

SKRIPSI

ETIKA PERSAINGAN USAHA MENURUT YUSUF QARDHAWI



OLEH

**NURHIDAYAH
NIM: 17.2400.036**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2022

ETIKA PERSAINGAN USAHA MENURUT YUSUF QARDHAWI



OLEH

**NURHIDAYAH
NIM: 17.2400.036**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2022

PENRSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Etika Persaingan Usaha menurut Yusuf Qardhawi
Nama Mahasiswa : Nurhidayah
Nomor Induk Mahasiswa : 17.2400.036
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B.634/In.39.8/PP.00.9/2/2021

Disetujui oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP : 19730129 200501 1 004
Pembimbing Pendamping : Rusnaena, M.Ag.
NIP : 19680205 200312 2 001



Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
19730129 200501 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Etika Persaingan Usaha Menurut Yusuf Qardhawi
Nama Mahasiswa : Nurhidayah
Nomor Induk Mahasiswa : 17.2400.036
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B.634/In.39.8/PP.00.9/2/2021
Tanggal Kelulusan : 27 Januari 2022

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. (Ketua)
Rusnaena, M.Ag. (Sekretaris)
Dr. Hj. Marhani, Lc. M.Ag. (Anggota)
Dra. Rukiah, M.H. (Anggota)



Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
1730129 200501 1 004 7

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah swt. Berkat hidayah, rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare. Tak lupa pula penulis shalawat serta salam semogah tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad saw, yang menjadi panutan kita semua.

Penulis mengucapkan rasa terima kasih yang setulus-tulusnya kepada keluarga tercinta yaitu Ayahnda Sudirman dan Ibunda Tolawati yang merupakan kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan semangat, nasihat, dan doa yang tanpa henti selalu di panjatkan demi kesuksesan anak-anaknya. Berkat merekalah sehingga penulis dapat berusaha menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dan juga dukungan dari berbagai pihak. Maka menjadi kewajiban penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah rela membantu serta mendukung penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Dengan penuh kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M. Si selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare yang telah bekerja keras mengelola lembaga pendidikan IAIN Parepare.

2. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Rusnaena, M. Ag selaku penanggung jawab Program Studi Ekonomi Syariah
4. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M. Ag dan Ibu Ruasnaena, M. Ag selaku pembimbing I dan II, atas segala bantuan dan bimbingannya yang telah diberikan dalam penulisan skripsi.
5. Bapak Budiman, M. Hi selaku dosen penasihat akademik yang selama ini telah memberikan nasihat, motivasi, dan dukungan dalam menjalani aktivitas akademik.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis, dan seluruh staf rektorat; akademik; dan fakultas yang siap selalu melayani mahasiswa.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Perepare beserta jajarannya yang telah melayani dan menyediakan referensi terkait dengan judul penelitian penulis.
8. Keluarga tercinta dan saudara yang terkhusus kepada orang tua yang selalu mendukung dan mensupport dan juga mendokan penulis.
9. Para sahabat keluarga besar (St. Najmia, Halisa Ronta, Astuti Amir, Hayatri Utami, Rina Zakinah H Kamal, Jumrah Basri, Nurul Ezati, Nusty) yang selama ini telah menemani dalam suka maupun duka, selalu mendoakan, selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Para sahabat mm1 official yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Teman PPL, KPM-DR dan seperjuangan Angkatan 2017 di Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang ikut serta mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

12. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini yang penulis tidak bisa menyebutkan satu persatu

Akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun melewati berbagai macam rintangan dan hambatan yang telah dilewat dengan baik karena selalu ada dukungan dan motivasi yang tiada henti dari berbagai pihak. Penulis juga berharap agar kedepannya semoga skripsi ini bernilai ibadah di sisi-Nya dan memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya dan membutuhkannya, khususnya pada lingkungan Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare. Semoga Allah swt. Selalu melindungi dan memberikan jalan yang baik bagi kita sekarang dan juga selamanya. Aamiin.

Parepare, 28 September 2021
21 Safar 1443 H

Penulis


NURHIDAYAH
17.2400.036

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Nurhidayah
Nomor Induk Mahasiswa : 17. 2400. 036
Tempat Tanggal Lahir : Pangaparang, 04 September 1999
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Etika Persaingan Usaha Menurut Yusuf Qardhawi

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 28 September 2021
Penulis


NURHIDAYAH
17.2400.036

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian.....	5
E. Definisi Istilah/ Penjelasan Judul.....	5
F. Tinjauan Penelitian Relevan	8
G. Landasan Teori.....	10
H. Metode Penelitian.....	25
1. Jenis Penelitian.....	25
2. Pendekatan Penelitian	25
3. Jenis Data	26
4. Metode Pengumpulan Data	27
5. Metode Pengolahan Data	27

BAB II KONSEP PERSAINGAN USAHA DALAM EKONOMI ISLAM	
A. Konsep Persaingan Usaha	30
B. Macam-macam Persaingan.....	31
C. Persaingan dalam Ekonomi Islam	37
BAB III ETIKA PERSAINGAN USAHA MENURUT YUSUF QARDHAWI	
A. Biografi Yusuf Qardhawi	43
B. Karya-karya Yusuf Qardhawi.....	45
C. Etika Persaingan Usaha Menurut Yusuf Qardhawi	49
BAB IV RELEVANSI PEMIKIRAN YUSUF QARDHAWI TENTANG ETIKA PERSAINGAN USAHA DENGAN KONDISI PERSAINGAN USAHA DI INDONESIA	
A. Hukum Persaingan Usaha.....	57
B. Relevansi Pemikiran Yusuf Qardhawi Tentang Etika Persaingan Usaha Dengan Kondisi Persaingan di Indonesia.....	61
BAB V PENUTUP.....	65
A. Simpulan	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	I
DOKUMENTASI	IV
BIODATA PENULIS	V

ABSTRAK

Nurhidayah. *Etika Persaingan Usaha Menurut Yusuf Qardhawi*, (dibimbing oleh Muhammad Kamal Zubair dan Rusnaena).

Persaingan usaha adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau pelaku usaha (kelompok tertentu), untuk memperoleh kemenangan atau kondisi dimana dua pihak atau lebih untuk saling mengungguli dalam mencapai tujuan yang dalam situasi tertentu. Persaingan merupakan salah satu resiko yang harus dihadapi salah satu faktor terjadinya persaingan usaha seperti usaha ritel terkadang menjual produk yang sama dan harga berbeda yang dapat menjatuhkan harga produk pesaing, dan terkadang persoalan harga dan lokasi terjadinya persaingan. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konsep persaingan usaha dalam ekonomi Islam, pendapat Yusuf Qardhawi tentang etika dalam persaingan usaha, serta relevansi pemikiran Yusuf Qardhawi tentang etika persaingan usaha dengan kondisi persaingan usaha di Indonesia.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian pustaka (*Library Research*). Oleh karena itu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara teknik studi kepustakaan yang mengambil dari buku-buku, teori-teori baik berupa jurnal dan juga informasi lainnya yang memiliki kaitan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) konsep persaingan usaha dalam ekonomi Islam dilakukan dengan cara sikap yang sehat, adil, dan jujur dan agar menjalin ikatan silaturahmi persaudaraan dalam hal persaingan yang dibatasi oleh kaidah Islam dan akhlak akan membawa kebaikan dalam persaingan yang dilakukan. 2) menurut Yusuf Qardhawi etika dalam persaingan usaha yaitu melarang persaingan usaha yang tidak sehat yang bisa merugikan pihak lainnya, seperti melarang memperdagangkan barang yang haram, bersikap benar, amanah, dan jujur, larangan terhadap monopoli, sikap yang adil, dan menjalankan bisnis bukan hanya untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya melainkan bekal untuk akhirat 3) relevansi pemikiran Yusuf Qardhawi tentang etika persaingan usaha dengan kondisi persaingan di Indonesia dalam Islam melarang terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat seperti monopoli karena monopoli merupakan suatu hal yang mementingkan kebutuhan pribadi tanpa mementingkan bahayanya yang menimpa masyarakat.

Kata Kunci: Etika, Persaingan Usaha, Yusuf Qardhawi.

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran	Halaman
1.	Dokumentasi	V
2.	Riwayat Hidup	VI

PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet

س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ya
ص	shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dhad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	’	Apostrof
ي	ya	Y	Ya

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda(“).

2. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagaiberikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dhomma	U	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupagabunganhuruf,yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
اَوَّ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : Kaifa

حَوْلَ : Haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
نا / نِي	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
يِي	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
وُو	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh :

مات	: māta
رمى	: ramā
قيل	: qīla
يموت	: yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh :

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ	: raudah al-jannah atau raudatul jannah
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: al-madīnah al-fāḍilah atau al-madīnatul fāḍilah
الْحِكْمَةُ	: al-hikmah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعَمُّ : *nu‘‘ima*

عُدُّو : *‘aduwwun*

Jika huruf *ى* bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (*يِ*), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *لا* (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang

ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar

(-). Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> (bukan <i>az-zalzalāh</i>)
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta’murūna</i>
النَّوْءُ	: <i>al-nau’</i>
شَيْءٌ	: <i>syai’un</i>
أَمْرٌ	: <i>Umirtu</i>

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur’an* (dar *Qur’an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī ẓilāl al-qur’an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi ‘umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

8. *Lafẓ al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullah* با الله *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmatillāh*

9. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naṣr Ḥamīd Abū)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahū wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دم	=	بدون

صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
بن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها / إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karenadalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis adalah jenis kegiatan yang mencoba membuat, memproduksi, dan menjual produk. Perkembangan dunia usaha sekarang ini semakin ketat dapat dikatakan bahwa bisnis memiliki peran dalam meningkatkan kualitas ekonomi seseorang seperti, meningkatkan kualitas hidup, dan meningkatkan taraf hidup seseorang. Usaha atau bisnis menjadi salah satu kegiatan yang manusia penting dilakukan karena bisnis merupakan usaha komersial yang didunia perdagangan. Selain itu bisnis juga merupakan kegiatan yang ekonomis dinamakan kegiatan tukar-menukar, jual beli, memproduksi dan memasarkan dan juga berinteraksi sesama manusia. Bisnis atau usaha selalu di barengi dengan adanya pesaing antara usaha.

Orang akrab dengan istilah "bisnis", dan setiap orang yang terlibat dalam kegiatan ekonomi di sekitar mereka dapat mengucapkannya. Kegiatan bisnis didefinisikan sebagai operasi yang mengikuti prinsip dan rumusan "memaksimalkan pendapatan perusahaan sambil menurunkan biaya perusahaan".¹ Dan bisnis dapat didefinisikan sebagai aktivitas bisnis individu yang diselenggarakan untuk memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk mendapatkan keuntungan dan memenuhi tuntutan masyarakat.

Berbagai literatur yang mengupas unsur-unsur peraturan perundang-undangan persaingan usaha seringkali menggunakan istilah "persaingan usaha". Persaingan terjadi ketika perusahaan atau individu bersaing untuk mendapatkan hasil yang diinginkan seperti pelanggan, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang

¹Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabet, 1997), h. 16.

dibutuhkan.² Mereka seharusnya berada dalam persaingan. Secara umum persaingan usaha adalah suatu kegiatan dimana pelaku usaha harga murah dan kualitas pelayanan yang baik digunakan untuk bersaing mendapatkan klien.

Persaingan usaha semakin ketat karena banyaknya masyarakat yang berminat untuk menjalankan usaha. Persaingan merupakan salah satu resiko yang harus dihadapi para pelaku usaha atau bisnis, bagaimana tidak, dapat dilihat bahwa minat untuk menjalankan bisnis sangat besar bahkan tidak bisa dipungkiri banyak sekali yang menjalankan usaha dengan bidang yang sama dan terkadang harga produk menjadi salah satu faktor terjadinya persaingan usaha, seperti pada usaha ritel terkadang menjual produk yang sama tetapi harga berbeda, bukan hanya persoalan harga tetapi juga terkadang lokasi menjadi faktor persaingan usaha, tentunya tidak dapat dicegah oleh mereka yang telah menjalankan usaha terlebih dahulu. Persaingan usaha terjadi karena ketidakmampuan pelaku usaha untuk menciptakan produk yang lebih dibutuhkan konsumen

Masyarakat yang memiliki minat untuk menjalankan usaha atau bisnis harus mampu melihat kondisi yang memungkinkan untuk menjalankan usaha seperti memilih lokasi yang strategis untuk menjalankan usaha, dan juga mampu berinovasi untuk menciptakan produk yang dibutuhkan juga oleh masyarakat agar mampu bersaing dengan pengusaha lainnya secara baik dengan tidak memasarkan produk yang sama.

²Mudrajad Kuncoro, *Strategi bagaimana meraih keunggulan kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 86.

Persaingan usaha semakin ketat memerlukan penerapan etika bisnis yang baik. Hal ini dikarenakan dalam konteks Islam tujuan berbisnis tidak semata-mata memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi juga keridaan yang mencapai keberkahan atas apa yang diberikan. Harus diakui dalam dunia bisnis memang penuh dengan persaingan maka aturan-aturan dalam bisnis akan berbeda dengan aturan dalam kehidupan sosial.³ Persaingan dagang harus sehat, adil, dan jujur, menurut hukum Islam, dan persahabatan harus diciptakan untuk memperkuat ikatan persaudaraan. Kebebasan individu dalam bersaing dengan demikian dibatasi oleh etika dan moralitas Islam, atau dengan kata lain masih berpedoman pada aqidah, yang menjamin bahwa persaingan itu sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.⁴

Ekonomi Islam bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab, bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga di anggap sebagai bagian dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya, jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat, maka bisnis dengan sendirinya harus berjalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan Islam, bisnis itu sendiri tidak dibatasi pada urusan duniawi tetapi juga mencakup seluruh kegiatan kita didunia yang dibisniskan untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat. Pandangan Yusuf Qardhawi mendukung kebebasan berusaha dan persaingan sehat. Antar ekonomi (bisnis) dan akhlak (etika) tidak pernah dipisahkan sama sekali seperti halnya antara ilmu dan akhlak, antara politik dan akhlak, dan antara perang dan akhlak. Seorang pengusaha dalam pandangan etika Islam bukan

³H. Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), h. 89.

⁴Abdul Aziz. *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 124.

sekedar mencari keuntungan tetapi juga mencari keberkahan. Yusuf Qardhawi memberikan norma dan nilai-nilai yang harus ditaati dalam perdagangan yaitu bersikap benar, jujur, amanah, adil, dan mengharamkan monopoli.⁵

Berdasarkan penjelasan diatas melatar belakangi penulis untuk mengkaji lebih lanjut lagi tentang etika persaingan usaha menurut Yusuf Qardhawi karena melakukan sesuatu yang baik dan benar bagi orang lain harus dilakukan dengan cara yang tidak merugikan orang lain agar dapat mendatangkan kepuasan bagi orang lain. Berdasarkan hal tersebut penulis memilih judul penelitian skripsi “Etika Persaingan Usaha Menurut Yusuf Qardhawi”, sebagai bentuk permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut, berdasarkan konteks masalah:

1. Bagaimana konsep persaingan usaha dalam ekonomi Islam?
2. Bagaimana etika persaingan usaha menurut Yusuf Qardhawi?
3. Bagaimana relevansi pemikiran Yusuf Qardhawi tentang etika persaingan usaha dengan kondisi persaingan usaha di Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kondisi persaingan usaha dalam ekonomi Islam.
2. Mengetahui etika persaingan usaha menurut Yusuf Qardhawi.

⁵Yusuf Qardhawi, *Daurul Qiyam wal Akhlaq fill Iqtishadil Islam*, (Kairo Mesir: Makhtabah Wahbah, Cet- I. 1415 H- 1995 M) Diterjemahkan oleh, Zainal Arifin dan Dahlia Husain, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani,1997), h. 173.

