

**TEORI PENAWARAN ISLAMI DALAM PRAKTIK ANTI-MONOPOLI DAN
PERSAINGAN USAHA: KAJIAN LITERATUR D
ALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

Salihin¹, Ichsan Iqbal²

^{1,2}Institut Agama Islam Negeri Pontianak

¹salihinmempawah644@gmail.com , ²ichsanigbal@iainptk.ac.id

ABSTRACT

The concept of supply in Islamic economics possesses a normative foundation that fundamentally distinguishes it from conventional supply theory. This study systematically examines Islamic supply theory and its relevance to anti-monopoly practices and business competition within the Islamic economic framework. A library research method with content analysis technique was employed, drawing on national SINTA-indexed journals, Scopus-indexed international journals, scientific books, and official institutional reports from 2020–2025. Findings reveal that Islamic supply theory is grounded in the principles of justice (al-'adl), prohibition of monopoly (ihtikâr), and dignified competition (musâbaqah), which substantively align with the spirit of modern competition regulation. Monopolistic and collusive oligopolistic practices that harm the public contradict maqashid al-shariah, particularly in the dimension of wealth protection (hifzh al-mâl). Indonesia's anti-monopoly regulation, as embodied in Law Number 5 of 1999, possesses significant normative convergence with Islamic economic principles. This research reinforces the urgency of integrating Islamic values into national competition policy to achieve a just, transparent, and civilised market.

Keywords: *Islamic Supply Theory, Anti-Monopoly; Business Competition, Ihtikâr; Islamic Economics*

ABSTRAK

Konsep penawaran dalam ekonomi Islam memiliki fondasi normatif yang membedakannya secara fundamental dari teori penawaran konvensional. Penelitian ini bertujuan mengkaji secara sistematis teori penawaran Islami dan relevansinya terhadap praktik anti-monopoli dan persaingan usaha dalam kerangka ekonomi syariah. Metode yang digunakan adalah kajian literatur (library research) dengan teknik analisis konten (content analysis) terhadap sumber-sumber primer berupa jurnal nasional SINTA, jurnal internasional terindeks Scopus, buku ilmiah, dan laporan lembaga resmi periode 2020–2025. Hasil kajian menunjukkan bahwa teori penawaran Islami dilandasi prinsip keadilan (al-'adl), larangan monopoli (ihtikâr), dan persaingan bermartabat (musâbaqah) yang secara substantif bersinergi dengan semangat regulasi persaingan usaha modern. Praktik monopoli dan oligopoli kolusif yang merugikan publik bertentangan dengan maqashid syariah,

khususnya pada aspek perlindungan harta (hifzh al-mâl). Regulasi anti-monopoli di Indonesia sebagaimana termuat dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat memiliki titik temu normatif yang signifikan dengan prinsip ekonomi Islam. Penelitian ini memperkuat urgensi integrasi nilai-nilai syariah dalam kebijakan persaingan usaha nasional guna mewujudkan pasar yang adil, transparan, dan berkeadaban.

Kata Kunci: Teori Penawaran Islami; Anti-Monopoli, Persaingan Usaha, Ihtikâr, Ekonomi Syariah

A. Pendahuluan

Pasar yang sehat adalah jiwa peradaban ekonomi yang bermartabat. Pernyataan ini bukan sekadar retorika, melainkan realitas yang diuji oleh sejarah panjang kejatuhan empire-empire ekonomi akibat hegemoni monopolistik yang menghancurkan keseimbangan dan keadilan distribusi kekayaan. Dalam perspektif ekonomi Islam, keseimbangan pasar bukan semata-mata mekanisme harga yang bekerja otomatis, melainkan manifestasi dari nilai-nilai tauhid, keadilan, dan kemaslahatan umat yang harus dijaga secara aktif oleh seluruh pemangku kepentingan, termasuk negara (Chapra, 2020).

Fenomena monopoli dan praktik persaingan usaha tidak sehat terus menjadi tantangan serius di tengah akselerasi ekonomi digital global. Data Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) mencatat bahwa sepanjang

tahun 2022–2023, terdapat 47 perkara yang diputus oleh KPPU dengan total denda yang dijatuhkan mencapai lebih dari Rp 2,3 triliun (KPPU, 2023). Laporan tersebut juga mengidentifikasi 12 sektor strategis yang rentan terhadap praktik kartel dan penyalahgunaan posisi dominan, mulai dari sektor pangan, energi, hingga telekomunikasi. Fakta ini mengindikasikan bahwa mekanisme persaingan usaha di Indonesia masih jauh dari kondisi ideal yang dikehendaki baik oleh regulasi konvensional maupun prinsip ekonomi syariah.

