada lima bentuk fungsi negara dalam menegakkan *amar makruf dan nahi munkar*, yaitu 1. pelaksanaan dasar-dasar agama Islam; 2. penegakkan hukum/keadilan dan perlindungan hak-hak; 3. pemeliharaan ketertiban dan keseimbangan ekonomi; 4. penyediaan infrastruktur sosial; dan 5. pembelaan keamanan negara.²⁶¹

Bagaimana wujud UU yang bersifat amar makruf nahi munkar ini ? atau dengan ungkapan lain bagaimana sebuah pemerintah berbuat atau tidak berbuat untuk melaksanakan tugas dan perannya tersebut ? jawabannya adalah tergantung pada kerangka sosial yang dibuat. Dalam masyarakat Islam, secara ideal, jawaban terhadap pertanyaan tersebut berasal dari *teori maslahah*. Dimana para yuris menggunakan kata ini untuk menunjukkan kepentingan umum atau kepentingan manusia pada umumnya.

Pengembangan teori maslahah ini dilakukan Hamid al-Ghazali dan Abu Ishaq as-satibi.²⁶² Mereka berpendapat bahwa tujuan akhir dari syariah adalah untuk

²⁶⁰ Miriam Budiardjo, *Op. cit.*, h. 46.

²⁶¹ Ibn Taimiyah, *al-Hisbah, Op. Cit.*, h. 9-56; Ibn Taimiyah, *al-Siyasah al-Syar`iyah Fi Ishlahi al-Ra`iy wa al-Ra`iyah*, (Beirut: Dar al-Jail, 1993), h. 28-130.

²⁶² Penjelasan panjang lebar tentang masalah ini, lihat, Muhamad Khalid Masud, *Islamic Legal Philosophy, a Study of Abu Ishaq al-Ahatibi's Life and Thought*, (Newe Delhi : International Publisher, 1989), h, 225-236; Fathurrahman Djamil, *Metode Ijtihad Majlis Tarjih Muhammadiyah*, (Jakarta:

mengembangkan lebih jauh kemaslahatan ummah. Kedua-duanya membagi *masalah* ke dalam tiga kategori: *daruriyah*, *hajiyah* dan *tahsiniyah*. *Daruriyah* mengacu kepada kepentingan agama, jiwa, keturunan, aqal dan harta atau kekayaan. Tugas utama pemerintah adalah melindungi hal tersebut dari berbagai gangguan dan hambatan apapun. Kepentingan *hajiyah* dan *tahsiniyah* dimaksudkan untuk merubah suatu keadaan ke kondisi yang lebih baik, apakah itu secara sosial atau ekonomi. Pemerintah dalam hal ini wajib melindungi ketiga kebutuhan tadi karena merupakan kebutuhan manusia (*human needs*), terutama kepentingan *daruriyah*. Jadi ciri pokok masalah adalah adanya kebaikan bagi sebagian besar orang. Dalam situasi tersebut, peran dan fungsi pemerintah atau negara adalah membuat dan melaksanakan kebijakan yang memberikan manfaat bagi sebagian besar masyarakat, dan mengeliminir atau membuang sesuatu yang hanya bermanfaat untuk sebagian kecil masyarakat.²⁶³ Pada dataran inilah pentingnya penegakkan etika untuk menegakkan keadilan dan pemerataan dalam masyarakat, termasuk dalam berusaha.

Peran negara kaitannya dengan penegakkan prinsip-prinsip ekonomi berkeadilan dan beretika adalah untuk menjaga dan merealisasikan keadilan di antara anggota masyarakat dan mencegah semua bentuk kerugian yang mungkin diderita oleh sebagian anggota masyarakat akibat tindakan pelanggaran anggota lainnya di dalam masyarakat itu sendiri. Demi melaksanakan keadilan dan mendahulukan

Logos, 1995), h. 35-47; juga, *Filsafat Hukum Islam*, (Jakarta : Logos, 1997), h. 125-141; Al-Syatibi, Abu Ishaq Ibrahim ibn Musa, *al-Muwafaqat fi ushul al-Ahkam*, (Beirut: Dar al-Fikr, t.th).

²⁶³ Muhammad Akram Khan, "The Role of Government in the Economy", dalam *The American Journal of Islamic Social Sciences*, (Washington. D.C, AMSC/IIIT, 1992), h. 157.

kepentingan umum tersebut, pemerintah diperkenankan untuk menggunakan kekuatan dan kewenangannya. Dalam hal ini perilaku usaha yang ingin mendapatkan untung sendiri dan mengabaikan kepentingan pihak lain, harus mendapatkan perhatian, pengaturan dan pengawasan dari negara/pemerintah.

Bagaimana peranan negara dalam pengaturan (ekonomi) tersebut ?. Menurut Chapra, tidaklah dalam bentuk “intervensi” yang mengambil dasar komitmen kepada kapitalisme laissez-faire. Ia juga bukan dalam bentuk kolektivisme dan regimentasi yang menindas kebebasan dan melemahkan inisiatif dan usaha individu. Ia juga bukan dalam bentuk negara sejahtera sekuler, yang memperbesar pemakaian atas sumber-sumber daya dan mengarah pada ketidakseimbangan makro ekonomi. Tetapi, menurut Chapra, merupakan suatu peranan positif - suatu kewajiban moral untuk membantu mewujudkan kesejahteraan bagi semua dengan memantapkan keseimbangan antara kepentingan pribadi dan kepentingan sosial, mempertahankan dasar-dasar yang telah disepakati, dan mencegah penyelewengan melalui kekuatan kepentingan pribadi. Artinya, peran negara tidak boleh bertindak sewenang-wenang, ia harus berada dalam batas-batas syariah dan melalui suatu saluran demokrasi dari konsultasi (*syura*).²⁶⁴ Dengan demikian, prinsip masalah dalam kegiatan ekonomi yaitu negara harus menegakkan keadilan dan pemerataan ekonomi bagi masyarakat secara keseluruhan sehingga mencapai kemakmuran. Di samping itu, proses dan mekanisme yang dijalankan dalam bertransaksi (berbisnis) tersebut, sesuai dengan ketentuan hukum yang adil, fair dan etis.

²⁶⁴ M. Umar Chapra, *Islam and Economic Challenge ...*, *Op. Cit.*, h. 224

3. Lembaga penegakkan etika Usaha

Dalam proses menjalankan peran negara tersebut sehingga fungsi-fungsinya dapat berjalan efektif, maka negara dapat membentuk institusi (lembaga) yang mendukung kelancaran penegakkan *amar makruf nahi munkar*. Lembaga tersebut, menurut Ibn Taimiyah, di antaranya, Lembaga Hisbah, Pengadilan, polisi, kantor keuangan dan lainnya.²⁶⁵ Dalam hal ini penulis perlu menjelaskan satu lembaga yang pernah ada dalam sejarah Islam, yaitu lembaga Hisbah, dan bagaimana kaitannya dengan penegakkan etika dengan lembaga yang berfungsi menjalankan Undang-Undang Anti Monopoli ini, yaitu KPPU.