3. Mengetahui relevansi pemikiran Yusuf Qardhawi tentang etika persaingan usaha dengan kondisi persaingan usaha di Indonesia

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat ditinjau dari dua aspek yaitu secara teoretis dan praktis

1. Manfaat Teoretis

- a. Penelitian ini diharapkan menjadi landasan untuk mengetahui etika dalam persaingan usaha yang sesuai dengan syariat Islam.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian tentang teori etika dalam menjalankan usaha yang sesuai dengan kondisi kegiatan ekonomi sekarang ini.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Masyarakat: Menambah pemahaman masyarakat tentang persaingan usaha yang semestinya yang tidak merugikan sesama pebisnis yang lain.
- b. Bagi Penulis: Menambah wawasan dan pengalaman ilmu dan juga sebagai sarana dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama diperkuliahan.
- c. Bagi Akademis: Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi selanjutnya yang berkaitan dengan etika persaingan usaha atau yang memiliki variable yang sama untuk menjadi pembandingan antara penelitian-penelitian lainnya.

E. Definisi Istilah/ Penjelasan Judul

Untuk mengurangi kemungkinan kesalahpahaman dalam memahami Skripsi yang berjudul *Etika Persaingan Usaha Menurut Yusuf Qardhawi*, Maka peneliti akan memberikan penegasan pada judul tersebut dan juga istilah yang terkandung

dialamnya dan juga memberikan batasan dalam pembahasan selanjutnya, adapun istilah sebagai sebagai berikut:

1. Etika

Etika berasal dari istilah Yunani *ethos*, yang berarti “adat” atau “adat” dalam bentuk jamak (*ta etha*). Penyebaran adat menciptakan aturan yang kuat dalam masyarakat, yaitu bahwa setiap tindakan dan tanduk harus mengikuti norma, dan aturan tersebut telah mempengaruhi moral masyarakat dalam hal mengikuti adat yang telah ditetapkan.⁶ Disini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.⁷ Dapat disimpulkan bahwa etika adalah suatu kebiasaan atau perilaku yang ada pada diri kita sendiri, dan menjadikan sebagai suatu aturan atau prinsip dalam hidup baik individu ataupun masyarakat.

Ketika membahas etika bisnis Islam, istilah "perusahaan bisnis" dan "orang bisnis" digunakan secara bergantian. Melakukan bisnis berarti menghasilkan keuntungan. Akibatnya, etika bisnis Islami adalah studi tentang seseorang atau organisasi yang terlibat dalam bisnis atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.⁸ Ringkasnya, etika bisnis Islami adalah aktivitas bisnis yang mengikuti ajaran Al-Qur'an dan Sunnah.

Ketika etika, bisnis, dan Islam, yang juga dikenal sebagai syariah, disatukan, maka etika bisnis Islami adalah suatu cara dan upaya untuk menentukan mana yang benar dan mana yang salah, sehingga produk dan layanan perusahaan berkualitas

⁶ Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi* (Bandung: Alfabeta, 2017). h. 2.

⁷ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*. (Jakarta: Kencana, 2006), h. 5.

⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 28.

tinggi. Pihak yang berkepentingan sesuai dengan kebijakan perusahaan.⁹ Etika yang berkaitan dengan perbuatan yang salah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang.¹⁰ Maksud etika dalam penelitian ini adalah etika yang berlaku dalam perdagangan.

2. Persaingan Usaha

Istilah "bisnis" atau "persaingan bisnis" berasal dari kata bahasa Inggris "competition", yang mengacu pada kompetisi, pertandingan, dan kompetisi. Organisasi berjuang atau bersaing untuk mencapai tujuan atau sasaran yang diinginkan, yang disebut sebagai kompetisi.¹¹ Dalam kamus manajemen persaingan adalah usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga yang paling menguntungkan. Persaingan usaha itu sendiri terdiri dari beberapa bentuk termasuk pemotongan harga, iklan, dan promosi penjualan, variasi kualitas, kemasan, desain dan segmentasi pasar.¹² Persaingan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persaingan yang dilakukan pedagang untuk menarik pelanggan atau untuk memenangkan pangsa pasar.

Menurut penjelasan di atas, etika persaingan usaha adalah suatu kegiatan atau kegiatan yang dilakukan baik secara individu maupun kelompok untuk menghasilkan dana atau menjual barang atau jasa untuk memperoleh keuntungan dengan menyusun strategi yang baik dalam memenuhi kebutuhan yang dilakukan sesuai dengan aturan

⁹ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan, 2004), h. 35.

¹⁰ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabet, 1997), h. 202.

¹¹ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 86.

¹² B. N. Marbun, *Kamus Manajemen* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), h. 276.

atau ketentuan yang berlaku. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang berlaku untuk bisnis atau perdagangan.

F. Tinjauan Penelitian Relevan

Peneliti bertujuan untuk menemukan studi yang terkait dengan topik yang diteliti, seperti:

Penelitian yang dilakukan oleh Nining Isnayni yang berjudul Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Antar Produsen Tahu Didesa Karanganyar, Weru, Sukoharjo dengan Persaingan perusahaan dapat ditimbulkan oleh kesalahan strategis, yang dapat diteliti dan dimanfaatkan oleh pelaku usaha lain sebagai peluang untuk menarik perhatian konsumen, sesuai dengan pendekatan penelitian lapangan (Field Research). Dengan fokus penelitian pada Tinjauan etika bisnis Islam Terhadap persaingan antar produsen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, dari sudut pandang etika bisnis Islam, persaingan bisnis tidak pantas karena pengetahuan mereka tentang subjek yang tidak memadai, karena mereka hanya tahu tentang persaingan bisnis dalam hal menerapkan taktik yang memaksimalkan keuntungan dengan mengabaikan hukum Islam.¹³ Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Nining Isnayni dengan objek penelitian pada produsen tahu didesa Karanganyar, Weru, Sukoharjo dengan metode penelitian lapangan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis dengan objek penelitian persaingan usaha dengan metode penelitian kepustakaan. Penelitian penulis akan serupa karena akan berkaitan dengan persaingan perusahaan.

¹³ Nining Isnayni, *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Antar Produsen Tahu Didesa Karanganyar, Weru, Sukoharjo*.(Yogyakarta: 2017).

Penelitian Warda dengan judul, “Analisis Etika Bisnis Islami Terhadap Persaingan Usaha Pedagang Pakaian di Pasar Lakessi, Kota Parepare”. Dengan metode penelitian deksriptif kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*), baik *library research* literatur yang dijadikan rujukan adalah dokumen. Fokus penelitian etika bisnis Islami adalah pada persaingan pengecer pakaian jadi. Berdasarkan temuan penelitian, pedagang pakaian bersaing dalam tiga bidang: kualitas, harga, dan pemasaran untuk memenuhi kebutuhan mereka di pasar Lakessi di Parepare. Pedagang pakaian selalu mengikuti prinsip-prinsip etika bisnis Islam, dan prinsip kelima etika bisnis Islam, yaitu prinsip kebenaran: kebijaksanaan dan kejujuran, adalah salah satu dari lima yang paling umum diikuti oleh pedagang pakaian. Yang dimaksud dengan "tindakan pencegahan" adalah kemungkinan salah satu peserta dalam suatu transaksi bisnis, kerjasama, atau kesepakatan kehilangan pekerjaan.¹⁴ Persamaan penelitian Wardah dengan penelitian penulis adalah persaingan dengan metode penelitian kepustakaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Erna dengan judul Strategi Persaingan Bisnis Café Dikota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam). Dengan jenis penelitian metode penelitian kualitatif, dengan fokus penelitian menganalisis: 1. Strategi yang digunakan oleh café di Kota Parepare, 2. Bentuk persaingan usaha café di Kota Parepare, 3. Penerapan etika bisnis pada persaingan usaha café di Kota Parepare. penelitian mengungkapkan bahwa pengamatan lingkungan dengan menggunakan pendekatan SWOT dan persaingan produk, pemilik kafe memahami setiap produk yang mereka miliki dengan sangat detail, dan persaingan harga yang terjadi pada

¹⁴Warda, *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Bisnis Pedagang Pakaian Dipasar Lakessi Kota Parepare* (Parepare: IAIN Parepare, 2015).

pemilik perusahaan kafe tidak ada karena mereka percaya keberuntungan mereka sudah ditentukan. Bagi sebagian besar operator kafe, persaingan layanan sudah sangat ketat. Rivalitas pemilik warnet adalah sesuai dengan etika bisnis Islami, yang dalam Kesulitan ini muncul sebagai akibat dari penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.¹⁵ Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Erna dengan penelitian berfokus pada strategi persaingan bisnis dan lokasi penelitian yang dilakukan dengan metode penelitian kualitatif, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu berfokus pada etika pada persaingan dengan metode penelitian kepustakaan dengan memanfaatkan buku ataupun jurnal lainnya yang berkaitan dengan pembahasan.

G. Landasan Teori

1. Teori Etika Persaingan Usaha

a. Pengertian Etika

Untuk tujuan yang sama, istilah etika dan moralitas sering dipertukarkan. Secara teoritis, etika dapat dipisahkan menjadi dua kelompok. Pertama-tama, kata etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang berarti "kebiasaan" atau "karakter". Dalam konteks ini, etika mengacu pada perilaku hidup etis yang dilakukan secara turun-temurun, baik di dalam individu maupun di seluruh masyarakat atau kelompok masyarakat. Kedua, etika adalah studi sistematis tentang nilai-nilai seperti baik, jahat, seharusnya, benar, salah, dan pengertian lainnya, serta prinsip-prinsip umum yang menjelaskan bagaimana mereka berlaku untuk segala sesuatu. Etika dapat dipandang sebagai landasan moralitas seseorang sekaligus sebagai filosof dalam bertindak.¹⁶

¹⁵ Erna, *Strategi Persaingan Bisnis Café Dikota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam)*, (Parepare: IAIN Parepare, 2018).

¹⁶ Irham Fahmi, *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 199.

Tiga domain yang sering disebut dalam filsafat hukum: hukum, etika, dan estetika. Benar dan salah ditentukan oleh hukum, sedangkan baik dan buruk ditentukan oleh etika, dan indah dan jelek ditentukan oleh estetika. Ada dua isu utama yang dibahas dalam etika: baik dan benar. Etika adalah ilmu atau ajaran tentang konvensi yang berkaitan dengan kebiasaan baik atau berbahaya yang diterima secara luas dalam hal sikap, tindakan, dan kewajiban. Artinya kewajiban moral, tanggung jawab, dan keadilan sosial semuanya dipengaruhi oleh etika.

Jika etika memiliki metode, ia juga harus memiliki tujuan dalam pikiran. Dalam skenario ini, tujuan etika adalah untuk mencapai cita-cita yang sama bagi semua manusia di semua tempat dan di semua waktu dalam menilai baik dan buruk.¹⁷ Etika adalah perbuatan dan perkataan yang dilakukan secara sadar merupakan ilmu yang membahas tentang tingkah laku manusia.

b. Etika Bisnis dalam Islam

Etika bisnis Islami adalah proses dan upaya untuk menetapkan apa yang benar dan salah, dan kemudian melakukan hal yang benar untuk produk dan layanan pelaku bisnis dengan pihak yang berkepentingan, semuanya di bawah pengawasan pelaku bisnis. konsep umum dan standar untuk perilaku moral dala bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya etika bisnis dalam Islam merupakan suatu kebiasaan yang bermoral dan berkaitan dengan pelaku bisnis. Tujuan khusus dari etika bisnis Islam terdiri dari banyak elemen, termasuk:¹⁸

- 1) Tujuan dari etika bisnis adalah untuk mengembangkan solusi untuk menyelaraskan dan menyelaraskan berbagai tujuan perusahaan.

¹⁷ Erni R Ernawan, *Etika Bisni*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h.10-11.

¹⁸ Aselina Endang Trihastuti, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta:Depublish, 2020), h. 11.

- 2) Etika perusahaan juga berperan dalam mengubah persepsi masyarakat terhadap bisnis, khususnya bisnis syariah. Hal ini dilakukan dengan bertumpu pada landasan prinsip moral dan spiritualitas untuk menghasilkan ide dan pandangan bisnis baru, yang kemudian dituangkan dalam bentuk etika bisnis.
- 3) Etika bisnis, khususnya etika bisnis Islam, dapat membantu memecahkan berbagai tantangan bisnis modern, tetapi harus selalu mengacu pada sumber utamanya, Al-Qur'an dan Sunnah.¹⁹

c. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam mengacu pada dua sumber yaitu Al-Qur'an dan Sunnah Nabi. Dari dua sumber ini dapat mengarahkan dan membimbing perilaku individu Muslim terlibat dalam ibadah, tindakan, dan kegiatan. Dari sini, etika bisnis Islami mengacu pada sistem kehidupan individu masyarakat dalam menjalankan kegiatan komersial atau bisnis, yang harus selalu berpegang pada prinsip-prinsip Islam. Adapun landasan Hukumnya sebagai berikut: Q.S. An-Nisa'/4: 29.

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S. An-Nisa/4: 29).²⁰

¹⁹ Iwan Aprianto, *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*. (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2020), h. 7-8.

²⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit Jumanatul 'Ali-ART (J-ART), 2004), h. 83.

Menurut ayat di atas, adalah haram mencuri milik orang lain dengan cara yang sia-sia (tidak benar), kecuali melalui perdagangan berdasarkan kesepakatan bersama. Harta dapat diperoleh melalui jual beli atau dengan jual beli berdasarkan kerelaan kedua belah pihak tanpa paksaan. Sebab, walaupun ada uang atau penggantinya, jual beli dengan paksa adalah haram. Tidak boleh ada unsur ketidakadilan terhadap orang lain, baik individu maupun masyarakat, dalam mengejar kemakmuran, misalnya mencuri, riba, berjudi, korupsi, menyontek, menurunkan timbangan, menyuap, dan cara-cara lain untuk mendapatkan harta untuk keuntungan pribadi. Selanjutnya, Allah menentang bunuh diri karena itu adalah bentuk penghancuran diri dan orang yang melakukannya tidak beriman kepada kebaikan dan pertolongan Allah.

Islam telah menetapkan pedoman berupa norma dan etika dalam berbisnis untuk memastikan bahwa pelaku bisnis benar-benar konsisten dan memiliki rasa tanggung jawab yang besar.

d. Etika dalam Persaingan

Aktivitas dalam dunia bisnis suatu kepercayaan sangat penting karena tanpa didasari kepercayaan atau saling percaya, maka transaksi suatu bisnis tidak akan bisa terlaksana. Dalam ajaran Islam, setiap muslim yang akan menjalankan bisnis maka dianjurkan untuk selalu melakukan persaingan sebagai berikut:

1) Melakukan persaingan yang sehat

Baik itu tidak diperbolehkan menawar barang yang ditawarkan orang lain, tidak diperbolehkan membeli barang dari pedagang yang tidak mengetahui harga pasar desa, atau tidak diperbolehkan berpura-pura menawar barang mahal untuk menipu pembeli lain. Lebih jauh lagi, mendapatkan keuntungan di atas pendapatan

biasa dengan menjual lebih sedikit barang dengan harga lebih tinggi adalah bertentangan dengan ajaran Islam.

2) Kejujuran

Menjadi jujur adalah salah satu aspek terpenting untuk menjadi pebisnis yang sukses. Konsumen akan lebih mempercayai Anda jika Anda jujur. Konsumen akan menaruh kepercayaan pada pelaku bisnis jika mereka jujur, dan mereka tidak perlu khawatir untuk berbisnis dengan mereka.

3) Keterbukaan

Transparansi dapat mengacu pada ketersediaan informasi yang memadai tentang kinerja pelaku usaha, serta penyajian informasi tersebut dengan cara atau media yang mudah dipahami oleh konsumen.

4) Keadilan

Saat membeli dan menjual, salah satu cara dasar berbisnis yang terkait dengan keadilan bukanlah menambah atau mengurangi bobot timbangan.²¹

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa etika dalam persaingan usaha merupakan bagian penting dari pencapaian tujuan para pelaku usaha.

Yusuf Al-Qardhawi memberikan patokan tentang norma-norma atau nilai-nilai Syariah yang harus ditaati dalam perdagangan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan kegiatan perdagangan, yaitu:²²

- a) Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan
- b) Bersikap benar, amanah, dan jujur.