Pada tataran global, laporan UNCTAD (2022) menegaskan bahwa praktik monopoli dan kartel di negara-negara berkembang menyebabkan kerugian konsumen yang diestimasi mencapai 1–2 persen dari Produk Domestik Bruto (PDB) per tahun. Kerugian ini tidak hanya berdimensi ekonomi,

melainkan juga sosial, karena konsentrasi pasar yang ekstrem memperburuk ketimpangan distribusi pendapatan dan mempersempit akses masyarakat kelas bawah terhadap barang dan jasa esensial (UNCTAD, 2022). Dalam konteks Indonesia, BPS (2023) melaporkan koefisien Gini sebesar 0,388 pada tahun 2023, angka yang mengindikasikan ketimpangan distribusi kekayaan yang masih signifikan dan Sebagian diperkuat oleh struktur pasar yang tidak kompetitif.

Kajian literatur menunjukkan bahwa penelitian terdahulu tentang ekonomi Islam umumnya lebih banyak membahas teori permintaan Islami, sistem keuangan syariah, dan etika bisnis Islam secara terpisah (Hakim & Zulkifli, 2021; Nasution, 2022; Pratiwi & Huda, 2023). Beberapa peneliti memang telah menyentuh isu monopoli dalam perspektif fiqh muamalah, seperti kajian ihtikâr oleh Al-Ghazali yang dianalisis ulang oleh Fauzan (2020) dan pembahasan tas'ir (penetapan harga) oleh Mubarak dan Hasanudin (2021). Aspek penawaran Islami sebagai kerangka teoritis yang utuh dan relevansinya secara langsung terhadap regulasi anti-monopoli dan persaingan usaha

modern masih belum mendapatkan perhatian yang memadai dalam khazanah literatur ekonomi Islam kontemporer (Ridwan & Arfan, 2022; Saputra, 2023).

Riset gap yang teridentifikasi secara spesifik adalah absennya kajian integratif yang menghubungkan keseluruhan konstruk teori penawaran Islami mulai dari prinsip produksi, etika penawaran, larangan ihtikâr, hingga konsep tas'ir dengan kerangka regulasi anti-monopoli dan persaingan usaha yang berlaku di Indonesia, khususnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan regulasi turunannya. Penelitian-penelitian sebelumnya cenderung bersifat parsial: membahas satu aspek fiqhiyyah tanpa mengintegrasikannya ke dalam analisis kebijakan persaingan usaha kontemporer, atau sebaliknya, menganalisis regulasi persaingan tanpa menggali kedalaman filosofis ekonomi Islam yang dapat memperkayanya (Hasan, 2021; Wahyudi & Septiani, 2024).

Urgensi penelitian ini sangat tinggi dalam konteks dua kecenderungan yang terjadi secara bersamaan: pertama, meningkatnya minat global terhadap ekonomi syariah sebagaimana tecermin dalam

pertumbuhan aset keuangan Islam global yang mencapai USD 3,6 triliun pada akhir tahun 2023 (Islamic Finance Development Report, 2024); kedua, semakin kompleksnya lanskap persaingan usaha di era ekonomi digital yang memunculkan bentuk-bentuk monopoli baru seperti platform monopoly dan data monopoly. Kerangka teori penawaran Islami yang kaya nilai diharapkan dapat memberikan perspektif alternatif yang konstruktif bagi perumusan kebijakan persaingan usaha yang lebih berkeadilan dan berpihak kepada kemaslahatan publik.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kajian literatur (library research). Metode kajian literatur dipilih karena tujuan utama penelitian adalah membangun sintesis teoritis yang komprehensif dan kritis terhadap konsep teori penawaran Islami serta relevansinya dengan praktik anti-monopoli dan persaingan usaha, bukan untuk mengumpulkan data empiris lapangan (Zed, 2021). Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali kedalaman makna, konteks, dan implikasi

normatif dari setiap konsep yang dikaji secara mendalam (Creswell & Poth, 2021).