Peran etis negara dalam pembangunan ekonomi yang bermoral, dalam sejarah Islam, dimainkan oleh institusi hisbah. Hisbah berperan mengkondisikan terciptanya sebuah tatanan hubungan sosial ekonomi antar-manusia yang tertib dan etis. Hisbah secara kebahasaan berasal dari kata *ihṭisab* yang bermakna membuat perhitungan, sedangkan secara istilah hisbah diartikan oleh al-Mawardi sebagai perintah berbuat kebaikan jika tampak orang-orang melalaikannya, dan larangan berbuat kejahatan jika ternyata orang-orang melakukannya. Pengertian semacam ini diambil oleh al-Mawardi dari QS ali-imran :104.²⁶⁶ Orang yang menjalankan/mengepalai lembaga hisbah disebut dengan *Muhtasib* atau *Sahib al- suq*.²⁶⁷ Jadi lembaga hisbah

²⁶⁵ Ibn Taimiyah, *al-Hisbah...*, *Op. Cit.*, h. 11

²⁶⁶ al-Mawardi, *al-Ahkam al-Sulṭhaniyyah*, (Mesir: Mustafa al-Babi al-Halabi, 1973), h. 240

²⁶⁷ Beberapa kriteria untuk seorang muhtasib, di antaranya, muslim, dewasa dan cerdas, pengetahuan agama yang memadai, memiliki kekuatan (energy), kewibawaan dan kepemimpinan (judgement).

merupakan lembaga yang bertugas memerintahkan penegakkan amar makruf nahi munkar ditengah-tengah masyarakat. Penegakan amar makruf nahi munkar ini bertujuan untuk mewujudkan ketertiban sosial dan ketentraman hidup masyarakat. Tanpa ketertiban dan ketentraman, mustahil kehidupan suatu masyarakat akan berlangsung lestari. Oleh sebab itu setiap individu dalam masyarakat pasti menghendaki adanya ketertiban dan ketentraman semacam itu. Sayangnya, mereka mengalami keterbatasan untuk merealisasikan. Oleh karenanya negara sebagai pengatur ketertiban dan ketentraman hidup yang memiliki daya paksa dan hak untuk memberi sanksi menjadi amat signifikan.

Menurut Ibn Taimiyah secara ilustratif dijelaskan fungsi lembaga hisbah sebagai berikut : “ Petugas lembaga hisbah hendaknya memerintahkan orang-orang menegakkan salat jum’at, salat berjamaah lainnya, berkata benar, menyampaikan amanah kepada yang berhak, melarang tindakan-tindakan tercela, seperti berdusta, berkhianat, berlaku curang dalam takaran dan timbangan, memalsukan produk industri, perdagangan, dan urusan-urusan keagamaan”.²⁶⁸ Bahkan dalam penjelasan lain secara terpisah dengan memberikan contoh-contoh, Ibn Taimiyah, memaparkan tugas-tugas lembaga hisbah ini. Secara garis besar yaitu : Memasok dan menyediakan

Lihat, Trevor Gambling dan Rifaat Ahmed Abdel Karim, *Business and Accounting Ethics in Islam*, (New York: Mansell, 1993), h. 50.

²⁶⁸ و يأمر المحتسب با الجمعة والجمعات ويصدق الحديث و أداء الأمانات وينهى عن المنكرات من الكذب والخيانة وما يدخل في ذلك في تطفيف المكيال والميزان والغش في الصناعات والبياعات والديانات ونحو ذلك
Ibn Taimiyah, *al-Hisbah... Op. Cit.*, h. 16 & 17

kebutuhan pokok; pengawasan terhadap industri; pengaturan dan pengawasan terhadap tenaga kerja; dan pengawasan terhadap perdagangan.²⁶⁹

Dalam hal pengawasan terhadap perdagangan misalnya, lembaga ini melakukan pengawasan secara menyeluruh terhadap aktivitas pasar. Ia harus melakukan pengujian atas alat ukur atau timbangan yang digunakan oleh pedagang, dan kualitas barang yang diperjualbelikan, sehingga pihak konsumen tidak dirugikan karena menerima barang yang tidak seimbang dengan harga yang telah dibayarnya. Selain itu, iapun ditugaskan untuk mengamati dan menindak kalau-kalau terjadi praktek riba atau praktek curang lainnya dalam transaksi perdagangan, seperti pencegahan kafilah yang membawa barang ketika hendak menuju pasar, dan penimbunan barang atau melakukan spekulasi.²⁷⁰

Oleh karenanya, menurut Akram Khan, lembaga ini mempunyai tiga fungsi utama. *Pertama*, untuk mendorong berperilaku etis dan membatasi masyarakat dari perbuatan jahat dan perilaku tidak etis. *Kedua*, bertanggungjawab terhadap penyediaan kebutuhan masyarakat dan memberikan pelayanan, seperti kebutuhan lampu di jalanan dan jalan yang bersih, mencegah terjadinya pelanggaran dan melindungi lingkungan. *Ketiga*, mengatur pasar dengan melakukan checking (pengecekan) timbangan dan ukuran, menyelenggarakan kontrak, mendorong pembayaran bagi yang berutang karena kegagalan usaha, dan melarang terjadinya praktek perdagangan

²⁶⁹ *Ibid*, h. 11-29.

²⁷⁰ *Ibid*, h. 14-15; M. A. Salim, *Op. Cit.*, h. 116-117

yang menyalahi aturan.²⁷¹ Lebih lanjut, Akram mengkomparasikan fungsi hisbah dengan kelembagaan modern, dimana “Hisbah menjamin barang dan jasa yang diproduksi kualitasnya baik. Muhtasib menjaga persediaan komoditi yang dibutuhkan masyarakat sehingga tidak terjadi kelangkaan. Muhtasib menjamin persaingan murni dan melakukan tindakan terhadap pengusaha yang menghambat terjadinya kompetisi bagi publik. Dia tidak melakukan pengawasan harga sampai pada suatu ketika para pedagang melakukan inflasi secara artifisial. Dia menjamin keluar masuk barang ke pasar”.²⁷²

Bahkan Gambling dan Karim menjelaskan bahwa lembaga seperti hisbah pada negara Islam ini berfungsi juga dalam pengawasan di lembaga keuangan seperti bursa efek, bursa komoditi, leasing, dan bentuk trading lainnya, terutama dalam pengawasan kemungkinan timbulnya monopoli, penetapan harga atau berlaku curang, seperti *insider trading*.²⁷³

Dengan memperhatikan fungsi lembaga hisbah tersebut, kita mendapatkan lembaga hisbah ini merupakan perangkat negara dalam melakukan intervensinya ke dalam kehidupan ekonomi publik. Dan, jika kita mencoba memperbandingkannya dengan lembaga atau kantor yang ada dewasa ini di Indonesia, nampaknya tidak

²⁷¹ M. Akram Khan, *Op. cit.*, h. 158

²⁷² “ *the hisba ensured that resources flowed into the production of undesirable goods or services. The Muhtasib kept a strict watch on the supply position of the essential commodities so that the public did not face hardship. The muhtasib guarded free competition and took action against business persons who tried to collude against the public. He would not seek to control prices unless they were being artificially inflated by trader. He ensured free entry into and exit from the market*”.

Ibid, 159

²⁷³ T. Gambling & R.A.Abdel Karim, *Op. Cit.*, h. 51

berada dalam satu lembaga seperti layaknya lembaga hisbah, melainkan mencakup banyak lembaga atau kantor. Di antaranya, Deperindag, (Bulog, KPPU), Depkeu (Bapepam), Kepolisian, Kejaksaan, Dirjen Pengawasan Obat dan Makanan (POM) Depkes, dan lain-lain.

Dengan memperhatikan fungsi lembaga hisbah tersebut, maka KPPU (komisi Pengawas Persaingan Usaha), sebagai lembaga yang bertugas memonitor dan menjalankan pelaksanaan UUAM ini, merupakan salah satu bagian dari fungsi lembaga hisbah.