²¹ Faisal Badroen, *Etika Bisni dalam Islam*, (Jakarta: KENCANA, 2017), h. 70.

²² Yusuf Qardhawi, *Daurul Qiyam wal Akhlaq fill Iqtishadil Islam*, (Kairo Mesir: Makhtabah Wahbah, Cet- I. 1415 H- 1995 M) Diterjemahkan oleh, Zainal Arifin dan Dahlia Husain, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani,1997), h. 173.

- c) Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.
- d) Menegakkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.
- e) Menegakkan toleransi dan persaudaraan.
- f) Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat.

e. Hal-hal yang Dipersaingkan dalam Etika Bisnis Islam

Berikut ini adalah beberapa keuntungan yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing:

1) Barang (Produk)

Barang halal harus digunakan baik dalam persaingan barang maupun jasa. Spesifikasi harus mencerminkan apa yang diharapkan pembeli dalam hal kualitas dan harga untuk menghindari penipuan. Dalam ajaran Islam, seluruh aspek eksistensi manusia diatur sepenuhnya, termasuk arena ekonomi, yang meliputi produk. Produk adalah keseluruhan entitas atau proses yang memberikan manfaat nilai yang bervariasi kepada konsumen. Persaingan komoditas merupakan hal yang wajar terjadi di sektor komersial. Untuk menghindari penipuan, barang pesaing perusahaan harus halal dan sesuai dengan harapan konsumen.

2) Harga

Anda harus memiliki harga produk yang kompetitif jika ingin memenangkan persaingan. Pemotongan harga untuk mengurangi persaingan tidak diizinkan dalam keadaan ini. Ketika datang untuk membeli suatu barang, harga biasanya menjadi salah satu faktor yang paling penting untuk dipertimbangkan. Pasar yang baik adalah pasar di mana harga ditentukan semata-mata oleh penawaran dan permintaan.

3) Tempat

Menurut Etika Bisnis Islam, untuk menarik wisatawan, tempat itu harus bagus, sehat, bersih, dan nyaman, serta bebas dari barang-barang terlarang seperti barang-barang religi. Seorang Muslim adalah orang yang menjalankan bisnis untuk memperoleh dan mengembangkan kepemilikan properti Allah swt telah menganugerahkan kekayaan kepada kita sebagai hadiah.

4) Pelayanan

Pandangan Islam menekankan bahwa ketika memberikan jasa dari bisnis, baik berupa barang atau jasa, jangan memberikan yang buruk atau tidak bermutu kepada orang lain, melainkan memberikan yang berkualitas. Pedagang yang memberikan pelayanan prima sesuai syariat Islam tanpa menimbulkan kemaksiatan atau menarik minat konsumen, seperti dengan memberikan pelayanan yang sopan, tidak melukai nasabah dengan kata-kata kasar, melayani dengan sebaik-baiknya, dan tidak menutup kemungkinan memberikan bonus kepada nasabah sebagai ucapan terima kasih.²³ Dapat disimpulkan bahwa hal yang dipersaingkan seperti, barang, harga, tempat, dan pelayanan merupakan suatu faktor yang sangat penting untuk meningkatkan daya saing sesama pelaku bisnis atau usaha dan juga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan atau konsumen.

2. Teori Persaingan Usaha

a. Pengertian Persaingan Usaha

Sebuah "perang harga" adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan persaingan bisnis. Pengusaha tidak menyukai pertempuran harga ini karena

²³ Muhammad, *Metode Penelitian Pemikiran Islam. Edisi Pertama*, (Yogyakarta: EKONOSIA, 2004), h. 90.

pendapatan mereka akan menderita sebagai hasilnya. Meskipun perang harga sedang memanas, banyak pengusaha yang rela menjual produknya dengan harga lebih rendah dari biaya produksi atau harga pokok produksi ditambah harga pokok produksi²⁴. Persaingan adalah keadaan dimana ketika pengusaha berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh konsumen, pangsa pasar, peringkat survey, atau sumber daya yang dibutuhkan sehingga bisa dikatakan dengan persaingan bisnis atau persaingan usaha.

Pengertian usaha dalam kamus manajemen adalah “suatu tindakan yang terorganisir dan terarah yang dilakukan secara teratur untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan, baik secara individu maupun kelompok”. Persaingan sehat digambarkan sebagai persaingan yang dilakukan sesuai dengan aturan main dan memiliki pengaruh positif bagi pihak yang bersaing, menginspirasi mereka untuk berkembang. Namun, jika persaingan tidak sehat, itu akan merugikan kedua belah pihak. Dapat disimpulkan bahwa usaha adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara terarah untuk mencapai sasaan dan dalam persaingan akan memberikan dampak yang positif jika kita juga menjalankan persaingan secara baik tanpa merugikan pesaing lainnya.

Kesalahan strategi dalam persaingan perusahaan atau bisnis dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha lain sebagai peluang untuk menarik perhatian konsumen. Selain itu, persaingan adalah bagian alami dari lingkungan bisnis, dan para pebisnis sangat menyadari bahayanya. Alhasil, tak heran jika para pelaku usaha memahami, memahami, dan menetapkan strategi yang jitu. Dengan demikian, persaingan usaha dapat didefinisikan sebagai usaha kolaboratif oleh pengusaha atau

²⁴ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFE, 2013), h. 144.

pelaku bisnis untuk mendapatkan pangsa pasar dan keuntungan dalam rangka menyediakan barang dan jasa kepada pelanggan melalui berbagai taktik.²⁵ Dapat disimpulkan bahwa persaingan usaha yang baik yaitu dengan cara menyusun strategi yang baik kedepannya agar tidak kehilangan peluang yang dapat diambil oleh pelaku usaha lainnya, jadi sebelum membuat usaha pelaku usaha harus memahami dan menyusun strategi yang bijak.

b. Pengertian Persaingan Usaha dalam sistem ekonomi pasar

Persaingan usaha dalam sistem ekonomi pasar memiliki beberapa pengertian:

1. Persaingan menunjukkan banyaknya pelaku usaha yang menawarkan atau memasok barang atau jasa tertentu ke pasar yang bersangkutan. Banyak sedikitnya pelaku usaha yang menawarkan barang atau jasa ini menunjukkan struktur pasar (*market structure*) dari barang atau jasa tersebut.
2. Persaingan merupakan proses dimana masing-masing perusahaan berupaya memperoleh pembeli atau pelanggan bagi produk yang dijualnya.²⁶

Dalam pandangan Islam strategi bersaing diperbolehkan dengan kriteria bersaing secara baik. Seperti yang dijelaskan dalam Q.S. Al-Mulk /67: 15.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿٦٧﴾

Terjemahnya:

“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah disegala penjurunya dan makanlah sebahagian dari resekinya, dan

²⁵ Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 4.

²⁶ Gunawan Widjaja, *Merger dalam Perspektif Monopoli* (Jakarta: PT Grafindo Perkasa, 1999), h. 10.

hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”. (Q.S. Al-Mulk/67: 15).²⁷

Setelah ditegaskan bahwa Allah adalah Maha luas pengetahuan-Nya, kini diuraikan kembali tentang kuasa-Nya. Dialah Allah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi untuk melakukan aneka aktifitas yang bermanfaat, maka jelajahilah disegala penjurunya, berkelanalah ke seluruh pelosoknya, dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya yang disediakan untuk kamu, serta bersyukurlah dengan segala karunia-Nya itu. Dan karena pada akhirnya, hanya kepada-Nyalah kamu kembali setelah dibangkitkan.²⁸ Dapat disimpulkan bahwa Allah telah menyediakan bumi untukmu melakukan berbagai hal yang bermanfaat maka jelajahilah dan berjalanlah keseluruhan pelosoknya serta makanlah dari rezeki yang telah disediakan dan syukuri segala karunia yang diberikan karena dialah tempatmu kembali.

Kekuatan utama seorang pengusaha Muslim adalah keyakinannya bahwa semua makanan berasal dari Allah swt. Keyakinan ini adalah landasan dari pola pikir kepercayaan bisnis yang hebat. Dia akan terus-menerus membuat hal-hal diketahui Allah saja saat melakukan bisnis. Dia akan bersyukur jika perusahaannya mengungguli para pesaing. Sebaliknya, jika dia kesulitan bersaing, dia akan bersabar. Intinya, ia menghadapi setiap situasi dengan sikap positif sambil tetap setia pada ajaran Tuhan.

Seorang muslim akan memandang bisnis sebagai pelaksanaan perintah Allah untuk bertebaran dimuka bumi dalam menghalalkan segala cara untuk sekedar memenangkan persaingan. Baginya, yang disebut dengan persaingan Allah yang

²⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: CV Penerbit Jumanatul 'ALI-ART (J-ART) 2004), h, 563.

²⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, h. 563.

dicapai dengan sekuat tenaga untuk tetap setia dalam aturan bisnis-Nya dan berbisnis, sedangkan terbaik dihadapan manusia dengan menjalankan bisnis dengan produk yang berkualitas.

Persaingan usaha atau bisnis merupakan konsep persaingan dalam etika bisnis Islam yang mendorong para pelaku usaha untuk bersaing secara menguntungkan (Fastabiqul Kahirat) dengan memberikan kontribusi positif terhadap usahanya, tidak menjatuhkan pelaku usaha lain, serta tidak merugikan dan merugikan pelaku usaha lain. Lebih jauh, terlepas dari keyakinan Islam, Islam mempromosikan konsep tidak bersaing dalam hal memperoleh kekayaan sebanyak mungkin. Karena hal itu yang membuat lupa kewajibannya sebagai hamba Allah. Oleh karena itu, pentingnya bagi pebisnis Muslim untuk memahami konsep persaingan yang dianjurkan dalam Islam agar tidak terjatuh pada persaingan yang tidak sehat.²⁹

c. Jenis Persaingan Usaha

Jenis persaingan usaha terdiri dari atas:

a. Persaingan Sehat (*Healthy Competition*)

Persaingan antara perusahaan-perusahaan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mengedepankan etika-etika bisnis. Terdapat berbagai pengenalan khusus dalam skema persaingan sehat, antara lain sebagai berikut:

- 1) Ada banyak pembeli dan penjual potensial.
- 2) Hal-hal yang ditawarkan semuanya sama.
- 3) Masuk ke pasar tidak dilarang.

²⁹ Franz Magnis Suseno, *Etika Binis Islam: Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Gramedia,.) h. 55-56.

4) Kumpulkan informasi sebanyak-banyaknya tentang kondisi pasar.³⁰

b. Persaingan tidak sehat (*unfaircompetition*)

Persaingan usaha tidak sehat terjadi apabila pelaku usaha bersaing dalam penciptaan, pemasaran, atau pendistribusian barang atau jasa secara tidak jujur dan kriminal, atau pada saat terhambatnya persaingan komersial. Pasar terdiri dari jumlah produsen dan klien kecil yang tidak teratur, menurut konsep ekonomi klasik tentang persaingan ideal. Kebebasan masuk dan keluar, kepemilikan teknologi dan metode produksi, kebebasan memilih teknologi dan metode produksi, serta kebebasan dan ketersediaan informasi semuanya dijamin oleh pemerintah. Dalam situasi ini, teknologi yang efektif diperlukan agar pelaku pasar dapat tumbuh.³¹

Persaingan ini adalah jenis persaingan tidak sehat dimana terjadi perebutan pasar antara beberapa pihak yang melakukan bisnis, sehingga menimbulkan praktek menghalalkan segala cara untuk menjatuhkan lawan bisnis sehingga salah satunya tersingkir dari pasar, salah satunya adalah menjual barang di bawah harga pasar saat ini.³²

d. Faktor Pendorong Persaingan

Porter percaya bahwa persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan perusahaan atau perdagangan. Dalam persaingan bisnis atau komersial, empat elemen, menurut Porter, menentukan kemampuan bersaing.

³⁰ Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*. h. 47.

³¹ ³¹ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: BPFE, Cet: I, 2004), h. 371.

³² Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), h. 371.

1) Kekuatan tawar membeli

Pembeli dan informasi pembeli adalah contoh hal yang perlu dipertimbangkan. Daya tawar pembeli berdampak pada harga yang ditetapkan oleh pedagang.

2) Kekuatan pemasok atau supliyer

Semakin sedikit pemasok, semakin vital komoditas yang dipasok, dan semakin kuat posisi tawarnya. Demikian pula, ketika sampai pada komponen keempat, kekuatan tawar-menawar pembeli, kita dapat mengamati bahwa semakin besar pembeli, semakin banyak pilihan yang dia miliki dan, secara umum, semakin baik posisi pembeli.

3) Ancaman produk pengganti

Sejauh mana pelanggan bersedia membeli produk pengganti ditentukan oleh faktor-faktor seperti biaya beralih dan loyalitas pembeli.

4) Ancaman pendatang baru

Dari mana pun asalnya, pedagang, penjualan, dan pemasaran yang hebat menderita. Jangan mengabaikan pemula; pendatang baru bisa lebih inventif daripada yang sudah lama.³³

Dapat disimpulkan bahwa dengan menerapkan dan berpegang pada norma-norma bisnis Islam, sebuah perusahaan dan seorang muslim akan makmur dan berkembang pesat karena Allah swt senantiasa meridhoi mereka.

³³ Michael E. Porter, *Strategi Bersaing*, (Terj. Sigit Suryanto: Karisma, 2007), h. 27.

e. Hukum Persaingan Usaha

Persaingan usaha merupakan struktur pasar yang paling ideal, karena dianggap sistem pasar ini adalah struktur pasar yang akan menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang atau jasa yang tinggi (optimal) efisiensinya. Pasar persaingan sempurna dapat didefinisikan sebagai struktur pasar atau struktur pasar industry dimana terdapat banyak penjual dan pembeli dan setiap penjual atau pun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan dipasar.³⁴

Pasar persaingan penuh memiliki ciri-ciri yang sama dengan pasar persaingan penuh pada umumnya: komoditas ditawarkan secara merata, dan terdapat banyak pemasok atau pembeli, sehingga tidak ada satu pun penjual atau pembeli yang dapat mempengaruhi pasar secara sepihak. Akibatnya, jika vendor menaikkan harga, mereka akan merugi. Selanjutnya, dalam persaingan sempurna, pasar harus bebas hambatan bagi penjual untuk masuk dan keluar, serta pasar "bebas informasi", di mana setiap penjual dan pembeli memiliki akses tak terbatas ke semua informasi pasar.³⁵

Penetapan harga didefinisikan sebagai di bawah biaya marjinal dalam hukum persaingan. Menetapkan harga di bawah harga pasar dapat mengakibatkan bisnis tidak sehat .

f. Dampak Positif dan Dampak Negatif Adanya Persaingan

1) Dampak Positif

³⁴ Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, (Jakarta: Pt Gravindo Persada, 2004), h. 231.

³⁵ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2012), h. 11.