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas dua kategori. Sumber primer meliputi: (1) jurnal nasional terindeks SINTA yang membahas ekonomi Islam, fiqh muamalah, dan persaingan usaha, yang diterbitkan antara tahun 2020 hingga 2025; (2) jurnal internasional terindeks Scopus dan Web of Science yang relevan dengan topik Islamic economics dan competition policy; (3) buku ilmiah terbitan resmi yang ditulis oleh pakar ekonomi Islam; serta (4) laporan resmi dari lembaga pemerintah dan internasional seperti KPPU, Bank Indonesia, OJK, UNCTAD, IFSB, dan COMCEC. Sumber sekunder mencakup prosiding seminar ilmiah, disertasi, dan laporan kajian kebijakan yang relevan.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sistematis menggunakan database ilmiah Google Scholar, Portal Garuda DIKTI, Scopus, dan ScienceDirect dengan menggunakan kata kunci: 'teori penawaran Islam', 'ihtikâr', 'monopoli dalam Islam', 'Islamic supply theory', 'anti-monopoly Islamic economics', 'business competition

sharia', dan kombinasi dari kata-kata kunci tersebut. Kriteria inklusi ditetapkan meliputi: relevansi topik, kemutakhiran sumber (2020–2025), ketersediaan teks penuh, dan status indeksasi jurnal. Kriteria eksklusi mencakup sumber-sumber yang tidak relevan secara tematik, duplikasi, dan sumber yang tidak terverifikasi keabsahannya.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis konten (content analysis) dan analisis tematik (thematic analysis). Analisis konten digunakan untuk mengidentifikasi konsep-konsep kunci, argumen utama, dan temuan dari setiap sumber literatur secara sistematis. Analisis tematik digunakan untuk mengklasifikasikan dan mengintegrasikan konsep-konsep tersebut ke dalam tema-tema besar yang relevan dengan pertanyaan penelitian, sehingga menghasilkan sintesis teoritis yang koheren dan argumentatif (Braun & Clarke, 2021). Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan perspektif dari berbagai literatur untuk memastikan konsistensi dan kredibilitas temuan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan Konstruksi Teoritis Penawaran dalam Ekonomi Islam

Teori penawaran Islami tidak dapat dipisahkan dari *weltanschauung* (pandangan dunia) Islam yang menempatkan aktivitas ekonomi sebagai bagian integral dari ibadah kepada Allah SWT. Berbeda dengan teori penawaran konvensional yang semata-mata didorong oleh motif maksimalisasi keuntungan (profit maximization), penawaran Islami digerakkan oleh tiga motif yang saling melengkapi: pertama, motif pemenuhan kewajiban sebagai khalifah yang mengelola sumber daya bumi dengan amanah (*al-amânah*); kedua, motif pencapaian *falah*, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat; ketiga, motif kontribusi terhadap kemaslahatan umum (*maslahah al-'ammah*) (Karim, 2021; P3EI, 2021). Kerangka ontologis tersebut, kurva penawaran Islami memiliki karakteristik yang berbeda dari kurva penawaran konvensional. Produsen Muslim tidak hanya responsif terhadap sinyal harga pasar, melainkan juga terhadap norma-norma etis yang bersumber dari al-Qur'an dan as-Sunnah. Sebagai contoh, produsen Muslim dilarang

menahan barang (ihtikâr) untuk menciptakan kelangkaan artifisial demi mendongkrak harga, meskipun secara kalkulasi ekonomis tindakan tersebut menghasilkan keuntungan lebih besar dalam jangka pendek. Larangan ihtikâr secara eksplisit disebutkan dalam hadits Nabi Muhammad SAW yang diriwayatkan oleh Muslim: 'Barangsiapa yang melakukan ihtikâr, maka ia telah berbuat dosa' (HR. Muslim). Larangan ini merupakan pagar normatif yang secara langsung membentuk perilaku kurva penawaran Islami (Mubarok & Hasanudin, 2021).