Kemudian, bagaimana hubungan peran negara, dalam hal ini institusi/ lembaga yang menangani persoalan penegakkan usaha yang baik dan etis ini dengan penerapan etika usaha itu sendiri? Sebagaimana pernah dijelaskan sebelumnya, untuk memungkinkan bisnis dapat dijalankan secara baik dan etis, harus dilandasi perangkat moral dan legal-politis. Perangkat moral tidak akan banyak berfungsi dan bisnis tidak mungkin akan berjalan secara baik dan etis kalau tidak didukung dan ditunjang oleh perangkat legal-politis. Artinya, demi menjamin bisnis yang baik dan etis, diperlukan sistem sosial politik dan ekonomi yang sesuai, yaitu sistem sosial politik yang menjamin secara konsekuen kegiatan bisnis yang baik, etis dan fair. Betapapun etisnya pelaku bisnis, jika sistem ekonomi yang berlaku sangat bertentangan dengan nilai-nilai moral yang dianutnya, akan sulit mengharapkan iklim bisnis yang baik dan etis. Hal ini berarti, agar bisnis dapat dijalankan dengan baik dan etis, dibutuhkan pula perangkat hukum yang baik dan adil. Dalam hal ini perlunya pemerintahan yang bersih dan adil, yang secara konsekuen dan efektif menegakkan hukum tadi, dengan

sanksi dan hukuman yang sesuai dengan aturan yang ada bagi siapa saja yang melanggar aturan main tersebut tanpa kecuali. Kendati hukumnya bagus, tapi kalau pemerintah tidak secara tegas dan adil menerapkan hukum itu secara konsekuen, akan sulit diharapkan muncul iklim bisnis yang baik dan etis.²⁷⁴

Lembaga hisbah sebagai salah satu contoh di atas, dapat berfungsi dengan baik bila ada penegakkan hukum secara konsisten dan efektif. Begitu pula UUAM ini akan dapat berjalan secara efektif bila peran yang diberikan kepada lembaga ini berfungsi secara optimal dengan kemandirian dan kebebasan (independen) yang diberikan kepada lembaga ini serta integritas pelaksana nya yang juga jujur dan bermoral.

C. Signifikansi Etika Dalam Bisnis

Jika perusahaan ingin mencatat sukses dalam bisnis, menurut Richard de George ia membutuhkan tiga hal pokok: produk yang baik, manajemen yang mulus dan etika.²⁷⁵ Selama perusahaan memiliki produk yang bermutu serta berguna untuk masyarakat dan di samping itu dikelola dengan manajemen yang tepat di bidang produksi, finansial, sumber daya manusia, dan lain-lain, tetapi ia tidak mempunyai etika, maka kekurangan ini cepat atau lambat akan menjadi batu sandungan baginya.

Dalam masyarakat acap kali beredar anggapan bahwa bisnis tidak mempunyai hubungan dengan etika atau moralitas. Etika, menurut persepsi mereka, sama sekali

²⁷⁴ Sonny Keraf, *Op. Cit.*, h. 219-220

²⁷⁵ "Ethics without a good product and without good management will not make a company succeed. But without ethics a good product and smart management cannot guarantee a company's success". Lihat, k. Bertens, *Op. Cit.*, h. 375, yang mengutip dari R. De George, *Competing with Integrity in International Business*, (New York : Oxford University Press, 1993, h. 8).

tidak memiliki sesuatu yang dapat dilakukan dengan bisnis. Etika adalah sesuatu hal dan bisnis adalah sesuatu hal lain, keduanya tidak memiliki hubungan, atau, keduanya adalah sesuatu yang sangat berbeda.²⁷⁶

Bahkan ada mitos mengenai bisnis amoral (*The myth of amoral business*), yaitu dalam bisnis orang menyibukkan diri dengan mencari untung dan tidak berurusan dengan etika atau moralitas.²⁷⁷

Namun dalam perkembangan selanjutnya, ternyata mitos bisnis amoral tersebut tidak diterima oleh masyarakat dimanapun. Sehingga pada akhirnya ada keyakinan bersama, sebagaimana diungkapkan de george di atas, bahwa bisnis tidak terlepas dari segi-segi moral.²⁷⁸ Kebutuhan untuk menerapkan etika bisnis pada dasarnya bukan merupakan pengakuan (klaim) orang-perorang atau kelompok, melainkan pandangan manusia yang mempunyai kepedulian terhadap masalah ini. Kepedulian akan etika bisnis ini menjadi sesuatu yang krusial, karena tanpa ada kepedulian semacam ini mustahil bisnis dianggap sebagai profesi luhur, dan mustahil pula akan tercipta peradaban bisnis yang sarat akan nilai etika, atau perdaban bisnis yang berwawasan humanis, emansipatoris, transedental dan teleogikal.²⁷⁹

²⁷⁶ Berbagai kesan seolah-olah bisnis tidak ada hubungannya dengan etika, telah banyak diungkapkan beberapa penulis dan begitu juga dalam kehidupan sehari-hari. Di antaranya, sebagai berikut : “ ... wah gimana ya ? Wong sekarang ini mencari rezeki yang haram saja sulit, apalagi mencari yang halal. Ya... kita ikut arus saja, enggak perlu ideal pake (memakai) etika segala. Kita ikut yang praktis... kalau nggak gitu (begitu), yah kita nggak kebagian”. Penjelasan berbagai kesan lain, lihat Iwan Triyuwono, ‘Organisasi, Akuntansi, Etika, dan Spiritualisme Islam, dalam *Jurnal Afkar*, (Jakarta: Cides, 1998), Vol V. N0.4, h. 43-44; Sonny Keraf, *Etika Bisnis... Op. Cit.*, 55-68.

²⁷⁷ K. Bertens, *Op. Cit.*, h. 376; Gunardi Endro, *Op. Cit.*, h. 106.

²⁷⁸ K. Bertens, *Ibid*, h. 377.

²⁷⁹ Iwan Triyuwono, *Op. Cit.*, h. 44

Pembicaraan mengenai etika bisnis dilihat dari pendekatan dan penekanannya dalam dunia praxis, terdapat dua pendekatan. Pertama, pendekatan yang cenderung pendekatan formal, dan kedua, pendekatan kultural. Pendekatan pertama, biasanya melihat perusahaan (lembaga usaha) sebagai agen moral yang terbentuk melalui sistem dan perangkat hukum, sehingga mampu mengkondisikan pelaku-pelaku bisnis untuk berperilaku *etis (macro busienss ethics)*, dan Juga dengan melihat peta nilai dan norma moral yang berlaku dalam masyarakat sehingga memberi patokan perilaku etis bagi para pelaku bisnis. Hal ini biasanya dalam bentuk rekomendasi kode etik profesi bisnis (*professional ethics*). Sedangkan pendekatan kedua, melalui pembentukan kultur perusahaan yang membuat kebijakan tentang etika (*corporate policy ethics*), dan pembentukan watak personal pelaku-pelaku bisnis sebagai sumber setiap pelaku etis (*micro business ethics/ business in practice*). Kedua pendekatan tersebut sama pentingnya. Pendekatan formal tanpa internalisasi personal atau dengan mengabaikan pendekatan kultural bisa jadi akan sia-sia karena perilaku etis tidak terwujud dalam tindakan-tindakan riil. Begitu pula sebaliknya, pendekatan kultural tanpa eksistensi formal atau mengabaikan pendekatan formal akan menemui kesulitan koordinatif dalam perwujudan tindakan-tindakan riil dan dalam pengembangannya dalam konstelasi dunia bisnis yang kompleks.²⁸⁰

Oleh karenanya, demi membangun suatu bisnis jangka panjang yang etis sekaligus menguntungkan, secara minimal diperlukan interaksi positif yang saling menunjang antara perilaku bisnis di satu pihak (pendekatan kultural) dan sistem

²⁸⁰ Lihat, Gunardi Endro, Op. Cit., h. 116

ekonomi politik yang kondusif di pihak lain (pendekatan formal). Di samping juga diperlukan suatu masyarakat warga yang cukup berdaya (*empowered*) yang sadar akan hak dan kepentingannya dan gigih memperjuangkannya agar tidak dilanggar dan dirugikan oleh praktik bisnis kelompok manapun juga. Ketiga unsur pokok ini, - perilaku bisnis, sistem ekonomi dan masyarakat yang berdaya, perlu ada perimbangan kekuatan dan saling menunjang agar tercipta iklim dan praktek bisnis yang baik dan etis.²⁸¹ Dalam hal ini UUAM, sebagai suatu produk hukum formal, menjadi acuan untuk berperilaku etis. Sedangkan keberhasilannya, ditentukan pada interaksi dan kesadaran pelaku bisnis serta pengguna (masyarakat) secara keseluruhan.