Kompetisi adalah kompetisi di mana kata sifat siap untuk berpartisipasi dalam kondisi dunia nyata apa pun yang sedang dilakukan. Ketika kami mengatakan kami kompetitif, kami menyiratkan bahwa kami memiliki pola pikir yang siap dan bersedia untuk bersaing dengan orang lain. Persaingan dapat berfokus pada kesiapan dan kemampuan kita untuk mencapai pertumbuhan dan kesuksesan yang positif dan penuh harapan sebagai manusia. Jenis kompetisi ini merupakan sumber motivasi diri dan sarana untuk menemukan dan meningkatkan potensi seseorang dalam menghadapi jenis kompetisi lainnya. Sehingga persaingan tidak sepenuhnya terfokus pada menang dan kalah lawan.³⁶

2) Dampak Negatif

Dampak negatif adanya persaingan usaha atau bisnis antara lain sebagai berikut:

- a. Tantangan memulai bisnis baru
- b. Kemungkinan melanggar etika bisnis Islam
- c. Munculnya perang harga yang merugikan
- d. Dalam lingkungan yang kompetitif, dimungkinkan untuk menciptakan bisnis monopoli

Dapat disimpulkan bahwa setiap persaingan yang dilakukan pasti memiliki dampak positif dan negatifnya tergantung pada seseorang yang menjalankan usaha tersebut. Dampak positif yang timbul yaitu memberikan motivasi pada diri sendiri dan mengembangkan potensi yang dimiliki sedangkan dampak negative yang akan

³⁶ Nia Hidayanti, *Bagaimana Menghadapi Kompetisi dan Persaingan*, Jurnal Marketing, 2010.

muncul yaitu pelaku usaha tersebut akan mengabaikan aturan atau prinsip syariah dalam menjalankan usahanya.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian mendefinisikan langkah-langkah yang diambil peneliti untuk mengumpulkan, menganalisis, dan mengevaluasi data untuk menghasilkan kesimpulan penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini merujuk pada *Draft Focus Group Discussion* Pedoman Karya Tulis Ilmiah Terbaru IAIN Parepare Berbasis Teknologi dan Informasi yang diterbitkan IAIN Parepare tahun 2020. Metode penelitian mencakup beberapa bagian, yakni jenis penelitian, pendekatan penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan dan teknik pengolahan data³⁷

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (Library Research). Kajian ini didasarkan pada data kepustakaan, dan mengkaji pandangan Yusuf Al Qardhawi tentang etika persaingan usaha, serta buku-buku, jurnal, dan karya-karya ilmiah lainnya yang relevan dengan isu penelitian.

2. Pendekatan Penelitian

Strategi penelitian disesuaikan dengan jenis penelitian, rumusan masalah, dan tujuan penelitian. Berikut ini adalah beberapa pendekatan yang digunakan dalam penelitian kepustakaan: pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan kasus (*case approach*), pendekatan sejarah (*historical approach*),

³⁷ Tim Penyusun, *Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi*, (Parepare, IAIN Parepare, 2020), h. 23-24.

pendekatan komparatif (*comparative approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan sejarah (*historical approach*). Perspektif historis mengasumsikan bahwa situasi sosial saat ini adalah hasil dari proses sejarah yang terjadi di masa lalu. Pada suatu waktu, kesulitan ekonomi, agama, dan fenomena sosial semuanya memiliki hubungan dengan kondisi sebelumnya.³⁸

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian sejarah karena menggali sedalam mungkin keadaan saat ini. Akibatnya, dimaksudkan agar tidak ada interpretasi yang muncul dari latar belakang sejarahnya. Kemudian, dengan melihat kapan, di mana, mengapa, dan siapa yang terlibat dalam peristiwa tersebut, pendekatan ini memiliki keunggulan karena dapat melacak berbagai peristiwa dan menentukan maknanya.³⁹

Penelitian ini adalah penelitian perpustakaan yang melibatkan peninjauan buku, teori, dan informasi lain yang terkait dengan rumusan masalah untuk menetapkan masalah dan tujuan penelitian.

3. Jenis Data

Penelitian ini termasuk jenis penelitian pustaka (*library research*). Data primer dan data sekunder digunakan dalam penelitian ini. Data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung dari objek yang diteliti. Data primer penelitian ini berasal langsung dari sejumlah publikasi yang menjadi pedoman, khususnya buku-buku yang dijadikan referensi. tentang etika persaingan usaha menurut Yusuf Qardhawi. Adapun

³⁸U. Maman Kh, *Metodologi Penelitian Agama; Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rajawali Press, 2006), h. 149.

³⁹Ubuddin Nata, *Metodologi Studi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h. 46.

buku yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya, Norma dan Etika Ekonomi Islam. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Peneliti akan mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan etika persaingan usaha menurut Yusuf Qradhawi yang telah ada baik berupa jurnal, skripsi, tesis maupun disertasi.

4. Metode Pengumpulan Data

Teknik kepustakaan digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. dimana peneliti mengumpulkan data dan informasi dari buku-buku ataupun sumber kepustakaan lainnya. Oleh karena itu referensi yang digunakan harus sesuai dengan pendekatan penelitian. Kemudian peneliti membaca sumber referensi yang digunakan tentang etika persaingan usaha. Setelah itu, dikategorikan sesuai dengan kebutuhan mereka dan ke dalam kelompok yang relevan, membuat proses pengolahan data lebih mudah.

5. Metode Pengolahan Data

Berikut ini adalah metode pengolahan data yang digunakan sesuai dengan pendekatan yang dipilih:

a. Pemeriksaan data (*editing*)

Menelaah dan mengkaji data yang terkumpul, terutama dalam hal kelengkapan, kejelasan interpretasi, keselarasan dengan data sebelumnya, dan relevansi penelitian.

b. Klasifikasi (*classifying*)

Klasifikasi adalah proses pengelompokan semua data baik yang berasal dari hasil wawancara dengan subyek penelitian, pengamatan dan pencatatan langsung

dilapangan atau observasi. Seluruh data yang didapat tersebut dibaca dan ditelaah secara mendalam, kemudian digolongkan sesuai kebutuhan.⁴⁰

c. Verifikasi (*veritying*)

Verifikasi adalah proses memeriksa data dan informasi yang telah didapat dari lapangan agar validitas data dapat diakui dan digunakan dalam penelitian. Hal ini dilakukan untuk menjamin data yang didapat benar-benar valid.

d. Analisis (*analysing*)

Dalam penelitian ini metode pengolahan data dengan cara deksiptif analisis yang dimaksud bahwa semua pendapat Yusuf Qradhawi tentang etika persaingan usaha dengan maksud untuk memahmi makna yang terkandung dalam pemikirannya. semua istilah dalam pemikiran yusuf qardhawi tentang etika persaingan usaha, peneliti akan analisis secara cermat dan kritis, ini sebagai tahap untuk menemukan pengertian yang tepat.

e. Pembuatan Kesimpulan (*concluding*)

Merupakan tahap akhir dari prosedur pengolahan data. Kesimpulan ini nantinya akan dijadikan informasi tentang topik penelitian peneliti.

⁴⁰ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993), h. 104.

BAB II

KONSEP PERSAINGAN USAHA DALAM EKONOMI ISLAM

A. Konsep Persaingan Usaha

Persaingan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang tertentu (kelompok sosial), agar memperoleh kemenangan memperhatikan keunggulan masing-masing yang dilakukan oleh perseorangan (perusahaan atau negara) pada bidang perdagangan, produksi, maupun persenjataan. Usaha dalam kehidupan sehari-hari dapat diartikan sebagai upaya manusia untuk melakukan sesuatu guna mencapai tujuan tertentu, usaha atau juga disebut suatu perusahaan adalah suatu bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum yang didirikan.

Suatu keadaan di mana dua pihak atau lebih (pelaku usaha) berusaha untuk saling mengungguli dalam mencapai tujuan yang sama dalam suatu usaha tertentu disebut persaingan usaha. persaingan adalah proses social yang melibatkan individu ataupun kelompok untuk mencapai keuntungan tertentu, persaingan merupakan perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang ditawarkan.

Sebuah perusahaan jarang menjual ke satu pasar atau pelanggan; sebaliknya, ia bersaing dengan sejumlah perusahaan lain. Untuk mendapatkan dan mempertahankan loyalitas klien, para pesaing ini harus ditemukan, dipantau, dan ditangani.⁴¹ Persaingan kondisi dimana dua kelompok pelaku usaha yang berupaya

⁴¹ Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), h. 85.

untuk saling mengungguli dalam mencapai tujuan yang di inginkan unttuk mencapai keuntungan dalam usaha dengan strategi usaha yang telah dibuat.

B. Macam- macam Persaingan

Ada tiga macam bentuk dasar industri/pasar menurut ahli ekonomi dibagi menjadi: persaingan sempurna, monopoli, dan persaingan monopolistik dan oligopoli.⁴²

1. Persaingan Sempurna
 - 1) Dimana jumlah produsen tinggi dan volume produksi masing-masing produsen merupakan sebagian kecil dari total volume transaksi di pasar, sehingga menghalangi setiap produsen untuk menentukan harga.
 - 2) Produk produsen bersifat homogen, oleh karena itu output satu produsen dapat digunakan untuk menggantikan output produsen lain.
 - 3) Setiap pelaku pasar menerima informasi yang akurat dan lengkap, memungkinkan mereka untuk mengambil keputusan berdasarkan informasi yang tersedia di pasar.
 - 4) Produsen sebagai *price taker*, di mana tidak dapat menetapkan harga. Karena harga sepenuhnya ditentukan berdasarkan tarikan permintaan penawaran dipasar, sehingga setiap produsen menetapkan harga berdasarkan mekanisme harga yang terjadi di pasar.
 - 5) Kebebasan untuk masuk dan keluar (*free entery and exit*), di mana setiap perusahaan mempunyai kebebasan untuk masuk dan keluar dalam suatu industry. Perusahaan baru bebas untuk masuk ke dalam industry tanpa adanya hambatan

⁴² M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 218.

dari para pemain lama. Begitu pula perusahaan lama memiliki kebebasan untuk keluar dari industry tersebut apa bila melihat potensi pasar yang semakin kecil.⁴³

Menurut Islam, ada sistem pasar yang sempurna di mana harga ditentukan murni oleh penawaran dan permintaan pasar, tanpa campur tangan pasar. Penetapan harga yang timbul akibat mekanisme pasar yang ada sangat didukung oleh Rasulullah SAW. Tangan tak kasat mata, menurut Adam Smith mengatakan mekanisme pasar. Apa yang dikatakan, pada kenyataannya, dipengaruhi oleh teori ekonomi Muslim yang lebih tua. Namun, terlepas dari kenyataan bahwa baik ekonomi konvensional maupun Islam mengklaim bahwa struktur pasar yang benar-benar kompetitif adalah struktur pasar yang optimal dibandingkan dengan struktur pasar lainnya, hal itu tidak mungkin dicapai dalam kehidupan nyata.

2. Monopoli

Monopoli adalah suatu keadaan di mana di dalam pasar hanya ada satu penjual sehingga tidak ada pihak lain yang menyainginya ini adalah khusus monopoli. Pasar monopoli adalah suatu bentuk interaksi antara permintaan dan penawaran yang di tandai oleh adanya satu penjual atau produsen dipasar berhadapan dengan permintaan konsumen.

Pada kenyataannya, menemukan contoh monopoli murni tanpa aspek persaingan sama sekali jarang terjadi, karena persaingan tidak langsung adalah hal biasa. Monopoli dapat terjadi pada beberapa aspek, yaitu:

- 1) Monopoli usaha, yaitu monopoli yang dilakukan perusahaan karena menguasai produksi dan penjualan suatu produk atau jasa secara sendiri tanpa saingan di suatu pasar.

⁴³M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 218.

- 2) Monopoli perusahaan, yaitu monopoli yang dilakukan oleh suatu kelompok usaha yang terdiri atas beberapa perusahaan yang menghasilkan produk yang relatif sama.
- 3) Monopoli pangsa pasar, yaitu monopoli yang dilakukan oleh perusahaan yang telah menguasai pangsa pasar di atas 50% dan perusahaan tersebut menjadi pemimpin harga untuk produk yang sama dihasilkan dan dijual di pasaran.⁴⁴

Perspektif Islam secara sunnatul setiap perusahaan termasuk perusahaan monopoli akan berlaku hukum pertambahan hasil yang berkurang (*law of diminishing return*) artinya dalam jumlah produksi tertentu perusahaan masih mengalami keuntungan, akan tetapi manakala produksi telah mencapai titik maksimal maka hasilnya yang diperoleh justru akan menurun. Oleh karena itu, harga barang dipasar atau perusahaan monopoli dapat dipastikan selalu lebih tinggi. Lalu bagaimanakah Islam memandang permasalahan monopoli.

Sedangkan monopoli, menurut Yusuf Qardhawi, adalah dengan mencegah komoditas beredar di pasar sehingga menyebabkan harga naik. Dari uraian tersebut jelaslah bahwa perilaku monopolistik dilatarbelakangi oleh keinginan untuk memaksimalkan keuntungan. Seorang monopolis akan menetapkan harga yang memungkinkan sejumlah kecil penjualan sambil tetap menghasilkan laba bersih yang lebih besar. Menurut Islam, harga pasar ditentukan oleh keseimbangan harga pasar. Namun, jika ini terjadi, pasar monopoli dapat terbentuk. Padahal menurut Yusuf Qardhawi, monopoli itu haram dalam perspektif Islam. Sebab, selain riba, monopoli merupakan salah satu faktor pendukung kapitalisme.⁴⁵

⁴⁴ M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 233.

⁴⁵ M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 242.

Menurut M.A. Mannan, cara paling sederhana untuk memahami masalah monopoli adalah dengan melihat harga monopoli sebagai akibat dari perilaku pasar yang tidak sempurna. Kalaupun ada potensi persaingan, pilihan barang substitusi, dan risiko intervensi pemerintah, menurut Manna, harga monopoli lebih tinggi dari harga persaingan dalam persepsi umum. Sementara itu, hasil yang diperoleh dengan monopoli lebih rendah daripada yang diperoleh di bawah persaingan ideal. Akibatnya, produksi monopoli akan lebih murah daripada produksi kompetitif, namun harga monopoli akan lebih mahal. Ada situasi yang mengarah pada struktur pasar monopoli, yang tidak dapat disangkal.

Dalam Islam, setiap orang dapat melakukan perdagangan, baik sebagai penjual tunggal (monopoli) atau sebagian dari kelompok penjual. Menyimpan barang untuk keperluan persediaan tidak dilarang dalam Islam. Tidak dilarang jika konteks dan kondisi ekonomi berkontribusi pada struktur pasar monopoli, seperti penetapan harga seperti dalam monopoli alami. Kegiatan monopoli, sebagaimana dikemukakan oleh M.N. Siddiqi dan Qardhawi dalam definisi mereka tentang monopoli, tidak diperbolehkan, seperti menetapkan harga di atas harga pasar untuk memaksimalkan keuntungan atau mengurangi kuantitas output untuk menaikkan harga yang tinggi. Menyimpan inventaris juga ilegal, seperti halnya Ikhtikar, atau mendapatkan keuntungan di atas pendapatan reguler dengan menjual lebih sedikit barang dengan harga lebih tinggi, yang dalam istilah ekonomi biasanya disebut sebagai sewa monopoli.⁴⁶ Jadi, sementara monopoli diperbolehkan dalam Islam, sewa monopoli dilarang. Banyak ekonom Muslim mengaitkan makna ikhtikar dan penimbunan;

⁴⁶ M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 260. 232-242.

Namun kedua definisi tersebut tidak dapat dibandingkan karena dalam Islam menimbun barang bukanlah hal yang buruk asalkan dilakukan secara ketat untuk persediaan dan tidak mengganggu sistem harga pasar.

3. Persaingan monopolistik dan oligopoli

Karena ketidakpuasan dengan daya analitik model persaingan sempurna, serta monopoli, teori persaingan monopolistik didirikan. Pierre Sraffa adalah ekonom pertama yang menyuarakan ketidakpuasan dengan dua teori di atas, diikuti oleh Hotelling dan Zeothen. Persaingan monopolistic dikembangkan secara intensif oleh Joan Robinson (ekonomi Inggris) dan Edward Chamberlin. (ekonomi Amerika). Persaingan monopolistik terjadi ketika suatu pasar memiliki banyak produsen tetapi terdapat beberapa diferensiasi produk di antara produk-produk yang dihasilkan oleh masing-masing produsen. Berikut ini adalah tiga asumsi penting dari persaingan monopolistik:⁴⁷

- 1) Produk yang terdiferensiasi (*differentiated product*)
- 2) Jumlah perusahaan banyak dalam industry (*large number firms*)
- 3) Kebebasan untuk masuk dan keluar (*free entry and exit*)

Oligopoli mengacu pada suatu kondisi di mana sejumlah kecil perusahaan menguasai pasar baik secara individu maupun secara rahasia.⁴⁸ Oligopoli dengan diferensiasi produk (setiap perusahaan memiliki merek khusus sendiri, seperti dalam industri kosmetik) dibedakan dari oligopoli tanpa diferensiasi produk. (misalnya industri seng).

⁴⁷ M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 243.

⁴⁸ Boediono, *Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 1996), h. 137.