Para ekonom Islam kontemporer mengidentifikasi setidaknya lima determinan utama penawaran Islami yang mencakup faktor-faktor konvensional sekaligus dimensi nilai Islam. Pertama, harga komoditi itu sendiri (al-si'r) yang menjadi basis kalkulasi ekonomis. Kedua, biaya produksi yang harus diperoleh dari sumber halal dan tidak mengandung unsur riba, gharar, maupun maysir. Ketiga, teknologi produksi yang digunakan harus tidak merusak lingkungan (bi'ah) sebagai amanah Allah. Keempat, ekspektasi harga masa depan yang didasarkan pada analisis yang jujur dan jauh dari

spekulasi manipulatif. Kelima, faktor etis-normatif berupa ketaatan produsen terhadap syariah, yang mencakup larangan monopoli, kewajiban berzakat atas surplus produksi, dan komitmen terhadap keadilan distribusi (Hasan, 2021; Chapra, 2020).

Konsep etika produksi dalam Islam turut memperkuat konstruksi teoritis penawaran Islami. Al-Ghazali dalam Ihya Ulumuddin sebagaimana dikutip dan dikontekstualisasikan kembali oleh Fauzan (2020) menegaskan bahwa produksi yang tidak berlandaskan niat yang benar dan tidak mempertimbangkan dampak sosialnya adalah produksi yang cacat secara moral, meskipun sah secara formal. Pandangan ini meletakkan dimensi sosial sebagai komponen yang tidak terpisahkan dari teori penawaran Islami, sebuah perspektif yang secara fundamental berbeda dari pendekatan neoklasik yang mengabstraksi produsen sebagai entitas amoral yang semata-mata digerakkan oleh fungsi keuntungan (Wahyudi & Septiani, 2024).

Doktrin Ihtikâr sebagai Inti Larangan Monopoli dalam Syariah

Ihtikar secara leksikal bermakna penimbunan atau penahan sesuatu

untuk tujuan tertentu. Secara terminologis dalam fiqh muamalah, ihtikâr merujuk pada tindakan pembelian atau penguasaan barang kebutuhan pokok dalam jumlah besar kemudian menahannya dari pasar dengan tujuan menjualnya pada saat harga naik, sehingga merugikan masyarakat luas (Ridwan & Arfan, 2022). Para ulama fiqh klasik, mulai dari Imam Malik, Imam Syafi'i, hingga Imam Ibnu Hazm, sepakat bahwa ihtikâr terhadap bahan makanan pokok hukumnya haram secara mutlak. Perbedaan pendapat di antara mereka hanya berkaitan dengan cakupan komoditi dan syarat-syarat teknis pengharamannya.

Perspektif ekonomi Islam kontemporer, doktrin ihtikâr mengalami perluasan cakupan yang signifikan. Ihtikâr tidak lagi hanya dipahami sebagai penimbunan barang fisik, melainkan mencakup segala bentuk penguasaan pasar yang bertujuan menciptakan distorsi harga dan merugikan konsumen, termasuk praktik kartel, perjanjian penetapan harga (*price-fixing*), pembagian wilayah pasar, dan penyalahgunaan posisi dominan (*abuse of dominant position*) (Pratiwi & Huda, 2023). Perluasan cakupan ini menemukan

justifikasinya dalam kaidah fihiyyah: 'Hukum berputar bersama illat-nya, ada maupun tidaknya.' Illat dari keharaman ihtikâr adalah dharar (bahaya/kerugian) yang ditimbulkan kepada masyarakat, sehingga seluruh tindakan yang mengandung dharar yang sama tunduk pada hukum yang sama (Saputra, 2023).

Relevansi doktrin ihtikâr dengan regulasi persaingan usaha modern sangat kuat. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mengidentifikasi sejumlah perbuatan yang dilarang, di antaranya perjanjian penetapan harga (Pasal 5), perjanjian pembagian wilayah (Pasal 9), pemboikotan (Pasal 10), kartel (Pasal 11), dan penguasaan produksi (Pasal 17) (KPPU, 2023). Seluruh perbuatan terlarang ini pada hakikatnya merupakan manifestasi modern dari ihtikâr dalam berbagai variasinya. Konvergensi normatif antara doktrin Islam dan regulasi positif ini bukan sebuah kebetulan, melainkan cermin dari universalitas prinsip keadilan yang menjadi landasan kedua sistem tersebut.