Mengapa bisnis harus berlaku etis ? . Terhadap permasalahan ini, K. Bertens telah berusaha memberi penjelasan dengan suatu pernyataan bahwa pertanyaan seperti itu sama dengan bertanya mengapa manusia pada umumnya harus berlaku etis.²⁸² Bisnis, yang pada hakikatnya merupakan aktifitas manusia yang dimaksudkan untuk saling memenuhi keinginan dan kebutuhannya, adalah menjadi bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Dengan kata lain, manusia merupakan sumber yang menentukan terhadap tujuan bisnis yang di dalamnya inheren merepresentasikan tujuan manusia pula.²⁸³

Dalam sejarah pemikiran, menurut K. Bertens, jawaban terhadap pertanyaan di atas biasanya diberikan tiga jawaban. Jawaban pertama berasal dari agama, jawaban

²⁸¹ Sonny Keraf, 'Persoalan Etis Bisnis Kita', dalam *Jurnal Afkar*, (Jakarta: Cides, 1998), Vol. V NO. 4, h. 4.

²⁸² K. Bertens, Op. Cit., h. 377.

²⁸³ Gunardi Endro, Op. Cit., h. 134-135

kedua dari filsafat modern dan ketiga dari filsafat Yunani kuno. Penulis tidak akan membicarakan ketiga pandangan tersebut, tetapi hanya secara sekilas membicarakan dan menghubungkannya dengan pandangan agama Islam, khususnya berkaitan dengan keharusan berlaku etis dalam bekerja atau berusaha. Menurut Bertens, Dalam pandangan agama apapun, sesudah kehidupan di dunia ini ada kehidupan di alam baka, di mana Tuhan sebagai Hakim agung akan menghukum kejahatan yang pernah dilakukan dan mengganjar kebajikannya. Meskipun pendekatannya lebih pada pendekatan teologis daripada filosofis, kenyataan ini menjadi dorongan bagi pebisnis untuk melakukan aktifitasnya atas dasar motivasi moral. Sehingga bisnis dijalankan atas nilai-nilai moralitas. Pandangan filsuf modern, menganggap sebagai dasar moralitas adalah apa yang mereka sebut 'kontrak sosial'. Dalam pandangan ini, umat manusia seolah-olah pernah mengadakan kontrak yang mewajibkan setiap anggotanya untuk berpegang pada norma-norma moral. Kontrak ini mengikat seluruh manusia, sehingga tidak ada seorangpun yang melepaskan diri daripadanya.²⁸⁴ Sedangkan pandangan filsafat Yunani kuno, terutama menurut Plato dan Aristoteles, manusia harus melakukan yang baik, justru karena hal itu baik. Yang baik, secara intrinsik adalah baik karena dirinya sendiri, hal ini disebut dengan 'keutamaan'. Keadaan ini diterapkan pada situasi bisnis, adalah orang bisnis harus melakukan yang baik, karena hal itu baik. Atau dirumuskan dengan terminologi modern, orang bisnis harus mempunyai integritas, tidak pantas apabila bisnis tidak dilandasi integritas.²⁸⁵

²⁸⁴ K. Bertens, *Ibid*, h. 378

²⁸⁵ *Ibid*, h. 379

Dalam tradisi Islam, kegiatan bisnis bagi umat Islam, tidak akan pernah terlepas dari “ikatan” etika syariah. Menurut Nurcholish Madjid, bisnis, kerja, amal atau praktis (*Praxis*) adalah bentuk keberadaan manusia. Artinya, manusia ada karena kerja, dan kerja itulah yang membuat atau mengisi eksistensi kemanusiaan.²⁸⁶ . Ditegaskan bahwa manusia tidak akan mendapatkan sesuatu apapun, kecuali apa yang ia usahakan sendiri (QS. 52: 36-42). Artinya bentuk eksistensi manusia atau harga manusia, ditentukan di antaranya tidak lain adalah amal perbuatan atau kerjanya itu. Manusia ada karena amalnya, dan dengan amalnya yang baik, manusia mampu mencapai harkat yang setinggi-tingginya, yaitu bertemu dengan penuh keridhaan (QS. 18:110).²⁸⁷

Al-Qur'an sebagai pedoman hidup muslim telah memberikan dorongan yang kuat untuk bekerja dalam rangka mencari karunia Allah (QS. 62:10). Secara historis bekerja telah menjadi budaya dasar umat manusia. Sejak dahulu manusia bekerja. Dalam pentas sejarah nabi-nabi, mereka adalah insan-insan yang aktif bekerja. Nabi daud misalnya, tukang gembala dan seorang pandai besi. Begitu pula Nabi Muhammad, bekerja sebagai pedagang.²⁸⁸ Pandangan Islam terhadap profesi kerja, Islam tidak membedakan antara satu bentuk pekerjaan dengan pekerjaan lainnya. Kriteria suatu pekerjaan, ditentukan pada kemampuan dan kompetensinya dengan

²⁸⁶ Nurcholish Madjid, *Islam Doktrin dan Peradaban*, (Jakarta : Paramadina, 1992), h. 418.

²⁸⁷ Ibid

²⁸⁸ Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, Op. Cit., h, 2-6

dilandaskan pada keabsahan (*legal, sah, halal*), dan baik (*thayyib*). Semua pekerjaan sama nilainya dihadapan Allah swt.²⁸⁹

Hal yang mendasar dari prinsip Islam terhadap relasi-horisontal interaksi antar manusia, termasuk kerja, adalah berpijak pada kesadaran spiritual yang transenden. “Kerja merupakan ibadah, dan ibadahpun menjelma dalam bekerja”. Jelasnya, Islam menjadikan dunia kerja bukan saja sebagai bangunan relasi-sosial antar manusia demi kebutuhan hidup semata, tetapi juga sebagai bentuk ideal dari pengabdian diri (ibadah) kepada Allah. Prof Sayyed Hossein Nasr, berpijak pada Al-Qur’an surat al-jum’ah (62): ayat 10, menjelaskan bahwa Islam tidak mengenal pemisahan antara yang sakral dan profan, antara ibadah ritual dan kerja. Maksudnya, “kerja dipandang memiliki signifikansi spiritual, dan dinilai sebagai kewajiban keagamaan seorang Muslim”, paparnya.²⁹⁰

Dengan mendasarkan pada pola relasi positif antara kerja, ibadah, dan apa yang di dunia modern dikenal dengan *leisure* (bersenang-senang), menurut Nasr, jelas begitu penting dan bermakna. Ritme kehidupan yang dilandaskan pada prinsip tersebut, jelas dilakukan secara harmonis, terintegrasi dan menuju pada satu tujuan dalam satu kesatuan.²⁹¹ Pada dataran inilah, maka kerja dipandang sangat bernilai sejauh dilaksanakan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan manusia dan menciptakan

²⁸⁹ Beberapa hadis Rasulullah menjelaskan tentang hal ini, di antaranya : Nabi bersabda : “ sesungguhnya yang paling baik dimakan oleh seseorang adalah yang berasal dari usahanya sendiri” (HR. Ibn Majah dari Aisyah); Sabda nabi yang lain: “ Pedagang yang jujur, benar lagi muslim, kelak di akhirat akan bersama-sama para syuhada” (HR. Ibn Majah dari Umar).