Berdasarkan definisi di atas dapat dilihat beberapa unsur penting (karakteristik) dalam pasar oligopoli, yaitu:

- 1) Hanya sedikit perusahaan dalam industri (*few number of firms*).
- 2) Produknya bisa homogeny tetapi bisa juga terdiferensiasi (*homogeny or differentiated product*).
- 3) Pengambilan keputusan yang saling memengaruhi (*interdependence decisions*)
- 4) Kompetisi non harga (*non-pricing competition*) dan upaya mencapai kondisi optimal, perusahaan tidak hanya bersaing dalam harga namun juga persaingan non harga.
- 5) Adanya hambatan untuk masuk (*barriers to entry*) ke dalam industry bagi perusahaan baru.

Ada dua faktor penyebab terbentuknya pasar oligopoli, yaitu:

- 1) Efisiensi skala besar. Hal ini terjadi pada industry yang bersifat pada modal yang dibutuhkan dalam proses produksi menyebabkan efisiensi akan tercapai bila output diproduksi dalam skala besar.
- 2) Kompleksitas manajemen. Perusahaan harus cermat memperhitungkan setiap keputusan agar tidak menimbulkan reaksi yang merugikan dari perusahaan pesaing.

M.A. Mannan menganalisis bahwa pasar oligopoli menunjukkan persaingan tidak sempurna antara banyak perusahaan dalam kaitannya dengan masalah oligopoli dalam semangat Islam. Sebaliknya, orang awam berasumsi bahwa tidak ada teori perkembangan tunggal untuk pasar oligopoli, meskipun skala industri telah

berkembang dalam beberapa tahun terakhir, terutama di negara-negara industri.⁴⁹ Dalam struktur pasar persaingan monopolistik dan oligopoli, pandangan dunia Islam tidak melihat ada yang salah dengan struktur pasar. Di satu sisi, skenario ini tidak ideal jika dibandingkan dengan struktur pasar yang sepenuhnya kompetitif, tetapi tidak akan menjadi masalah dalam ekonomi Islam jika lingkungan dan kondisi pada akhirnya mengarah pada penerimaan struktur pasar. Pertumbuhan perilaku oligopolistik tidak diperbolehkan (*oligopolistic behavior*).

C. Persaingan Usaha dalam Ekonomi Islam

Saat menjual barang, seorang Muslim harus jujur dan memberi kesan positif pada pembeli. Demikian pula, ketika seorang Muslim membeli sesuatu, dia harus bersikap baik. Alih-alih bertengkar dengan penjual, cobalah melakukan transaksi yang kooperatif.

Menurut Islam, persaingan dagang harus sehat, adil, dan jujur, serta menjalin silaturahmi untuk mempererat tali persaudaraan. Kebebasan bersaing individu dibatasi oleh etika dan moral Islam, atau masih diatur oleh aqidah, yang memungkinkan seseorang untuk mencerminkan persaingan sesuai dengan ajaran Islam.⁵⁰ Persaingan yang baik yang dilakukan dengan cara yang baik juga sesuai dengan agama Islam bahwa apapun yang dilakukan terhadap manusia harus dilakukan dengan cara yang baik dan tidak boleh dilakukan dengan cara yang negatif agar Allah meridhoi dunia dan akhirat.

⁴⁹ M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 260.

⁵⁰ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis: Mikro dan Makro* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 125.

وَأَبْتَعِ فِي مَآءِ آتِنَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ
 كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ



Terjemahnya: “Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”. (QS. Al-Qashah/28: 77).⁵¹

Ayat ini menjelaskan secara jelas bahwa apa yang telah di anugerahkan Allah kepada kita baik berupa harta benda kamu menafkahkanya di jalan ketaatan kepada Allah, jangan kamu lupa hendaknya untuk beramal dengannya untuk mencapai pahala akhirat dan sedekahkan kepada orang yang lebih membutuhkan. Jika kamu berbuat baik kepada orang lain, Allah akan membalas dengan melimpahkan nikmat-Nya kepadamu, sedangkan Allah membenci orang-orang yang merusak.

1. Jenis-jenis persaingan

Menurut Normin persaingan usaha dapat berbentuk persaingan sehat dan persaingan tidak sehat.

1) Persaingan Sehat (*perfect competition*)

Menjamin persaingan di pasar yang *inheren* dengan pencapaian efisiensi ekonomi di semua bidang kegiatan usaha dan perdagangan, menjamin kesejahteraan konsumen serta melindungi kepentingan konsumen, membuka peluang pasar yang seluas luasnya dan menjaga agar tidak terjadi konsentrasi kekuatan ekonomi pada kelompok tertentu.

⁵¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit Jumanatul 'Ali-ART (J-ART), 2004), h. 394.

Seperti yang dikatakan sebelumnya, jika sebuah perusahaan memiliki keunggulan produk, ia dapat bertahan dalam menghadapi persaingan. Tentu saja, peningkatan layanan konsumen juga menjadi prioritas. Ketika sejumlah besar pelaku usaha bersaing, pendapatan akan menurun. Untuk memenangkan persaingan, para pelaku usaha seringkali harus memangkas harga untuk menarik pelanggan; namun, pemotongan harga ini hampir selalu menghasilkan keuntungan yang lebih rendah. Akibatnya, wajar jika pelaku korporasi memilih untuk tidak bersaing; mereka melakukannya untuk memonopoli pangsa pasar dengan menghilangkan pesaing secara tidak adil (antipesaingan).⁵² Kegiatan dan praktik anti persaingan, serta perilaku yang termasuk dalam kategori tindakan anti persaingan.

a. Penetapan harga (*Price fixing*)

Penetapan harga adalah praktik anti-persaingan yang dapat berlangsung secara vertikal atau horizontal dan dianggap sebagai hambatan perdagangan karena mengurangi persaingan harga. Penetapan harga membatasi kemampuan untuk menentukan harga secara bebas

b. Tindakan Boikot

Dalam konteks persaingan bisnis, boikot adalah tindakan berkumpulnya suatu kelompok untuk menolak berbisnis dengan pihak tertentu. Akibatnya, boikot adalah tindakan kolektif yang dilakukan oleh sekelompok pengecer yang menolak untuk membeli barang-barang perusahaan tertentu yang tidak mereka sukai dengan alasan apa pun.

⁵²Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*, h. 43.

c. Segmentasi Pasar Horisontal

Ini adalah salah satu aktivitas yang mungkin dilakukan oleh perusahaan yang bersaing satu sama lain dalam bisnis untuk menghindari persaingan.

Idenya adalah untuk mengurangi persaingan dengan mengidentifikasi pasar yang dapat dikuasai sepenuhnya oleh setiap pesaing.

d. Pembatasan perdagangan secara vertical dengan menggunakan alat selain harga

Ini menunjukkan bagaimana perdagangan dapat terhambat ketika sebuah perusahaan di satu tingkat bisnis menetapkan harga yang mengikat perusahaan lain di tingkat bisnis yang lebih rendah.

e. Diskriminasi Harga

Perusahaan yang bertujuan untuk mengembangkan atau membuka pasar baru untuk produk mereka sering menggunakan diskriminasi harga, yang mengharuskan pembebanan harga yang lebih rendah kepada pelanggan tetap. Dari perspektif konsumen, diskriminasi harga dapat menguntungkan jika termasuk di antara pelanggan yang dikenakan biaya lebih murah.

f. *Bid-rigging*

Tindakan anti persaingan antar pelaku usaha yang seharusnya saling menawar dalam lelang. Secara sederhana, ini adalah kesepakatan untuk memilih pemenang dari penawaran lelang daripada bersaing dengan menetapkan harga penawaran.

g. Penyalahgunaan Posisi Dominan

Ketika seorang pelaku usaha menggunakan kontrak komunitas untuk mempertahankan dominasi ekonomi agar kliennya tidak menghubungi pesaingnya, dia telah menyalahgunakan posisi dominannya.

2) Persaingan Tidak Sehat (*Unperfect Competition*)

Perilaku anti persaingan dan persaingan curang adalah dua jenis persaingan tidak sehat.

a. Tindakan yang anti persaingan

Tindakan anti persaingan adalah tindakan yang menghalangi atau mencegah berlangsungnya persaingan, yaitu tindakan yang menghalangi atau mencegah berlangsungnya persaingan. Bentuk tindakan ini dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang ingin mempertahankan posisi dominan dengan melarang atau memberhentikan pesaing secara sewenang-wenang. Monopoli, kartel, dan posisi dominan merupakan contoh persaingan tidak sehat.

b. Persaingan Curang

Perbedaan mendasar antara "tindakan anti-persaingan" dan "tindakan persaingan curang" adalah bahwa keduanya mengikuti pola yang sama dalam hal dianggap sebagai perilaku perusahaan yang negatif. Konsep persaingan curang didasarkan pada pertimbangan etika usaha, tindakan-tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai metode persaingan curang yang dapat didefinisikan, sebagai berikut: (1) menyebar informasi palsu tentang produk pesaing, (2) meremehkan produk pesaing, (3) menyerang pribadi pesaing, (4) mengganggu penjual produk pesaing, (5) merusak produk pesaing.

Monopoli menetapkan harga ketika pendapatan marjinal sama dengan pendapatan marjinal, atau lebih sering dikenal sebagai penawaran sama dengan permintaan, dalam ekonomi Islam. Dalam hadits dari Abu Hurairah bahwa Rasulullah bersabda, "*Barangsiapa yang melakukan ikhikar untuk merusak harga pasar sehingga harga naik secara tajam maka ia akan berdo'a.*" (HR Ibnu Majah, Ahmad).

Lebih jauh lagi Islam membolehkan siapa saja memasuki bisnis apa saja yang halal. Tidaklah dikenal adanya halangan masuk bagi pesaing baru. Dengan masuknya pesaing-pesaing baru, penawaran akan makin banyak sehingga penjual menentukan harga pada saat biaya marginal sama dengan biaya rata-rata dengan pendapatan rata-rata.

Jelas Islam menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga, sekaligus melindungi hak keduanya, dengan demikian pemerintah berfungsi selalu mengaju pada kemaslahatan orang banyak tanpa harus bersikap mendua.

BAB III

ETIKA PERSAINGAN USAHA MENURUT YUSUF QARDHAWI

A. Biografi Yusuf Qardhawi

Yusuf al- Qardhawi atau Yusuf Abdullah al-Qardhawi lahir di desa Shafat Thurab, Mesir bagian barat, pada tanggal 9 September 1926. Desa tersebut adalah tempat dimakamkannya salah satu seorang sahabat Rasulullah SAW, yaitu Abdullah bin Harits r.a.⁵³

Yusuf al-Qardhawi berasal dari keluarga yang taat beragama. Ketika berusia 2 tahun, ayahnya meninggal dunia. Sebagai anak yatim ia hidup dan di asurh oleh pamannya, yaitu saudara ayahnya. Ia mendapat perhatian cukup besar dari pamannya sehingga ia menganggap pamannya itu sebagai orang tuanya sendiri. Seperti keluarganya, keluarga pammnya pun taat menjalankan agama Islam. Sehingga ia terdidik dan dibekali dengan berbagai ilmu pengetahuan agama dan syariat Islam.⁵⁴

Pada usia lima tahun Yusuf kecil mulai belajar menulis dan menghafal Al-Qur'an, dan pada usia tujuh tahun ia masuk sekolah. Yusuf qardhawi sangat tekun mempelajari berbagai bidang ilmu, baik yang diajarkan di sekolah maupun pada guru ngajinya. Yusuf menunjukkan hal ini ketika, pada usia 10 tahun, dia telah belajar Al-Qur'an dalam 30 juz dan membacanya dengan sempurna.

Orang-orang di desanya menjulukinya "Syekh Qardhawi" karena kepiawaian masa mudanya di bidang Al-Qur'an. Ia selalu diangkat menjadi imam salat, terutama untuk salat jahriyah, karena kemampuannya membaca Al-Qur'an.

⁵³ Yusuf al-Qardhawi, *Fatwa Qardhawi*, Terj. Abdurrahman Ali Bauzir, (Surabaya: Risalah Gusti, 1996, cet II), h. 399.

⁵⁴ Yusuf al-Qardhawi, *Pasang Surut Gerakan Islam*, Terj. Faruq Uqbah, (Jakarta: Media Dakwah, 1987, cet I), h. 153.

Dia dipindahkan ke sekolah dasar al-Ilzamiyah Kementerian Pendidikan Mesir ketika dia berusia tujuh tahun. Ia mempelajari mata pelajaran pengetahuan luas di sekolah, seperti aljabar, sejarah, dan ilmu kesehatan. Dia pergi ke sekolah dua kali sehari sampai dia berumur sepuluh tahun, pagi di al-Ilzamiyah dan sore di al-Kuttab. Al-Qardhawi bercita-cita untuk melanjutkan pendidikan di sekolah menengah al-Azhar di Thantha setelah lulus dari al-Ilzamiyah. Namun, pamannya, yang tinggal di lingkungan yang kurang beruntung, keberatan dengan biaya yang sangat mahal. Di sisi lain, pamannya akhirnya menyetujui permohonan Qardhawi untuk mendaftar di SMP dan SMA berbiaya rendah di Thanhta. Dia menyelesaikan sekolah dalam waktu singkat dan memiliki nilai rata-rata tertinggi. Setelah menyelesaikan studinya di Fakultas Ushuluddin al-Azhar dengan predikat tertinggi yang didapatnya, kecerdasannya mulai terlihat. 1952-1953.⁵⁵

Kemudian pada tahun 1957 ia masuk pada “*Ma’had al-Buhuts wad Disasaat al-Arabiyah al-Aliyah*”, sampai mendapatkan Diploma Tinggi di bidang bahasa dan sastra. Namun pada kesempatan yang sama Yusuf Qardhawi mengikuti kuliah di Fakultas Ushuluddin dengan mengambil studi Al-Qur’an dan As-Sunnah, dan selesai pada tahun 1960, lewat suatu ujian yang sulit. Sebab pada angkatannya hanya Yusuf-Al-Qardhawilah yang lulus ketika itu.

Karena itu, ia melanjutkan pada program Doktoral dengan disertasi berjudul *Az-Zakaat wa Atsaraha fi Hallil Masyikilil Ijtima’iyah* (Zakat dan Pengaruhnya dalam Solusi Problema Sosial Kemasyarakatan). Dan disertasi itu akhirnya diuji di depan guru besar Al-Azhar, dengan predikat Cumlaude.

⁵⁵Yusuf al-Qardhawi, *Pasang Surut Gerakan Islam*, Terj. Faruq Uqbah, (Jakarta: Media Dakwah), h. 154.

Yusuf Al-Qardhawi menjadi terkenal sebagai cendekiawan Islam dan pemikir yang berpandangan jauh ke depan. Beberapa esainya telah muncul di media cetak. Menggambarkan pemikiran keagamaannya sebagai sangat luas. Jika dia menerima gelar mufti Islam hari ini, itu akan sangat terhormat. Yusuf Al-Qardhawi, di sisi lain, adalah penggemar Ibn Taimiyah dan Hasan Al-Banna, Rashid Ridha, dan Sayyid Sabiq, seperti yang dia akui. Akibatnya, cara berpikir dan sudut pandangnya memiliki kualitas yang berbeda, meskipun keduanya masuk akal. Dalam mengeluarkan fatwa-fatwanya, Al-Qardhawi tidak ingin terpenjara oleh paham taklid pada mazhab tertentu, sebagaimana dapat kita lihat dalam fatwa ini.⁵⁶

B. Karya-karya Yusuf Al-Qardhawi

Yusuf al-Qardhawi adalah seorang penulis. Dia telah menerbitkan sejumlah karya ilmiah di dunia Islam, termasuk buku, makalah, dan temuan penelitian. Beberapa di antaranya juga telah diterjemahkan ke dalam bahasa lain, seperti bahasa Indonesia. Berikut beberapa karyanya yang telah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia:

1. *Fatawa Mu'ashira*, yang telah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia oleh Drs. As'ad yasin yang berjudul *fatwa-fatwa Kontemporer* yang diterbitkan tiga jilid. Dalam buku ini Yusuf Qardhawi menjawab berbagai macam permasalahan umat dewasa ini, mulai dari masalah keimanan, thaharah, shalat, puasa, zakat, dan sedekah, haji, pernikahan, fiqih tentang wanita serta berbagai persoalan lainnya yang sedang berkembang dalam masyarakat. Namun sebelum memberikan fatwa

⁵⁶Yusuf Al-Qardhawi, *Huda Islam, Fatawa Mu'ashirah, Terj. Fatawa Qardhawi; Permasalahan, pemecahan dan hikmah*, (Surabaya: Risalah Gusti, 1993), h. 456.

dalam berbagai persoalan, pada muqaddimahya beliau memuat metode beliau dalam menetapkan fatwa. Buku ini pulalah yang menjadi rujukan primer penulis dalam meneliti.