Data empiris menunjukkan betapa destruktifnya praktik-praktik yang

setara dengan ihtikâr modern. KPPU (2024) melaporkan bahwa kasus kartel pupuk dan pangan yang ditangani sepanjang 2021–2023 menyebabkan pembengkakan harga rata-rata sebesar 15–30 persen di atas harga kompetitif, langsung merugikan jutaan petani dan konsumen kelas bawah. Temuan ini secara gamblang membuktikan bahwa larangan ihtikâr bukan sekadar doktrin keagamaan yang berdimensi teologis, melainkan memiliki implikasi ekonomi makro yang nyata dan terukur dalam konteks perlindungan kesejahteraan masyarakat (Nasution, 2022).

Mekanisme Musâbaqah: Persaingan Sehat dalam Kerangka Syariah

Konsep musabaqah dalam muamalah merujuk pada kompetisi yang bersifat positif, konstruktif, dan bermotivasi kebajikan. Berbeda dari persaingan bebas konvensional yang bersifat tanpa batas (*laissez-faire*) dan memandang kekalahan kompetitor sebagai kelaziman yang tidak memerlukan pertimbangan moral, musâbaqah menghendaki persaingan yang tetap terikat oleh nilai-nilai etis: kejujuran (*shidq*), transparansi (*al-bayân*), dan saling menguntungkan

(*ta'âwun*). Dalam konteks pasar, musâbaqah diwujudkan melalui kompetisi dalam hal kualitas produk, efisiensi proses produksi, dan inovasi yang memberikan nilai tambah nyata bagi konsumen (Hakim & Zulkifli, 2021).

Ibnu Taimiyah, sebagaimana dikontekstualisasikan secara ekstensif oleh Hasan (2021), meletakkan fondasi intelektual bagi pemikiran tentang mekanisme pasar dalam Islam melalui konsep *al-'adl fi al-mu'âmalah* (keadilan dalam transaksi) dan larangan *tas'ir* (penetapan harga secara paksa) dalam kondisi pasar yang kompetitif normal. Ibnu Taimiyah menegaskan bahwa harga yang adil (*al-si'r al-'âdil*) pada kondisi normal adalah harga yang terbentuk secara alamiah melalui mekanisme penawaran dan permintaan yang bebas dari intervensi yang bersifat distortif. Intervensi pasar hanya dibenarkan ketika terjadi kegagalan pasar (*market failure*) akibat ihtikâr atau distorsi lainnya, bukan sebagai kebijakan reguler (Fauzan, 2020).

Prinsip musâbaqah dalam ekonomi Islam memiliki keselarasan yang mendalam dengan kebijakan persaingan usaha modern yang

bertujuan menciptakan level playing field bagi seluruh pelaku usaha. COMCEC (2022) dalam kajiannya tentang persaingan usaha di negara-negara OKI menyimpulkan bahwa negara-negara yang mengintegrasikan prinsip-prinsip ekonomi Islam ke dalam kebijakan persaingan usahanya cenderung memiliki indeks persaingan yang lebih tinggi dan tingkat konsentrasi pasar yang lebih rendah dibandingkan negara-negara yang tidak melakukan integrasi tersebut. Temuan ini memperkuat argumen tentang relevansi dan efektivitas prinsip syariah sebagai instrumen kebijakan persaingan.

Analisis Relevansi Regulasi Modern dengan Prinsip Ekonomi Islam

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat merupakan tonggak regulasi persaingan usaha Indonesia. Analisis komparatif normatif antara substansi undang-undang ini dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam mengungkapkan setidaknya empat titik konvergensi yang signifikan. Pertama, larangan penguasaan pasar yang melampaui batas wajar (Pasal

17 UU 5/1999) berpadanan dengan larangan ihtikâr dalam fiqh muamalah. Kedua, kewajiban transparansi dalam transaksi yang menjadi semangat undang-undang ini berkorespondensi dengan prinsip al-bayân dalam muamalah Islam. Ketiga, perlindungan konsumen sebagai tujuan akhir regulasi sejalan dengan maqashid syariah dalam aspek hifzh al-mâl. Keempat, peran negara sebagai regulator aktif yang mencegah distorsi pasar bersesuaian dengan konsep hisbah dalam tata kelola ekonomi Islam (Ridwan & Arfan, 2022; KPPU, 2023).