²⁹⁰ Sayyed Hossein Nasr, “ *Islamic Work Ethics*”, dalam *Jurnal Hamdard Islamicus*, Vol. VIII, 1984, NO. 4.

²⁹¹ Ibid.

keseimbangan dalam kehidupan individu dan sosial. Sabda Rasul Saw, : sepertiga hari untuk bekerja, sepertiga lainnya untuk tidur, seperti lagi untuk salat, bersenang-senang dan termasuk pula aktivitas-aktivitas keluarga dan masyarakat”. Karena kerja, dianggap bagian dari yang transendental, maka motivasi, proses interaksi dan tujuannya, jelas harus menyandarkan pada upaya pendekatan diri kepada sang *ilahi* (*Allah*). Maka, pada dataran inilah bisnis yang ber-*akhlak/etika* menjadi bagian penting dari pelaku bisnis.

BAB V

KESIMPULAN

Dari penjelasan bab-bab di atas dapat dibuat kesimpulan dan rekomendasi sebagai berikut :

A. Kesimpulan

1. Islam sebagai agama yang universal dan komprehensif, telah menegaskan bahwa etika/akhlak merupakan bagian dari keimanan. Sehingga orang beriman dalam menjalankan kehidupannya, termasuk dalam berusaha, akan mendasarkan kepada aturan yang telah ditentukan oleh Al-Qur'an dan Hadis Rasul Saw. Dalam kedua sumber tersebut, telah dijelaskan hal-hal yang berkaitan dengan usaha. Di antaranya, usaha merupakan bagian dari kehidupan yang harus dijalani oleh seseorang sebagai khalifah Allah di muka bumi. Tugas kekhalifahan ini salah satunya diwujudkan dengan karya nyata dalam bentuk mengambil manfaat dari

alam melalui berbagai aktivitas usaha untuk mencapai kemakmuran dan kesejahteraan dalam hidup dan kehidupan serta melakukan pengabdian atau ibadah dalam arti luas. Usaha sebagai bagian dari kegiatan ekonomi merupakan salah satu sektor dari perilaku manusia yang berhubungan dengan aktivitas produksi, distribusi, perdagangan, jasa atau aktivitas yang berkaitan dengan suatu pekerjaan untuk memperoleh penghasilan dengan medium penukar yaitu uang. Aktivitas tersebut dalam pandangan Islam, harus didasarkan pada referensi nilai yang diajarkan Islam. Salah satunya adalah nilai-nilai akhlak atau etika. Kesadaran terhadap akhlak atau etika ini dalam kegiatan bisnis merupakan bagian dari kerangka sistem ekonomi Islam itu sendiri. Oleh karenanya, bisnis dalam Islam adalah bisnis yang dilandasi oleh prinsip-prinsip akhlak.

Ada beberapa prinsip etika yang menjadi landasan dalam bisnis menurut Islam. Prinsip-prinsip tersebut ada yang bersifat umum dan ada yang bersifat khusus. Yang termasuk ke dalam prinsip-prinsip umum adalah prinsip kebebasan dan tanggungjawab (*otonomi*), keadilan, kejujuran, kepercayaan, berbuat kebajikan (*ihsan*) dan tidak melakukan kerusakan (*fasad*), persaudaraan dan persamaan, dan ketulusan hati. Sedangkan dalam prinsip-prinsip khusus, ada yang bersifat diharuskan (*wajib*), dan ada yang dilarang (*haram*). Prinsip yang diperintahkan untuk dijalankan agar usaha berlaku dengan benar dan fair atau tidak melanggar etika, adalah : mematuhi kesepakatan/perjanjian, mengukur dan menimbang yang benar, perlakuan yang adil terhadap pekerja/karyawan, efisiensi dan kompetensi, melindungi dan memelihara lingkungan, dan berbagai

macam perlindungan transaksi, seperti keharusan segala perjanjian atau aqad dibuat dengan tertulis, ada jaminan, saksi, dan tanggungjawab individu terhadap setiap perjanjian yang dilakukan. Adapun kegiatan atau perjanjian yang dilarang untuk dihindari, adalah riba, penipuan, perjudian dan spekulasi, penimbunan, monopoli, pemaksaan, menjual belikan barang-barang yang dilarang, seperti babi, khamar, dan lainnya. Dari aspek-aspek yang diperintahkan atau yang dilarang tersebut, harus menjadi kenyataan dalam aktivitas ekonomi seperti produksi, konsumsi dan distribusi.

Dalam produksi, motif pengambilan manfaat dari setiap partikel alam ini agar dijalankan dengan penuh tanggungjawab, efisien dan efektif. Tanggungjawab menuntut adanya kesadaran ekologis dalam proses pemanfaatannya. “Perkosaan terhadap alam” dan implikasi yang ditimbulkannya, dianggap perbuatan yang tidak bertanggungjawab dan termasuk perbuatan tercela. Di samping itu, pemanfaatan alam tidak dilakukan dengan pemborosan dan kesia-siaan, tetapi diproduksi sesuai kebutuhan manusia yang wajar pada umumnya dan bukan untuk kemewahan (*luxs*). Dalam operasionalisasi produksi itu sendiri, Islam mengajarkan bahwa tujuannya bukan semata-mata maksimalisasi keuntungan, melainkan benar-benar barang yang dapat berguna bagi masyarakat sehingga tercapai kesejahteraan. Dan tentu saja, segala kegiatan produksi tersebut dari mulai barang yang diproduksi, proses produksi dan *out-putnya* tidak bertentangan dengan aturan hukum Islam. Begitu pula dalam konsumsi, prinsip Islam mengajarkan bahwa : barang yang diperoleh harus bersifat *halal* dan

thayib, laik dan cocok serta tidak kotor dan menjijikan, tidak berlebih-lebihan dan menghindari yang tidak bermanfaat; tujuan dari konsumsi adalah untuk kemajuan dan peningkatan nilai-nilai spiritual dan bukan semata-mata untuk kebutuhan hidup. Adapun dalam distribusi, prinsip Islam mengajarskan yaitu barang yang didistribusikan bukan barang yang dilarang baik dari segi zat/barang itu sendiri atau hukumnya., seperti khamar dan sejenisnya; bersikap benar, amanah dan jujur; bersikap adil dan tidak diskriminatif; tidak melakukan penimbunan, memanipulasi timbangan dan takaran, penipuan dan perbuatan tercela lainnya.