2. *'Al-khashais al-Ammah li Al-Islam*, dialih bahasakan dengan judul “karakteristik Islam (kajian Analitik)”. Yusuf Qardhawi dalam buku ini memaparkan bahwa Islam sebagai agama rahmatan lil ‘alamin, memiliki karakteristik yang tersendiri. Hal ini dapat dilihat melalui ajaran-ajarannya yang universal, abadi dan sempurna. Agama Islam memiliki keistimewaan yang tidak dimiliki agama manapun di muka bumi ini.
3. *'Fii Fiqhil-Auliyyaat Diraasah Jadiidah Fii Dhau'il-Qur'ani was-Sunnati*, diterjemahkan dalam bahasa Indonesia dengan judul *Fiqih Prioritas (Urutan amal yang terpenting dari yang penting)*”. Dalam buku ini Yusuf Qardhawi menyodorkan suatu konsep dengan berusaha melihat sejumlah persoalan prioritas dari sudut pandang Islam berdasarkan berbagai argument, dengan harapan dapat meluruskan pemikiran, memperkokoh metodologi dan mampu merumuskan paradigm baru dalam fiqih.
4. *'Al-Fatawa Bainal Indhibath wat Tassyayub*. Dalam buku ini Qardhawi menjelaskan bahwa fatwa sebagai jawaban tentang persoalan hukum dan ketentuan syari'at, diperlukan sebuah control social konsepsional, yang menjaga agar fatwa tetap pada jalur risalah sebagai penyambung lidah Nabi.⁵⁷
5. *'Ghairul Muslimin fil Mujtama' al-Islam*. Yusuf Qardhawi membahas teks-teks fiqh serta fakta sejarah otentik tentang hak-hak ahludz dzimmah (warga non

⁵⁷Adik Hermawan, *I'jaz al-Qur'an* dalam Pemikiran Yusuf al-Qardhawi, Jurnal Mandaniyah, Vol. 2, No. 11, 2016, h. 209.

Muslim) dan perlindungan yang ada untuk memastikan implementasinya dalam buku ini.

6. *“Al- Ijtihad fi Syari’ah al-Islamiyyah”*. Dalam karya ini, Yusuf Qardhawi menunjukkan bagaimana ijtihad hukum Islam dapat membimbing revolusi umat manusia ke arah yang benar.
7. *‘Fiqh al-Zakah (Hukum Zakat)*. Dalam buku ini membahas yang dapat mengungkapkan zakat sebagai sarana pendapatan umat Islam yang paling besar di samping suatu kewajiban agama. Buku ini merupakan karya yang begitu lengkap dan sangat luas, membahas hukum zakat dan segala seluk beluknya.
8. *‘Ash Shahwah Al-Islamiah, Bainal Ikhtilafil Masyru’ wat Tafarruqil Madzmum (Fiqhul Ikhtilaf)*. Yang telah diterjemahkan dalam bahasa Indonesia oleh Annur Rafiq Shaleh Tamhid. Dalam buku ini mengupas tentang perbedaan pendapat yang ada harus dilandasi kepehaman terhadap syari’at dan berjiwa besar.
9. *‘Asas al-Fikr al-Hukm Al-Islam (Dasar Pemikiran Hukum Islam)*. Yuauf Qardhawi memberikan gambaran mengenai pokok yang mendasari ilmu fiqh, sehingga masyarakat awam dapat mengikuti apa yang sedang terjadi dalam setiap perkembangan hukum Islam.
10. *‘Al-halal wa al-Haram fi al-Islam (Halal dan haram dalam islam)*. Dalam buku ini yusuf qardhawi memadukan antara ilmu kedokteran, bioteknologi dan permasalahan manusia modern lainnya dengan kaidah Islam yang akurat dan tepat.
11. *Al-‘Aqlu wal-‘Ilmu fil-Qur’anil-Karim*. Yang diterjemahkan dalam bahasa Indonesia oleh Setiawan dengan judul *Al-Qur’an Bericara Tentang Akal dan Ilmu Pengetahuan*.⁵⁸

⁵⁸Adik Hermawan, *I’jaz al-Qur’an* dalam Pemikiran Yusuf al-Qardhawi, Jurnal Mandaniyah, Vol. 2, No. 11, 2016, h. 208.

12. *'Al-Iman wa al-Hayah (Iman dan Kehidupan)*. Sempitnya anggapan bahwa agama adalah candu masyarakat atau penghalang kehidupan, tergambar jelas dalam buku ini.
13. *'Kaifa Nata'Amalu Ma'a As-sunah an-Nabawiyah (Cara Tafsir Hadist Nabi SAW)*.
Buku ini menunjukkan bagaimana bekerja dengan hadits Nabi.
14. *'As-sunnah Mashdaran li Al-Ma'rifah wa al-Hadharah*. Setiawan Budi Utomo menganalisisnya dengan judul As-sunnah sebagai sumber ilmu pengetahuan dan teknologi dalam ilmu pengetahuan, teknologi, dan peradaban (Wacana kontekstualisasi dan aktualisasi sunnah Nabi, dalam sains, teknologi, dan peradaban).
15. *'Min Ajli Shahwatini Raasyidah Tujaddiduddiin wa Tanhadhu bid-Dunya*. (membangun Masyarakat Baru). Buku ini menguraikan beberapa perubahan pemikiran yang bertujuan untuk membentuk masyarakat baru berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah.
16. *"Syariat Islam di Tantang Zaman"*. Dalam karya ini, Yusuf Qardhawi menunjukkan bagaimana ijtihad hukum Islam dapat membimbing evolusi umat manusia ke arah yang benar.
17. *"Al-Islam Baina Subhati adallafin wa Akazibil al Muftarin"*. Jawaban atas tuduhan yang dilontarkan oleh musuh-musuh Islam terdapat dalam buku ini. Dalam buku ini mendeskripsikan tulisan-tulisan Hasan al-Banna tentang arkanul bai'ah dalam buku ini (rukun-rukun bai'ah).⁵⁹

⁵⁹ Adik Hermawan, *I'jaz al-Qur'an* dalam Pemikiran Yusuf al-Qardhawi, Jurnal Mandaniyah, Vol. 2, No. 11, 2016, h. 208.

18. *“Madrasah Imam Hassan al-Banna”*. Imam Hassan al- Banna mengajarkan metode untuk membangunkan dunia Islam dari tidur panjangnya dibahas oleh Yusuf Qardhawi.
19. *“Islam Ekstri”*. Buku ini mengupas topik kebangkitan ekstremisme di berbagai wilayah Islam.
20. *“Ash-Shahwah al-Islamiyyah bain al-Amal wa al Mahadir”*. Yusuf Qardhawi menekankan dalam buku ini bahwa umat Islam ini sedang mendekati periode kelahiran kembali Islam.
21. *“Ainal Khalal”* (Di mana Kerusakan Umat Islam). Buku ini mendiagnosis penyakit Islam dan menawarkan obatnya, dengan fokus pada terjadinya kerusakan dan pergerakan umat Islam.
22. *‘Al-Imam al-Ghazaly bainal Madihihi wa Naqidihi* (pro-kontra pemikiran Al-Ghazaly). Ia menyajikan analisis mendalam tentang permata intelektual Islam dalam buku ini.
23. *‘Daurul Qiyam wal Akhlaq fil Iqtishadil islam “Norma dan Etika Ekonomi Islam”*. Yusuf Qardhawi membahas sistem ekonomi Islam dalam buku ini berdasarkan nash, menekankan gagasan keadilan dalam semua aspek dan mengutamakan norma dan etika dalam produksi, konsumsi, dan mekanisme serta pelaksanaannya.⁶⁰

Aktivitas Yusuf Qardhwi, terlihat jelas bahwa ia adalah seorang ulama dengan prestasi intelektual yang menggunakan dan memperhatikan perjuangan Islam. Tulisan-tulisannya telah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia dalam jumlah

⁶⁰Adik Hermawan, *I’jaz al-Qur’an* dalam Pemikiran Yusuf al-Qardhawi, Jurnal Mandaniyah, Vol. 2, No. 11, 2016, h. 208.

besar. Ini hanya salah satu contoh komitmen Yusuf Qardhawi terhadap pencerahan intelektual keagamaan di masyarakat Islam.

C. Etika Persaingan Usaha Menurut Yusuf Qardhawi

Etika merupakan studi khusus tentang apa yang benar dan apa yang salah secara moral. Maksud dari yang benar atau yang salah secara moral adalah ajaran-ajaran dan asas-asas tertentu. Etika merupakan refleksi kritis atau proses menguji norma-norma moral seseorang atau suatu masyarakat untuk menentukan apakah norma-norma tersebut masuk akal atau tidak agar diterapkan dalam situasi atau isu-isu konkret. Kedua studi khusus tersebut dipusatkan pada norma-norma moral ketika norma-norma moral tersebut diterapkan ke dalam kebijakan-kebijakan bisnis, institusi-institusi bisnis serta perilaku pebisnis.⁶¹

Karena bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi, juga dianggap sebagai elemen fundamental dari hal-hal yang merupakan investasi di akhirat, bisnis dan etika harus diperiksa secara berlawanan dalam ekonomi Islam. Dengan kata lain, jika orientasi bisnis dan upaya investasi di akhirat dirancang untuk menunjukkan seluruh komitmen dan ketaatan kepada Tuhan, maka bisnis harus berpegang pada cita-cita moral yang dilandasi iman di akhirat. Bahkan dalam Islam, perdagangan tidak terbatas pada hal-hal duniawi; itu mencakup semua upaya kita dalam hidup ini yang "terjual habis" (artinya disembah) untuk keuntungan atau hadiah abadi. Etika, menurut Yusuf Qardhawi, adalah seperangkat hukum, ajaran (doktrin), dan nilai-nilai yang dapat membawa manusia pada kebahagiaan di dunia dan di akhirat.⁶² Oleh

⁶¹ L. Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis: Pendekatan FilsafatMoral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), h. 128.

⁶² Fordebi, *Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Binis Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 98.

karena itu, tidaklah berlebihan jika dikatakan bahwa Islam menghubungkan etika dengan perbuatan muamalah seperti kejujuran, amanah, keadilan, ihsan, kebajikan, persahabatan, dan kasih sayang. Apabila bisnis diniatkan sebagai ibadah kepada Allah maka bisnis tersebut akan berjalan sesuai dengan aturan yang ada yang berlandaskan pada keimanan dan akhirat.⁶³

Menurut Yusuf Qardhawi, Islam didasarkan pada pengertian kebebasan yang mengikat, yang diartikan sebagai kebebasan yang berdasarkan keadilan, hukum agama, dan etika. Dalam aturan perdagangan Islam, ada standar, etika agama, dan kasih sayang yang menciptakan kerangka dasar untuk pasar Islam yang bersih, termasuk norma-norma berikut:

1) Perdagangan barang ilegal dilarang.

Menurut Qardhawi Larangan mengedarkan barang-barang haram, baik dengan cara membeli, menjual, memindahtangankan, atau dengan cara lain yang memudahkan peredarannya, merupakan syariat Islam yang pertama. Media informasi yang menyebarkan ide-ide koruptif, hiburan yang berdampak merugikan, dan segala sesuatu yang mengikis agama dan etika umat Islam termasuk di antara produk-produk yang dilarang peredarannya.⁶⁴ Mengedarkan barang yang berpotensi merugikan orang lain menempatkan perusahaan dalam risiko dan bertentangan dengan etika bisnis.

2) Benar, menjunjung tinggi amanah, dan jujur.

a. Benar (lurus)

Yang benar merupakan sifat-sifat para Nabi, serta semangat iman, yang merupakan ciri dasar orang beriman. Agama tidak akan terbentuk atau stabil jika

⁶³ Sudarso, *Etika Islam tentang Kenakalan Remaja*, (Jakarta: Bina Aksara, 1989), h. 41.

⁶⁴ Yusuf Qardhawi, *Daurul Qiyam wal Akhlaq fill Iqtishadil Islam*, (Kairo Mesir: Makhtabah Wahbah, Cet- I. 1415 H- 1995 M) Diterjemahkan oleh, Zainal Arifin dan Dahlia Husain, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), h. 173.

tidak didasarkan pada kebenaran. Di sisi lain, mentalitas orang munafik termasuk berbohong dan berbohong. Masalah paling serius di pasar saat ini adalah penggunaan penipuan dan kesia-siaan yang meluas, seperti kebohongan dan barang iklan serta penetapan harga.

Akibatnya, kebenaran adalah salah satu sifat paling penting dari para saudagar yang berkenan kepada Allah.

b. Menepati amanat

Ini adalah etika yang tinggi untuk mengikuti amanat. “Dan orang-orang yang memenuhi persyaratan,” firman Allah tentang orang-orang mukmin yang beruntung (yang dipikulnya dan janjinya).

Menurut Qardhawi, amanatnya adalah mengembalikan hak kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu di luar haknya, dan tidak membahayakan hak orang lain dengan menurunkan harga atau upah.

c. Jujur

Seorang pedagang harus jujur, selain benar dan memegang amanat, agar orang lain merasakan kebaikan dan kebahagiaan yang diinginkannya, dengan mengatasi segala kekurangan barang dagangan yang disadarinya tetapi tidak terlihat oleh pedagang. konsumen.⁶⁵ Apabila seorang pedagang berlaku jujur maka akan mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan yang di inginkan.

3) Keadilan dan tidak adanya kepentingan terlarang (riba)

a. Adil

⁶⁵ Yusuf Qardhawi, *Daurul Qiyam wal Akhlaq fill Iqtishadil Islam*, (Kairo Mesir: Makhtabah Wahbah, Cet- I. 1415 H- 1995 M) Diterjemahkan oleh, Zainal Arifin dan Dahlia Husain, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), h. 175-178.

Dalam semua elemen ekonomi, menurut Islam, keadilan adalah standar yang paling mendasar. Hal ini tercermin dalam Al-Qur'an, yang menyatakan bahwa tujuan agama ilahi adalah keadilan. Padahal, salah satu gelar Allah adalah keadilan. Tirani adalah kebalikan dari keadilan, dan itu adalah sifat yang dilarang Allah untuk diri-Nya sendiri, dan juga untuk hamba-hamba-Nya: “Wahai hamba-Ku, aku mengharamkan kezaliman terhadap diriku dan kepadamu, oleh karena itu janganlah kamu bergaul satu sama lain.” menindas. Allah menyukai orang-orang yang bertakwa dan membenci, bahkan mengutuki, orang-orang yang zalim.