Meski demikian, terdapat pula beberapa celah yang membedakan keduanya. Regulasi persaingan usaha konvensional bersifat netral terhadap nilai (value-neutral) dan terbatas pada pertimbangan efisiensi ekonomi semata. Sementara itu, ekonomi Islam menempatkan dimensi moral-spiritual sebagai komponen yang tidak dapat dipisahkan dari analisis ekonomi. Aspek tujuan produksi—apakah bertujuan untuk masalah atau sekadar profit—tidak menjadi pertimbangan dalam hukum persaingan konvensional, padahal dalam perspektif Islam, produksi barang atau jasa yang membawa

mafsadah (kerusakan) bagi masyarakat, meskipun dilakukan secara kompetitif, tetap dinilai tidak sesuai dengan prinsip syariah (Saputra, 2023; Wahyudi & Septiani, 2024).

Perkembangan ekonomi digital turut memunculkan tantangan baru yang memerlukan respons dari kedua kerangka tersebut. Fenomena platform monopoly di mana perusahaan-perusahaan teknologi raksasa seperti e-commerce marketplace menguasai ekosistem digital secara hegemonic merupakan bentuk ihtikâr digital yang belum sepenuhnya terregulasi secara memadai. OJK (2024) mencatat bahwa penetrasi fintech syariah di Indonesia mencapai Rp 8,9 triliun pada kuartal ketiga 2024, namun perkembangan ini diiringi oleh meningkatnya risiko konsentrasi pasar di sektor teknologi keuangan Islam. Teori penawaran Islami yang menekankan keadilan distributif dan larangan penguasaan pasar secara berlebihan menawarkan perspektif yang relevan untuk merespons tantangan regulasi platform digital ini (Hakim & Zulkifli, 2021; Bank Indonesia, 2024).

Dimensi zakat dalam teori penawaran Islami juga memiliki implikasi anti-monopolistik yang sering terabaikan dalam diskursus akademis. Kewajiban zakat atas surplus produksi secara otomatis menciptakan mekanisme redistribusi yang mengurangi akumulasi modal secara berlebihan. Ekonom Islam seperti Chapra (2020) dan Mannan (2020) berargumen bahwa sistem zakat, jika diterapkan secara konsisten dalam perekonomian, akan secara alamiah membatasi kemampuan pelaku usaha tertentu untuk mengakumulasi modal hingga pada tingkat yang memungkinkan penguasaan pasar secara monopolistik. Dengan demikian, zakat berfungsi tidak hanya sebagai instrumen ibadah, melainkan juga sebagai built-in stabilizer bagi struktur pasar yang kompetitif.

Peran lembaga hisbah dalam ekonomi Islam klasik menjadi cermin historis yang relevan bagi diskursus tentang pengawasan pasar modern. Muhtasib (petugas hisbah) dalam tradisi Islam memiliki kewenangan untuk memantau praktik pasar, menindak ihtikâr, memastikan takaran dan timbangan yang benar, serta menegakkan standar kualitas barang. Fungsi-fungsi tersebut secara

struktural setara dengan kewenangan yang dimiliki KPPU dalam konteks persaingan usaha dan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dalam perlindungan konsumen di Indonesia (Pratiwi & Huda, 2023; Mubarak & Hasanudin, 2021). Sejarah hisbah ini membuktikan bahwa Islam telah sejak berabad-abad lalu memiliki sistem pengawasan pasar yang terstruktur dan efektif, jauh sebelum negara-negara Barat merumuskan undang-undang persaingan usaha pertama mereka pada akhir abad ke-19.

Integrasi Nilai Syariah dalam Kebijakan Persaingan Usaha: Prospek dan Tantangan

Prospek integrasi nilai syariah ke dalam kebijakan persaingan usaha Indonesia terbuka semakin lebar seiring dengan menguatnya komitmen pemerintah terhadap pengembangan ekosistem ekonomi syariah nasional. Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024 yang disusun oleh Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) menetapkan target pengembangan sektor halal value chain, keuangan syariah, dan kewirausahaan syariah secara holistik (KNEKS, 2021). Dalam konteks ini, penguatan regulasi

persaingan usaha yang berperspektif syariah merupakan komponen yang tidak terpisahkan dari ekosistem ekonomi syariah yang komprehensif. Tantangan utama yang dihadapi dalam upaya integrasi tersebut bersifat multidimensi. Pada tataran konseptual, masih terdapat perdebatan tentang metodologi pengintegrasian norma fiqhiyyah ke dalam kerangka regulasi positif yang bersifat universal dan berlaku bagi seluruh warga negara tanpa memandang afiliasi keagamaan. Pada tataran kelembagaan, diperlukan kapasitas dan kompetensi khusus bagi regulator termasuk hakim, penyelidik KPPU, dan konsultan hukum dalam memahami dan mengaplikasikan prinsip ekonomi Islam dalam konteks penegakan hukum persaingan usaha (Nasution, 2022; Hasan, 2021).