2. Latar belakang yang menimbulkan lahirnya UUAM adalah karena maraknya perbuatan-perbuatan bisnis yang tidak sehat dalam tatanan perekonomian Indonesia seperti praktek monopoli, oligopoli, kartel dan sejenisnya yang dilandaskan pada prinsip KKN (korupsi, Kolusi dan Nepotisme), sehingga mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan tidak sehat di dunia usaha khususnya dan perekonomian pada umumnya. Praktek tersebut dianggap telah melanggar etika karena merugikan pengusaha-pengusaha kecil dan masyarakat pada umumnya. Bahkan, juga dianggap merusak mekanisme pasar yang kompetitif. Berbagai praktek negatif dalam perekonomian di atas, mendorong reaksi publik untuk mengajukan usulan agar adanya Undang-Undang yang mencegah terjadinya praktek-praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Usulan berbagai pihak tersebut sudah lama dilakukan, namun pemerintah yang mempunyai *power economic regulation*, agak lambat menggunakan

kewenangannya sehingga baru pada kabinet reformasi tahun 1999 UU dimaksud dapat terealisasikan. UU ini kemudian dinamakan dengan UU no 5 tahun 1999 tentang Praktek Monopoli dan Persaingan usaha Tidak Sehat disingkat dengan UU Anti Monopoli (UUAM).

Landasan hukum, maksud dan tujuan dibuatnya Undang-Undang Anti Monopoli ini adalah untuk menciptakan keadilan, pemerataan, dan kemakmuran dalam kehidupan ekonomi masyarakat. Dalam UUAM ini, acuan yang dipakai adalah asas demokrasi ekonomi yang merupakan landasan sistem ekonomi Pancasila, yaitu sesuai dengan cita-cita dan amanat UUD 1945 pasal 33 khususnya. Dimana produksi dikerjakan oleh dan untuk semua masyarakat Indonesia, berdasar pada asas kekeluargaan, dengan tujuan untuk kemakmuran semua orang dan bukan kemakmuran orang perorang atau sekelompok orang. Untuk mencapai tujuan tersebut, salah satu usaha yang dilakukan melalui UUAM ini adalah mewujudkan terciptanya iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan dan pemerataan usaha serta mencegah praktek usaha yang tidak sehat dalam kegiatan usaha.

Pengaturan tersebut terdiri dari perbuatan-perbuatan dan perjanjian-perjanjian yang dilarang oleh UUAM. Hal-hal yang termasuk dianggap perbuatan dilarang yaitu monopoli, monopsoni, penguasaan pasar, dumping, manipulasi biaya, dan persekongkolan. Sedangkan perjanjian-perjanjian yang dilarang adalah : oligopoli, penetapan harga, diskriminasi harga dan diskon, pembagian wilayah, pemboikotan, kartel, trust, oligopsoni, integrasi vertikal, perjanjian tertutup, dan

perjanjian dengan pihak luar negeri. Di samping itu juga termasuk yang dilarang adalah posisi dominan, yaitu jabatan rangkap dalam komisaris dan direksi, pemilikan saham, penggabungan, peleburan dan pengambil alihan, yang dumungkinkan akan timbulnya monopoli dan persaingan tidak sehat.

3. Bila ditinjau dari sudut etika ekonomi Islam terhadap UUAM, maka latar belakang, landasan hukum, maksud dan tujuan dibuatnya Undang-Undang Anti Monopoli ini, sebagaimana disebutkan di atas pada poin 2, adalah selaras dan sejalan dengan prinsip dasar ajaran Islam yang ingin menciptakan keadilan, pemerataan, dan kemakmuran dalam kehidupan ekonomi masyarakat. Dalam prinsip ekonomi Islam, bahwa setiap partikel di alam ini pada hakikatnya milik Allah swt. Penguasaan manusia terhadap sumber daya, faktor produksi atau aset produktif di alam ini hanyalah titipan Tuhan. Manusia hanya menguasai saja dan bukan memiliki. Karena pada hakikatnya milik Tuhan, maka setiap individu mempunyai akses yang sama terhadap milik Allah ini. Prinsip ini, pada satu sisi mencegah timbulnya konsentrasi ekonomi dan kepincangan sosial, dan pada sisi lain menyuburkan partisipasi, kerjasama, bahkan kompetisi yang sehat dalam menjaga kelestarian dan “*men-tasharruf-kan*” sumber daya untuk kemakmuran seluruh manusia.

Sedangkan perbuatan-perbuatan dan perjanjian-perjanjian yang dilarang oleh UUAM, pada dasarnya sesuatu perbuatan dan perjanjian yang dianggap bertentangan dengan prinsip etika universal dan etika Islam khususnya. Praktek monopoli, oligopoli, kartel dan sejenisnya, adalah perilaku yang bertentangan

dengan prinsip keadilan, otonomi (kebebasan dan tanggungjawab), kejujuran, persaudaraan/persamaan dan *ihsan*. Dengan adanya UUAM ini, setidaknya ada beberapa hal yang harus dijadikan landasan etis dalam berusaha oleh mereka yang melakukan aktifitas bisnis di Indonesia. Dimana dalam UUAM ini ditegaskan tentang: *pertama*, melarang siapapun melakukan kegiatan bisnis yang menimbulkan sikap monopoli, monopsoni, penguasaan pasar dan persekongkolan, yang mengakibatkan tidak terjadinya persaingan usaha tidak sehat karena sikap tersebut. *Kedua*, melarang berbagai bentuk perjanjian yang menimbulkan kartel dalam bentuk apapun, pengendalian pasar secara vertikal yang berimplikasi tertutupnya akses pengusaha kecil terhadap bahan baku dan produk-produk hilirnya, praktek penggunaan kekuatan untuk mendominasi pasar dan struktur pasar, serta melarang berlaku diskriminatif terhadap pelaku ekonomi lainnya, termasuk blokade pasar dari kompetitor lainnya.

4. Dalam upaya penegakan dan pelaksanaan UUAM ini, maka fungsi pengawasan KPPU sangat penting. Dimana lembaga sejenis KPPU ini dalam sejarah tradisi Islam, merupakan salah satu lembaga yang dapat berfungsi sebagaimana fungsi lembaga *hisbah* sesuai dengan cakupan dan kewenangannya untuk mengawasi dan memonitor kegiatan para pengusaha agar tidak melakukan perbuatan seperti yang dilarang oleh UUAM ini.
5. Negara sebagai representasi dari masyarakat dan merupakan alat masyarakat untuk mencapai tujuan bersama, yang mempunyai kewenangan untuk membuat kebijakan dan melaksanakannya, perlu pro aktif dengan menegakkan pemerintah

yang adil, bersih dan berwibawa sehingga segala kebijakan dan peraturan yang telah dibuat secara bersama (konsensus) dapat dilaksanakan seoptimal mungkin. Penegakkan hukum (*Law enforcement*), harus dilaksanakan kepada siapapun tanpa ada diskriminasi sedikitpun. Begitu juga dalam ajaran Islam, sangat menekankan pentingnya negara ini dalam upaya penegakkan ajaran agama secara keseluruhan dan khususnya di bidang usaha, dengan berpijak pada landasan *amar makruf nahi munkar*. Pemerintah harus merekayasa kondisi sosial atas dasar *amar makruf nahi munkar* ini. Rekayasa ini harus terus menerus dilaksanakan sebagai implementasi *amar makruf nahi munkar* dan karenanya negara mempunyai peranan penting untuk memberikan pijakan agar tercipta kebaikan dan kesejahteraan atau kemakmuran dalam keberadilan. Teori *masalah*, yang dipakai oleh para yuris Islam untuk menunjukkan kemaslahatan umum, dimana menekankan perhatian kepada mayoritas masyarakat untuk mencapai kesejahteraan dan kebahagiaan dapat dijadikan acuan melakukan rekayasa sosial ekonomi.