Islam mencegah *bai'ul gharar* karena ketidaktahuan terhadap kondisi suatu barang itu merugikan satu pihak dan bisa menimbulkan tindakan zalim. Demikian pula, dilarang mengadakan muamalah yang didalamnya terdapat unsur penipuan. Jika kadar penipuan itu tidak terlalu besar mungkin masih bisa dimaklumi, tetapi kalau sangat besar maka tidak bisa ditolerir. Jika suatu jual beli terjadi karena suatu alasan, hukumnya sah namun tercela menurut agama. Alasannya, di dalamnya terdapat unsur “mengambil kesepakatan dari orang yang terpaksa menjual barang miliknya”, sebab pembeli akan mendapatkan harga di bawah standar.

b. Haramnya Riba

Pelarangan muamalah dengan riba adalah salah satu tanda keadilan. Allah dan Rasul-Nya, menurut Al-Qur'an, memerangi para pelakunya. Nabi saw. Menilai riba tergolong tujuh mubiqat, yang melibatkan dan merugikan individu dan masyarakat, dunia, dan akhirat, termasuk menilai riba. Nabi mengutuk pemakan dan lintah darat, serta penulis dan dua saksinya, menyatakan bahwa "mereka semua sama"

dalam berbuat dosa, terlepas dari beratnya kesalahan mereka.⁶⁶ Riba sangat di haramkan dalam Islam karena termasuk dalam dosa besar

4) Kasih sayang dan larangan terhadap monopoli

Kasih sayang dijadikan Allah lambang dari risalah Muhammad saw. Firman Allah:” Dan tidaklah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam. Nabi sendiri menyifati dirinya dengan kasih sayang. “saya adalah seorang yang pengasih dan mendapat petunjuk,” kata beliau.

Dalam hal ini, Islam mewajibkan seorang pedagang untuk mencintai manusia, dan fokus utamanya tidak untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Bayangan norma pasar itulah yang ingin diterapkan oleh Islam. Kemanusiaan secara keseluruhan menghormati yang lemah, yang kuat membantu yang lemah, yang bodoh belajar dari yang bijak, dan kemanusiaan secara keseluruhan menentang ketidakadilan.

Menurut konsep materialisme dan kapitalisme, pasar seharusnya tidak lebih dari sebuah hutan, tempat di mana yang kuat menerkam yang lemah, yang kuat menginjak yang lemah, dan mereka yang kuat dan berani harus diberi penghargaan dengan kehormatan. Bukan yang terbesar dan paling mulia, tapi yang terburuk.

Selain riba, Islam melarang monopoli, yang merupakan faktor yang berkaitan dengan pengertian kapitalisme. "Menahan barang dari peredaran di pasar sehingga harga naik" adalah apa yang dimaksud dengan monopoli. Jika monopoli ini dilakukan secara berkelompok, maka disebut sebagai “transnasional” atau monopoli dari sektor hulu ke hilir. Nabi bersabda, “yang melakukan monopoli itu salah atau berdosa.”

⁶⁶ Yusuf Qardhawi, *Daurul Qiyam wal Akhlaq fill Iqtishadil Islam*, (Kairo Mesir: Makhtabah Wahbah, Cet- I. 1415 H- 1995 M) Diterjemahkan oleh, Zainal Arifin dan Dahlia Husain, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani,1997), h. 178.

Salah adalah kata untuk Fir'aun dan Haman. “sesungguhnya Fir'aun dan Human beserta tentaranya dalah orang-orang yang bersalah.”⁶⁷ Dalam usaha kita wajib untuk saling membantu atau saling tolong-menolong bukan hanya memikirkan tentang usaha kita tetapi juga orang lain. Islam mengharamkan praktik monopoli karena risikonya sangat merugikan jika dilakukan dan tanpa memikirkan bagaimana kondisi pesaing lainnya.

5) Menumbuhkan Toleransi, Persaudaraan, dan Sedekah

a. Toleransi

Toleransi dan penghindaran tindakan eksploitatif adalah dua prinsip penting. Tindakan eksploitasi merambah ranah perdagangan, khususnya perdagangan yang dilakukan di bawah naungan kapitalis. “Allah menyukai umat-Nya yang toleran ketika menjual, toleran ketika membeli, dan toleran dalam mencari haknya,” sabda Nabi, menurut Jabir bin Abdullah.

b. Menjaga hak-hak orang lain

Salah satu nilai yang harus dijaga untuk menjaga persaudaraan adalah perlindungan hak orang lain. Islam prihatin jika orang-orang dalam sistem kapitalis mengabaikan kesulitan etis seperti tidak mendengarkan perasaan orang lain, tidak memahami moralitas ekonomi, dan semata-mata mengejar keuntungan.

Pihak ketiga tidak diizinkan untuk bergabung dalam tawar-menawar antara penjual dan pembeli sampai kedua belah pihak menyelesaikan transaksi mereka. Ini sesuai dengan ajaran Nabi dalam banyak hadits.

⁶⁷ Yusuf Qardhawi, *Daurul Qiyam wal Akhlaq fill Iqtishadil Islam*, (Kairo Mesir: Makhtabah Wahbah, Cet- I. 1415 H- 1995 M) Diterjemahkan oleh, Zainal Arifin dan Dahlia Husain, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), h. 189.

c. Sedekah yang sebenarnya

Untuk menjaga bisnis mereka bebas dari penipuan, ketidakjujuran, dan kebohongan, Islam menyarankan para pedagang untuk menyumbang sebanyak mungkin amal. Nabi berkata, “Wahai, para pedagang! Sesungguhnya jual beli diiringi tipu daya dan sumpah palsu maka jernihkanlah lewat sedekah.”

Tidak ada jumlah yang ditetapkan untuk sedekah; itu sepenuhnya tergantung pada kemurahan hati masing-masing pelaku. Berdasarkan hadits ini, Ibnu Hazm mengemukakan argumentasi bahwa para pedagang tidak diwajibkan berzakat tetapi diwajibkan mengeluarkan sedekah.⁶⁸

6) Bekal pedagang menuju akhirat

Satu pelajaran yang tidak boleh dilupakan adalah bahwa seorang Muslim tidak melupakan agamanya sambil menghasilkan jutaan dolar melalui perdagangan dan transaksi. Dia tidak mengabaikan hukum agama, khususnya doa, yang merupakan penghubung abadi antara manusia dan tuhan-Nya. “Maha Suci Allah di masjid-masjid yang diperintahkan untuk dipuja dan nama-Nya disebut di dalamnya, pada waktu nasi dan petang,” firman Allah tentang para pahlawan di rumah-Nya (masjid). Laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingat Allah, dan dia mendirikan sembahyang dan membayar zakat. Mereka takut kepada sesuatu yang dihari itu hati dan penglihatan mereka menjadi guncang.

Muslim memiliki pola pikir yang sama. Dia mendapatkan uang dengan menjual, membeli, dan menyediakan layanan. Semua itu dilaksanakannya setiap hari

⁶⁸ Yusuf Qardhawi, *Daurul Qiyam wal Akhlaq fill Iqtishadil Islam*, (Kairo Mesir: Makhtabah Wahbah, Cet- I. 1415 H- 1995 M) Diterjemahkan oleh, Zainal Arifin dan Dahlia Husain, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), h. 191.

walaupun pada hari jumat karena Islam tidak mengharamkan bekerja pada hari itu, sebagaimana Yahudi mengharamkan kerja pada hari sabtu.⁶⁹

Kebaikan, prestasi, dan kemajuan perusahaan semuanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kejujuran dan keuletan seorang pebisnis. Kebaikan, kesuksesan, dan kemajuan serta kelangsungan usaha pasti akan terjaga jika usaha dijalankan dengan kejujuran, amanah, adil, kasih sayang, persahabatan, dan kasih sayang. Namun, jika bisnis dijalankan melalui riba, penipuan, penimbunan barang, monopoli, dan tindakan yang merusak lingkungan dan membahayakan keselamatan orang lain, kelangsungan hidup jangka panjang bisnis akan terancam.

⁶⁹ Yusuf Qardhawi, *Daurul Qiyam wal Akhlaq fill Iqtishadil Islam*, (Kairo Mesir: Makhtabah Wahbah, Cet- I. 1415 H- 1995 M) Diterjemahkan oleh, Zainal Arifin dan Dahlia Husain, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), 193.

BAB IV

RELEVANSI PEMIKIRAN YUSUF QARDHAWI TENTANG ETIKA PERSAINGAN USAHA DENGAN KONDISI PERSAINGAN USAHA DI INDONESIA

A. Hukum Persaingan Usaha di Indonesia

Jika dilihat secara mendalam Indonesia memiliki aturan hukum dalam bidang persaingan yang disusun dalam “Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”. “Secara umum Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 mengandung enam (6) bagian pengaturan yang terdiri dari: perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang, posisi dominan, komisi pengawas persaingan usaha, penegakan hukum dan ketentuan lain-lain”. “Adapun tujuan dari UU No. 5 Tahun 1999 yang di atur pada pasal 3 adalah untuk”:

1. Menjaga kepentingan masyarakat dalam meningkatkan efisiensi perekonomian nasional sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat.
2. Menetapkan pengaturan yang setara untuk persaingan komersial bagi pelaku usaha besar, menengah, dan kecil untuk menciptakan lingkungan usaha yang menguntungkan.
3. Mencegah pelaku komersial melakukan praktik bisnis monopoli atau tidak sehat; dan
4. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan.⁷⁰

Pada hakekatnya tujuan dikeluarkannya aturan-aturan terhadap praktek monopoli dan persaingan ekonomi yang tidak sehat, seperti yang dilakukan oleh

⁷⁰Andi Fahmi, *et al.*, eds., *Hukum Persaingan Usaha*. (Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2017), h. 33.

negara-negara industri dengan masyarakat koperasi yang sangat maju, seperti Amerika Serikat dan Jepang, adalah untuk memelihara persaingan.⁷¹

Persaingan komersial harus dipertahankan untuk mencapai efisiensi, baik untuk komunitas konsumen maupun untuk setiap perusahaan, seperti yang ditunjukkan oleh penjelasan tujuan di atas. Karena persaingan, setiap perusahaan akan didorong untuk melakukan operasinya seefisien mungkin agar dapat menjual barang dan/atau jasanya dengan harga yang wajar. Konsumen akan dapat membeli barang yang lebih murah di pasar bersangkutan jika setiap perusahaan bersaing seefisien mungkin untuk menjual barang dan jasanya semurah mungkin agar dapat bersaing dengan para pesaingnya. Dengan terbangunnya efisiensi pada masing-masing organisasi, maka efisiensi bagi masyarakat konsumen juga akan tercipta. “Undang-Undang Republik Indonesia No. 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”. Beberapa operasi perusahaan dilarang oleh hukum; pada intinya kegiatan tersebut menyimpang dari ideologi penciptaan pasar, yaitu:

1. Monopoli, ialah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau usaha sekelompok pelaku usaha. Disini bisa dikatakan monopoli antara lain jika pelaku usaha menguasai lebih dari 50% pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.
2. Monopsoni didefinisikan sebagai pengendalian pasokan produk atau jasa di pasar oleh satu pembeli, yang mengakibatkan monopoli atau persaingan tidak sehat.
3. Kontrol pasar. Salah satu tujuannya adalah agar pelaku usaha melakukan perdagangan dengan kerugian atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan

⁷¹Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2008), 143

maksud untuk menyingkirkan atau menghentikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli atau usaha tidak sehat. Persaingan

4. Persekongkolan, antara lain, mengacu pada sekelompok orang yang bekerja sama untuk merencanakan dan/atau memilih pemenang tender lain untuk menciptakan persaingan tidak sehat.
5. Posisi dominan, yaitu posisi dominan yang digunakan untuk mendikte terms of commerce, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk mencegah terciptanya persaingan atau untuk menghilangkan pesaing lainnya.

Pengesahan undang-undang tersebut bertujuan untuk mempromosikan praktik perusahaan yang lebih adil yang lebih bermanfaat bagi masyarakat umum. Selain itu, masyarakat yang mengandalkan perdagangan akan melemah.⁷² Dengan adanya undang-undang yang dikeluarkan bisa menciptakan suatu bisnis yang lebih adil kepada banyak pelaku usaha dikalangan bisnis sekarang ini.

B. Relevansi Pemikiran Yusuf Qardhawi tentang Etika Persaingan Usaha dengan Persaingan Usaha di Indonesia

Menurut Yusuf Qardhawi norma pertama yang harus di taati yaitu larangan mengedarkan barang-barang haram, kadar kehalalan yang di isyaratkan mengandung makna bahwa setiap produsen selalu memberikan manfaat yang positif kepada konsumennya dan juga bertanggung jawab untuk menyediakan produk yang aman bagi konsumen. Nilai atau etika tersebut sesungguhnya bukan suatu hal yang sulit untuk diwujudkan karena hanya membutuhkan kemauan dan kemampuan. Jika satu-

⁷²Agus Triyana, *Hukum Ekonomi Islam Dari Politik Hukum Ekonomi Islam Sampai Pranata Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: FH UII Press, 2012), h.159-160.

satunya tujuan perusahaan adalah untuk menghasilkan uang sebanyak mungkin, ia akan melakukannya dengan cara yang tidak bermoral.

Padahal bisnis merupakan suatu kegiatan atau muamalah yang sangat penting dalam kehidupan manusia karena suatu tindakan yang dilakukan akan berpengaruh pada bisnis yang dilakukan.

Selain itu adapun etika menurut Yusuf Qardhawi yaitu benar, menepati amanat, dan jujur dalam menjalankan bisnis. perkataan “bukan dari golongan kami” manjukkan bahwa menipu (curang) adalah dosa besar. Jika ia termasuk dosa kecil, ia bisa dihapuskan dengan shalat lima waktu. Dalam hadis ini mencakup berbagai macam sifat yang curang dalam perdagangan atau menjalin kerja sama. Sifat benar, jujur, dan amanat merupakan toonggak dari kehidupan masyarakat yang beradab. Karena dalam bisnis, terdapat berbagai elemen yang dapat mendorong orang untuk tidak jujur, seperti kecemburuan, lingkungan, dan masalah sosial ekonomi.

Sikap adil dan haramnya riba dalam Islam adil merupakan suatu prinsip yang diutamakan dalam semua aspek perekonomian. Karena Allah menyukai orang-orang adil yang menentang ketidakadilan dan bahkan mungkin mengutuk mereka, Islam melarang Bai'ul gharar mengetahui keadaan suatu benda yang dapat merugikan pihak atau menghasilkan ketidakadilan. Menurut undang-undang tersebut, para pelaku usaha di Indonesia harus menjalankan usahanya berdasarkan demokrasi ekonomi, dengan tetap menjaga keseimbangan antara kepentingan mereka sendiri dan kepentingan umum.⁷³

⁷³Andi Fahmi, *ed al., eds., Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: Komisis Pengawas Persaingan Usaha, 2017), h. 34.

Menurut Yusuf Qardhawi dalam perdagangan perlu ada kasih sayang dan larangan terhadap monopoli seperti pada firman Allah: “dan tidaklah kami mengutus kamu, melainkan untuk menjadi rahmat bagi semesta alam.” Di sini, Islam membutuhkan belas kasihan bagi umat manusia, dan perhatian utama seorang pedagang tidak boleh untung, dan tujuan bisnisnya harus untung. Monopoli tidak dianggap ilegal di Indonesia asalkan diperoleh secara adil dan tanpa melanggar hukum. Akibatnya, meskipun monopoli tidak dilarang oleh hukum persaingan itu sendiri, itu adalah ketika korporasi dengan posisi monopoli mengerahkan kekuatannya di pasar yang bersangkutan, suatu praktik yang dikenal sebagai praktik monopoli atau monopoli/monopoli. Apabila suatu pelaku usaha mempunyai kekuasaan untuk mengecualikan atau membunuh pesaing lain, dan kedua pelaku usaha tersebut mempunyai tujuan untuk melakukannya, maka perusahaan tersebut dikatakan telah melakukan monopoli.

Toleransi, persaudaraan, dan sedekah adalah hal-hal yang bisa dibudayakan. Toleransi merupakan sikap yang terpuji karena bersikap toleran dan mencegah praktik eksploitasi di bidang perdagangan. Perlindungan hak orang lain merupakan salah satu cita-cita yang harus dijunjung tinggi dalam rangka menjaga persaudaraan. haram untuk melibatkan pihak ketiga dalam suatu perdagangan yang dilakukan atas dasar tawar menawar antara penjual dan pembeli sebelum kedua belah pihak menyelesaikan negosiasi mereka. Untuk menghindari penipuan dan kebohongan, Islam menganjurkan para pedagang untuk beramal sebanyak-banyaknya.

Meskipun seorang pedagang telah memperoleh keuntungan dari usahanya, namun salah satu akhlak yang tidak boleh diabaikan adalah rezeki seorang pedagang kepada orang lain. Dalam Islam mengajarkan bahwa seorang muslim akan

meninggalkan semua urusannya dunia dan aktivitas perdagangan untuk segera memenuhi panggilan ilahi. Dan selesai itu kembali untuk mencari rezeki. Indonesia sebagaimana tercermin dalam “UU No.5 Tahun 1999 yang bertujuan tidak hanya memberikan kesejahteraan bagi konsumen tetapi juga memeberikan manfaat kepada masyarakat umum”.⁷⁴ Hal tersebut akan berdampak positif bagi terciptanya kesejahteraan rakyat dengan kesejahteraan. Usaha yang dilakukan bukan hanya untuk mencari keuntungan semata tetapi juga di jadikan sebagai bekal menuju akhirat.

Indonesia saat ini telah memiliki lembaga yang berwenang dalam menjalankan serta mengawasi dari tegaknya aturan peraturan perundang-undangan hukum persaingan usaha yakni Komisi Pengawas Persaingan Usaha dalam menjaga stabilitas kondisiperekonomian persaingan usaha yang sehat di Indonesia. Persaingan usaha di Indonesia sendiri tidak dilarang apabila cara memperoleh keuntungannya baik atau tidak melanggar hukum persaingan. Karena larangan yang sebenarnya yaitu perbuatan yang dapat merugikan pesaing atau yang tujuannya untuk mematikan pesaing lainnya. di Indonesia sendiri persaingan usaha diawasi oleh KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) yang tugasnya melakukan penilaian mengenai apakah telah terjadi perjanjian-perjanjian yang dilarang atau kehiatan usaha yang dilarang. Adapun wewenang KPPU yang di atur dalam pasal 36-47 UU persaingan usaha yang secara garis besar wewenang KPPU merima laporan dari masyarakat atau pun pelaku usaha yang tidak sehat. Sebagaimana dalam pemikiran Yusuf Qardhawi yang mengatakan bahwa dalam Islam mengharamkan praktik monopoli karena mnopoli hanya mementingkan kebutuhan pribadi tanpa menghiraukan masyrakat lainnya.

⁷⁴Andi Fahmi, *ed al., eds., Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: Komisis Pengawas Persaingan Usaha, 2017), h. 38

Yusuf Qardhawi melarang kegiatan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, seperti memonopoli semua barang kebutuhan manusia.

Etika bisnis adalah perwujudan dari nilai-nilai moral. Hal ini disadari oleh sebagian besar pelaku usaha karena mereka akan berhasil jika mengindahkan prinsip-prinsip etika bisnis. Jadi, penegakan etika bisnis itu sangat penting dalam menegakkan persaingan yang sehat dan kondusif di Indonesia, penegakan etika bisnis dalam persaingan semakin sulit karena banyaknya pelanggaran terhadap etika bisnis oleh pelaku usaha. Di Indonesia upaya yang dilakukan untuk ke arah terbentuknya persaingan yang sehat dan penegakan etika bisnis telah dilakukan dengan mengeluarkan undang-undang Anti Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat. Adanya persaingan yang sehat akan menguntungkan bagi pihak lain seperti pengusaha kecil.

Menyangkut sistem ekonomi Islam ada tiga prinsip dasar yaitu Tauhid, Khilafah dan A'dalah. Pada prinsip tauhid menjadi landasan utama bagi setiap muslim dalam menjalan aktivitasnya termasuk ekonomi. Prinsip ini merefleksikan bahwa penguasa dan pemilik jagad raya adalah Allah swt. Prinsip tauhid ini melandasi pemikiran kehidupan Islam yaitu khilafah (khalifah) dan A'dalah (keadilan).

Khilafah mempresentasikan bahwa manusia adalah kalifah atau wakil Allah di muka bumi ini dengan di anugerahi seperangkat potensi spiritual dan mental yang digunakan untuk hidup. Ini berarti bahwa dengan potensi yang dimiliki manusia diminta untuk digunakan sumber daya yang ada dalam rangka mengaktualisasikan kepentingan dirinya dan masyarakat sesuai dengan kemampuan mereka. Beberapa prinsip bersaing bagi pebisnis muslim, tidak menghalalkan segala macam cara, memperhatikan hukum Islam yang berkaitan dengan bisnis dan Negara yang mampu

menjamin terciptanya sistem yang adil dan kondusif dalam persaingan. Prinsip A'dalah (keadilan) merupakan konsep yang tidak dapat dipisahkan dengan tauhid dan khilafah karena merupakan bagian yang integral dengan tujuan syariah. Konsekuensinya dari prinsip khalifah adalah menuntut semua sumber daya yang merupakan amanah dari Allah swt. yang harus di gunakan untuk merefleksikan tujuan syariah lainnya.

Islam telah mengharamkan monopoli yang merupakan salah satu dari dua unsur penopang kapitalisme yang rakus dan termasuk riba. Semakin besar dosa yang melakukannya jika praktik monopoli tersebut dilakukan secara kolektif dimana para pedagang yang memonopoli satu jenis barang untuk keuntungan dirinya dan menguasai pasar sekehendaknya. Rasulullah saw bersabda, barang siapa memonopoli maka ia berdosa. Tidak melakukan monopoli kecuali pendusta. Barang siapa memonopoli selama empatpuluh hari, maka sesungguhnya ia telah terlepas diri dari Allah dan Allah pun berlepas darinya. Barang siapa memonopoli bahan makanan niscaya hatinya menjadi keras.⁷⁵

Permasalahan terhadap sistem monopoli dalam bisnis menurut Hukum Islam dikarekan sistem monopoli ini bertentangan dengan prinsip kasih sayang menurut Islam. Di antara nilai-nilai yang penting itu adalah sifat kasih sayang yang telah dijadikan Allah sebagai risalah kepada Nabi Muhammad saw. Demikian juga dengan penetapan harga, menurut pandangan hukum Islam, penetapan harga dalam bentuk apapun dan dengan alasan apapun jelas akan menghancurkan persaingan. Dalam ajaran Islam terdapat larangan penentuan harga. Jadi dalam sistem ekonomi pasar, harga harus ditentukan oleh pasar, bukan ditentukan bersama. Allah swt melarang

⁷⁵ Dadang Iskandar, *Persaingan Sehat Dunia di Indoneisa dalam Hubungan dengan Sistem Ekonomi Syariah*, Jurnal Yustisi, Vol. 3, No. 1, 2016., h. 16.

hamba-hambanya yang beriman memakan harta sesame mereka dengan cara bathil, yakni melalui aneka jenis usaha yang tidak diisyaratkan salah satunya persaingan usaha yang tidak sehat. Undang-undang Nomor 5 tahun 1999, dihubungkan dengan sistem ekonomi syariah substandinya sesuai dengan pandangan atau ajaran Islam. Akan tetapi Indonesia bukanlah Negara yang berdasarkan pada mayoritas agama yakni Islam sehingga sulit untuk mengaplikasikan di dalam suatu Negara. Undang-undang Nomor 5 tahun 1999, harus diperkuat dan dipertahankan juga sistem ekonomi kerakyatan sesuai pandangan hidup bangsa dan dasar Negara Indonesia.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Konsep persaingan usaha dalam ekonomi Islam yang baik yaitu yang sesuai dengan sikap yang sehat, adil, dan jujur agar dapat menjalin ikatan silaturahmi persaudaraan. Dalam hal persaingan yang di batasi oleh kaidah-kaidah Islam dan akhlaq akan membawa kebaikan dalam persaingan tersebut karena dilakukan juga dengan cara yang baik pula.
2. Menurut Yusuf Qardhawi Islam telah menganut pada prinsip kebebasan terikat yang berdasarkan pada keadilan, undang-undang agama dan etika yang menjadi landasan. Seperti, larangan memperdagangkan barang yang haram, bersikap benar, amanah, dan jujur, kasih sayang dan larangan terhadap monopoli, sikap yang adil, persaudaraan, dan menjalankan bisnis bukan hanya untuk mendapat keuntungan sebanyak-banyaknya melainkan juga bekal menuju akhirat.
3. Relevansi pemikiran Yusuf Qardhawi tentang etika persaingan usaha dengan persaingan usaha di Indonesia. menurut Yusuf Qardhawi melarang terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat seperti monopoli karena monopoli merupakan suatu hal yang hanya mementingkan kebutuhan pribadi danpa mementingkan bahayanya yang menimpa masyarakat. Persaingan usaha di Indonesia persaingan yang terjadi bukan suatu hal yang bertentangan dengan hukum apabila cara memperolehnya dilakukan dengan cara tidak melanggar hukum pula.

B. Saran

1. Bagi masyarakat diharapkan mampu menjalankan bisnis yang sesuai dengan syariat Islam dalam yang berlandaskan pada Al-Qur'an.
2. Diharapkan bagi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya harus sesuai dengan etika dalam berbisnis agar kedepannya tidak terdapat hal-hal yang tidak diinginkan yang bisa merugikan orang lain dan juga merugikan pada bisnis sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Al-Karim.
- Abdullah, Thamrin, *Manajemen Pemasara, Jakarta: Rajawali Press*, 2012.
- Alma, Buchari, *Pengantar Bisnis, Bandung: Alfabeta*, 1997.
- Al-Qardhawi, Yusuf. *Pasang Surut Gerakan Islam*, Terj. Faruq Uqbah. Cet. I. Jakarta: Media Dakwah. 1987.
- Al-Qardhawi, Yusuf. *Huda Islam, Fatawa Mu'ashirah*, Terj. Abdurrahman Ali Bauzir, *Fatawa Qardhawi; Permasalahan, pemecahan dan hikmah, Cet. II Surabaya: Risalah Gusti*, 1993.
- Al-Qardhawi, Yusuf, *Fatwa Qardhawi*, Terj. Abdurrahman Ali Bauzir. Cet. II. Surabaya: Risalah Gusti, 1996.
- Arif, M. Nur Rianto Al dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional, Jakarta: Kencana*, 2010.
- Aziz, Abdul, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro, Yogyakarta: Graha Ilmu*, 2008.
- Aziz, Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam, Bandung: Alfabeta*. 2013.
- Ali Bauzir, Abdurrahman, *Fatwa Qardhaw, Surabaya: Risalah Gusti*, 1996.
- Aprianto, Iwan, *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam, Yogyakarta: CV BUDI UTAMA*, 2020.
- Badroen, Faisal, *Etika Bisnis dalam Islam, Jakarta: Kencana*, 2006.
- Boediono, *Ekonomi Mikro, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta*, 1996.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya, Bandung: CV Penerbit Jumanatul 'Ali-ART (J-ART)*, 2004.
- D. Prayoga, Ayudha dan Henricus Hario, *Persaingan Usaha dan Hukum Yang Mengaturinya di Indonesia*, (Jakarta: Partnership for Business Competition, 2001).
- E. Porter, Michael, *Strategi Bersaing, Terj. Sigit Suryanto: Karisma*, 2007.
- Endang Trihastuti, Aselina, *Etika Bisnis Islam, Yogyakarta: Depublish*, 2020.
- Ernawan, Erni R, *Etika Bisni, Bandung: Alfabeta*, 2011.
- Fahmi, Irham, *Manajemen Toeri, Kasus, dan Solusi, Bandung: Alfabeta*, 2014.
- Fahmi, Irham, *Etika Binis Teori, Kasus, dan Solui, Bandung: Alfabeta*, 2017.
- Fahmi, Andi ed al., eds., *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: Komisis Pengawas Persaingan Usaha, 2017.
- Fordebi. *Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Binis Islam, Jakarta: Rajawali Pers*, 2016.
- Gitosudarmo, Indriyo, *Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: BPFE*, 2013.
- Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia, Jakarta: Kencana*, 2008.

- J. Moleong, Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993
- Kuncoro, Mudrajad, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga, 2005.
- Kamal Rokan, Mustafa. *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2012.
- Marbun, B.N, *Kamus Manajemen*, Jakarta: Pustaka sinar Harapan, 2003.
- Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, Yogyakarta: BPFE, 2004.
- Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, Yogyakarta: BPFE, Cet: I, 2004.
- Muhammad, *Metode Penelitian Pemikiran Islam, Edisi Pertama.*, Yogyakarta: EKONOSIA. 2004.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan, 2004.
- Magnis Suseno, Franz, *Etika Binis Islam: Dasar dan Aplikasinya*, Jakarta: Gramedia
- Maman Kh, U, *Metodologi Penelitian Agama; Teori dan Praktik*, Jakarta: Rajawali Press, 2006.
- Nata, Ubuddin, *Metodologi Studi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Sukirno, Sadono, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Jakarta: Pt Gravindo Persada, 2004.
- Sudarso, *Etika Islam tentang Kenakalan Remaja*, Jakarta: Bina Aksara, 1989.
- Tantri, Francis, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Tim Penyusun, *Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi*, Parepare: IAIN Parepare, 2020.
- Triyana, Agus, *Hukum Ekonomi Islam Dari Politik Hukum Ekonomi Islam Sampai Pranata Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: FH UII Press, 2012.
- Qardhawi, Yusuf, *Daurul Qiyam wal Akhlaq fill Iqtishadil Islam*, (Kairo Mesir: Makhtabah Wahbah, Cet- I. 1415 H- 1995 M) Diterjemahkan oleh, Zainal Arifin dan Dahlia Husain, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani, 1997.
- Qardhawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press 1997.
- Widjaja, Gunawan, *Merger dalam Perspektif Monopoli*, Jakarta: PT Grafindo Perkasa, 1999.
- Wiradiputra, Ditha *Pengantar Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, 2017.
- Yosephus, L. Sinuor, *Etika Bisnis: Pendekatan FilsafatMoral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010.
- Zamzam, H. Fakhry, dan Havis Aravik. 2020. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, Yogyakarta: Deepublish.

Jurnal

- Adik Hermawan, *I"jaz al-Qur"an dalam Pemikiran Yusuf al-Qardhawi*, Jurnal Mandaniyah, Vol. 2, No. 11, 2016.
- Diana Ambawati, *Etika Bisnis Yusuf Al-Qradhawi (Upaya Membangun Kesadaran Bisnis Beretika)*.
- Desy Astrid Anindya, *Pengaruh Bisnis Islam Terhadap Usaha Pada Wirausaha Didesa Delita Kecamatan Delitua*. Jurnal Pengaruh Etika Bisnis At-Tawassuth, Vol. II, No.2, 2018.
- Dadang Iskandar, *Persaingan Sehat Dunia di Indoneisa dalam Hubungan dengan Sistem Ekonomi Syariah*, Jurnal Yustisi, Vol. 3, No. 1, 2016., h. 16.
- Suwarso, *Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Pengantar Bisnis Terhadap Motivasi dan Minat Usaha*, Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, Vol. 4, 2018.

Skripsi

- Erna, "Strategi Persaingan Bisnis Café Dikota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam)" (Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam: IAIN Parepare, 2018).
- Nining Isnayni, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Antar Produsen Tahu Didesa Karanganyar, Weru, Sukoharjo" (Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi Syariah: IAIN Purwakerto, 2017).
- Warda. "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Bisnis Pedagang Pakaian Dipasar Lakessi Kota Parepare" (Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam: IAIN Parepare, 2015).

Artikel

- Nia Hidayanti, *Bagaimana Menghadapi Kompetisi dan Persaingan*, Artikel Diakses pada Tanggal, 17 Maret 2010.

LAMPIRAN

DOKUMENTASI PENGUMPULAN REFERENSI



BIODATA PENULIS



Nurhidayah lahir di Pangaparang pada tanggal 04 September 1999. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Sudirman dan Tolawati beralamat Desa pangaparang, Kecamatan Lembang, Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan. Adapaun riwayat hidup penulis, menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD 147 Pangaparang, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 2 Lembang, kemudian melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 9 Pinrang dan selesai pada tahun 2017. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan tinggi Islam yaitu, Institut Agama Islam Negeri Parepare pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Hingga tugas akhirnya pada tahun 2021, penulis menyelesaikan Skripsi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dengan judul *“Etika Persaingan Usaha menurut Yusuf Qardhawi”*.