B. Rekomendasi

1. Pembahasan yang dilakukan penulis dalam tesis ini baru pada dataran konseptual, yaitu melakukan perbandingan dan penilaian terhadap UUAM dari sisi etika ekonomi Islam. Penulis tidak melakukan penelitian dari segi pelaksanaan UUAM dalam menangani kasus-kasus. Hal ini karena, pada saat penulisan tesis ini, lembaga KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) sebagai lembaga yang

bertugas memonitor dan menjalankan UUAM ini baru berjalan dan karenanya belum ada kasus-kasus yang masuk. Untuk itu, penulis merekomendasikan untuk dilakukan pengkajian lanjutan terhadap UUAM ini dari segi pelaksanaan di lapangan, termasuk fungsi lembaga KPPU dalam menerapkan UUAM.

2. Dalam upaya pelaksanaan UUAM ini secara efektif dan efisien di lapangan bukan tugas KPPU saja, melainkan perlu keterlibatan aktif dari berbagai pihak. Dalam hal ini UUAM berkaitan dengan UU No. 28 tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Negara yang Bersih dan Bebas dari KKN. Berdasarkan pengalaman waktu sebelumnya, bahwa terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat itu timbul karena adanya KKN oleh Penyelenggara Negara dengan pengusaha. Maka untuk tidak terulang lagi perilaku tersebut, Penyelenggara Negara, khususnya Pejabat Birokrasi Pemerintah, harus menjalankan UU anti KKN sehingga tercipta clean government. Berjalannya UU Anti KKN dikalangan Birokrasi akan sangat membantu terhadap tidak terjadinya praktek monopoli dan persaingan Usaha tidak sehat yang merugikan masyarakat sebagaimana harapan yang tercantum dalam UUAM. Di samping itu, peran serta masyarakat termasuk salah satunya Pelaku Usaha, perlu ikut serta mewujudkan penyelenggara Negara yang bersih dan bebas KKN, yaitu dengan menaati norma hukum, moral/etika, dan sosial yang berlaku di masyarakat (lihat Peraturan Pemerintah No. 68 tahun 1999 tentang tata cara pelaksanaan peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan negara). Dengan keterlibatan semua pihak, pejabat birokrasi, pengusaha dan masyarakat pada

umumnya untuk menaati aturan hukum dan agama dalam interaksi usaha khususnya akan sangat efektif berjalannya UUAM.

3. Begitu juga UUAM ini berhubungan dengan UU No 22 tahun 1999 tentang Otonomi Daerah dan UU No. 25 tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan antara Daerah dan Pusat. Dimana substansi UUOD dan UU perimbangan keuangan adalah berkaitan dengan aspek keadilan kolektif kelompok masyarakat daerah. Dengan UU ini, diharapkan adanya pembagian kewenangan kekuasaan dan kekayaan atau keuangan antar pusat dan daerah yang selama ini tersentralisasi (termonopoli) di pusat. Tercapainya UUOD sangat dipengaruhi oleh tingkat keberhasilan UU Perimbangan Keuangan antara Pusat dan Daerah. Permasalahan yang muncul adalah apakah Pusat masih dimungkinkan untuk melakukan monopoli dalam menentukan pembagian sumber daya alam dan penerimaan pendapatan daerah ? Sekalipun dalam UUAM tidak diatur secara langsung tentang pengaturan sumber daya alam dan aset ekonomi antara pusat dan daerah, tetapi bahwa penguasaan negara terhadap sumber daya alam sebagaimana di atur UUD 1945 dengan tujuan untuk tercapainya keadilan, pemerataan dan kemakmuran rakyat, maka penulis berpendapat perlu dilakukan kajian lanjutan pula tentang hal ini. Apakah UU N0. 25/1999 tentang Perimbangan Keuangan antara Pusat dan Daerah itu sudah memberikan keadilan dalam pembagian rezeki dan tanggungjawab atas sumber daya alam terhadap daerah ? atukah pusat masih bersikap monopolis ? Dan apakah UUAM membahas tentang hal ini ?

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an al-Karim dan Terjemahnya, Departemen Agama.
- Abu Dawud, Sulaiman al-Sajastani, *Sunan Abi Dawud*, Kairo: Dar al-Hadis, 1988.
- Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 1997.
- Ahamad, Mustaq, *Business Ethics In Islam*, Pakistan : Islamic Research Institut Press, 1995.
- Ahmad, Auzat, & Kazim Raza Awan (Edt), *Lectures on Islamic Economics*, Jeddah : IRTI-IDB, 1992.
- Asad, Muhammad, *Minhaj al-Islam Fi al-Hukmi*, terjemahan Indonesia, *Sebuah Kajian tentang Sistem Pemerintahan Islam*, Bandung : Pustaka, 1985
- Babali, Mahmud Muhammad, *al-Mal Fi al-Islam*, Beirut : Dar al-Kitab, 1972.
- Bahesti, *Kepemilikan Dalam Islam*, Jakarta : Pustaka Hidayah, 1992
- Budiardjo, Miriam, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, Jakarta : Gramedia, 1986
- al-Bukhari, Muhammad Ibn Ismail, *Shahih al-Bukhari*, t.t: Dar al-Fikr, t.th.
- Chapra, Umar, *The Islamic Welfare State and Its Role in The Economics*, London : The Islamic Foundation, 1979.

- , *Toward ajust Moneterly System*, London : The Islamic Foundation, 1985.
- , *Islam and The Ecomomic Challenge*, Saudi Arabia : IIPH, 1995.
- Damanhuri, Didin S., *Pilar-Pilar Reformasi Ekonomi-Politik*, Jakarta : Pustaka Hidayah, 1999.
- Djamil, Fathurrahman, *Metode Ijtihad Majelis Tarjih Muhammadiyah*, Jakarta: Logos, 1995.
- Djamin, Zulkarnain, *Perekonomian Indonesia*, Jakarta : FEUI, 1993.
- Erawaty, A.F. Elly (Edt), *Membenahi Prilaku Pelaku Bisnis Melalui UU no 5 tahun 1999*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 1999
- Fakhry, Majid, *Etika Dalam Islam*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1996
- Faridi, F.R. (Edt)), *Aspect of Islamics and The Economy of Indian Muslim*, New Delhi : Institute of Objektive Studies, 1993.
- , *Islamic Principle of Bussiness Organization and Management*, New Delhi : Qazi Publisher & Distributor, 1995
- Gambling, Trevor & Ahmed, Rifaat (Edt), *Bussiness and Accounting Ethics In Islam*, London : Marshel Publishing, 1991.
- Haekal, Abdul Aziz Fahmi, *Madkhal Ila Iqtisadi al-Islami*, Beirut : Da Al-Nahdhah al-Arabiyyah, t.th.
- Hasan, A Rifai (edt), *Tinjauan Kritis tentang Pembangunan*, Jakarta : LSAF, 1985
- Hazm, Ibn, al-Andalusi, *al-Muhalla bil Atsar*, Beirut: Dar al-Kutub al'Ilmiyyah, tth.
- Islahi, A. A, *Konsepsi Ekonomi Ibn Taimiyah*, Surabaya : Bina Ilmu, 1997
- Ibn Majah, Abu 'Abdullah Muhammad Ibn Yazid, *Sunan Ibn Majah*, Pentahqiq Muhammad Fuad al-Baqi, t.t.: Dar al-Fikr, t.th.
- al-Jauziyah, Ibn Qayyim, *al-Thuruqu al-Hukmiyyah fi Assiyasah al-Syar'iyyah*, Kairo : al-Muassasah al-'Arabiyyah, 1961
- Jurnal Afkar*, Jakarta : Cides, 1992

- Journal Hamdard Islamicus*, Pakistan, 1984
- The American Journal of Islamic Social Sciences*, Washington DC, 1992.
- Kahf, Monzer, *Ekonomi Islam, Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1995.
- Kartasasmita, Ginanjar, *Pembangunan Untuk Rakyat*, Jakarta : Cides, 1996.
- Keraf, Sonny, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta : Kanisius, 1998
- Khayyath, Abdul Aziz, *Nazhrah al-Islam Lil-Amal*, Mesir : Darussalam, 1989.
- Khan, M. Akram, *An Intoduction to Islamic Economics*, Islamabad : IRIP, 1994.
- Khan, Qamaruddin, *Pemikiran Politik Ibn Taimiyah*, Bandung : Pustaka Salman, 1983.
- Kharofa, Ala' Eddin, *Transactions In Islamic Law*, Kuala Lumpur : A.S. Noordeen, 1997
- Kuntowijoyo, *Identitas Politik Umat Islam*, Bandung : Mizan, 1997
- Metawally, MM, *Teori dan Model Ekonomi Islam*, Jakarta : Bangkit Daya Insani, 1995.
- Mannan, M.Abdul, *Economic Development and Social Peace In Islam*, Bangladesh : Social Peace Foundation, 1989.
- , *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta : Dana Bakti Wakaf, 1995.
- , (Editor), *The Making Of Islamic Economic Society*, Jeddah : ICRI -IDB, t.th
- Maulana, Insan Budi, *Catatan Singkat UU No5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 2000
- Mas'ud, Muhammad Khalid, *Islamic Legal Philosophy a Study of Abu Ishaq A Shatibi's life and Thought*, New Delhi : International Publisher, 1989.
- Al-Mawardi, Abu Hasan, *al-Ahkam al-Sulthaniyyah*, Beirut: Darul Fikr, t.th.

- Meliala, Adrianus, (Edt), *Praktik Bisnis Curang*, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 1993.
- Maududi, A, A, dkk, *Esensi Al-Qur'an*, Bandung : Mizan, 1990
- Mubyarto, *Sistem dan Moral Ekonomi Indonesia*, Jakarta : LP3ES, 1988
- , *Reformasi Sistem Ekonomi*, Yogyakarta : Aditya Media, 1998.
- , *Membangun Sistem Ekonomi*, Yogyakarta : BPF, 2000.
- Musa, Muhammad Yusuf, *Nizhamul Hukmi Fil-Islam*, Kairo : Darul Katib, 1965.
- Muslim, ibn al-Hajjaj al-Qusyairi, *Shahih Muslim*, Bandung : Dahlan, t.th.
- Nabhani. T., *Membanguna Sistem Ekonomi Alternatif, Perspektif Islam*, Surabaya : Risalah Gusti, 1996
- Naqvi, Syed Nawab Heidar, *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami*, Bandung : Mizan, 1992.
- Nusantara, Abdul Hakim G & Harman, Benny K, *Analisa dan Perbandingan Undang-Undang Anti Monopoli*, Jakarta : Alex Media Komputindo, 1999.
- Qardhawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta : Gema Insani Press, 1997.
- Qudamah, Ibn, al-Muqaddasi, *al-Mughni al-Syarh al-Kabir*, Beirut : Darul Kutub al'Ilmiyyah, tth.
- Prawiranegara, Syafruddin, *Ekonomi dan Keuangan; Makna Ekonomi Islam*, Jakarta : Haji Masagung, 1989.
- Ra'ana, Irfan Mahmud, *Sistem Ekonomi Pemerintahan Umar Ibn al-Khattab*, Jakarta : Pustaka Firdaus, 1990
- Rahardjo, Dawam, *Etika Ekonomi dan Manajemen*, Yogya : Tiara Wacana, 1990
- , *Perspektif Deklarasi Makkah*, Bandung : Mizan, 1989
- , *Esei-esie Ekonomi Politik*, Jakarta : LP3ES, 1983

- Siddiqie, Moh. Nejatullah, *Toward Islamization of Disciplines, Islamizing of Economics*, Virginia : The International Institute of Islamic Thought (IIIT), 1991.
- , *Muslim Economic Thinking : A Survey of Contemporary Literature* : Leicester: The Islamic Foundation, 1981.
- , *The Economic Interprise In Islam*, Lahore : Islamic Publication, 1979.
- Syalabi, Ahmad, *al-Iqtisad Fi al-Fikri al-Islami*, Kairo : Maktabah al-Nahdhah al-Misriyyah, t.th.
- Sitompul, Asril, *Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Bandung : CAB, 1999.
- Saefuddin, Ahmad Muflih, *Ekonomi dan Masyarakat dalam Islam*, Jakarta : Rajawali Press, 1987.
- Samuelson, Paul A, *Economics*, New York : McGraw-Hill Book Co, 1973.
- al-Syatibi, Abu Ishaq Ibrahim Ibn Musa, *al-Muwafaqat fi Ushul al-Ahkam*, Beirut : Dar I-Fikr, t.th.
- al-Syaukani, Muhammad bin Ali bin Muhammad, *Nailul Authar*, t.tp: Darul Fikr, tth.
- Setiardja, Gunawan, *Dialektika Hukum dan Moral*, Yogyakarta : Kanisius, 1990
- Sophian, Ainur R (Edt) *Etika Ekonomi Politik, Elemen-Elemen Strategis Pembangunan Masyarakat Islam*, Jakarta : Risalah Gusti, 1997
- Soejatmoko, *Etika Pembebasan*, Jakarta : LP3ES, 1988.
- Soekanto, Soejono, *Beberapa Permasalahan Hukum Dalam Kerangka Pembangunan di Indonesia*, Jakarta : UI Press, 1981.
- Siri, Hasan, *al-Iqtisadi al-Islami Mabadi Wakhasaisu Wa Ahdaf*, Makkah : Dar al-'Ilm, 1991.
- Taimiyah, Ibn, *Al-Siyasah al-Syariah Fi Islahi Wa al-Raiyah*, Kairo : Dar al-Kitab al-Arab, 1988.
- , *al-Hisbah fi al-Islam aw Wadhifatu al-Hukumiyah al-Islamiyyah*, Beirut : Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1992.

TIM KAHMI Jaya (Edt), *Indonesia di Simpang Jalan*, Bandung : Mizan, 1998.

Tjptiherijanto, Priyono, *Prospek Perekonomian Indonesia Dalam Rangka Globalisasi*, Jakarta : Rineka Cipta, 1997.

Undang-Undang No 5 Tahun 1999 tentang *Larangan Praktek Monopoli dan Larangan Persaingan Tidak Sehat*.

Undang-Undang No. 28 Tahun 1999 tentang *Penyelenggaraan Negara yang Bersih dan Bebas KKN*.

Undang-Undang No. 22 tahun 1999 tentang *Otonomi Daerah*.

Undang-Undang No. 25 tahun 1999 tentang *Perimbangan Keuangan antara Pusat dan Daerah*.

Yani, Ahmad & W. Gunawan, *Anti Monopoli*, Jakarta : Rajawali Press, 1999

Zallum, Abdul Qadim, *al-Amwal Fi Daulah al_khilafah*, Beirut : Dar al-Ilm, 1977.

al-Zarqa, Mustafa Ahmad, *al-Madkhal al-Fiqh al-'am al-Islami fi Tsaubih al-Jadid*, Damaskus : Dar al-Fikr, 1967.

al-Zuhaili, Wahbah, *al-Fiqhu al-Islami Wa Adillatuh*, Damaskus : Dar al-Fikr, 1989.