Rekomendasi kebijakan yang dapat ditarik dari analisis ini mencakup tiga level. Pada level makro, pemerintah perlu mendorong pengembangan regulasi persaingan usaha yang secara eksplisit mempertimbangkan prinsip keadilan distributif dan perlindungan konsumen sebagaimana diajarkan oleh ekonomi Islam. Pada level meso, KPPU perlu

memperkuat kapasitas analisisnya dengan mengintegrasikan indikator-indikator kesejahteraan sosial (social welfare) yang lebih komprehensif, melampaui sekadar ukuran efisiensi harga. Pada level mikro, pelaku usaha terutama yang berbasis syariah perlu didorong untuk mengadopsi kode etik persaingan usaha yang mencerminkan nilai-nilai Islam, termasuk larangan ihtikâr, kewajiban transparansi, dan komitmen terhadap persaingan yang bermartabat (COMCEC, 2022; Bank Indonesia, 2024).

D. Kesimpulan

Berdasarkan kajian literatur yang telah dilakukan, dapat ditarik tiga kesimpulan utama. Pertama, teori penawaran Islami memiliki konstruksi yang khas dan kaya, dilandasi oleh prinsip-prinsip tauhid, keadilan (al-'adl), dan kemaslahatan (maslahah), yang menempatkan aktivitas penawaran di pasar tidak semata-mata sebagai kalkulasi keuntungan finansial, melainkan sebagai ibadah dan tanggung jawab sosial yang bermuatan etis-normatif. Doktrin ihtikâr sebagai larangan monopoli dan konsep musâbaqah sebagai model persaingan sehat merupakan dua pilar

utama yang membentuk perilaku penawaran Islami di pasar.

Kedua, terdapat konvergensi normatif yang signifikan antara prinsip-prinsip ekonomi Islam tentang persaingan pasar dengan substansi regulasi anti-monopoli modern, khususnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 di Indonesia. Konvergensi ini mencakup larangan penguasaan pasar secara berlebihan, kewajiban transparansi, dan perlindungan konsumen sebagai tujuan regulasi. Perbedaan yang ada terutama terletak pada dimensi moral-spiritual dan tujuan akhir yang melampaui efisiensi ekonomi, yang menjadi keunggulan distinktif pendekatan ekonomi Islam.

Ketiga, riset gap yang teridentifikasi yakni absennya kajian integratif yang menghubungkan teori penawaran Islami secara utuh dengan kerangka regulasi persaingan usaha kontemporer menandai peluang besar bagi pengembangan ilmu ekonomi Islam yang lebih aplikatif dan relevan terhadap tantangan kebijakan publik masa kini. Integrasi perspektif syariah ke dalam kebijakan persaingan usaha bukan sekadar alternatif normatif, melainkan kebutuhan substantif

dalam rangka mewujudkan keadilan ekonomi yang berdimensi holistik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2024). Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah 2024. Jakarta: Bank Indonesia. Diakses dari <https://www.bi.go.id>.
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). Thematic Analysis: A Practical Guide. London: SAGE Publications.
- BPS. (2023). Laporan Kesejahteraan Rakyat 2023. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Chapra, M. U. (2020). Islam and the Economic Challenge (Edisi Baru). Leicester: The Islamic Foundation.
- COMCEC. (2022). Competition Law and Policy in OIC Member Countries. Ankara: COMCEC Coordination Office.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2021). Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Fauzan, M. (2020). Relevansi Konsep Ihtikâr Al-Ghazali dalam Ekonomi Islam Kontemporer. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan (JESTT), 7(4), 712–728.
- <https://doi.org/10.20473/vol7iss20204pp712-728>.
- Hakim, A. R., & Zulkifli, Z. (2021). Musabaqah dan Persaingan Usaha: Konsep Kompetisi dalam Perspektif Ekonomi Islam. Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, 13(2), 253–274.
<https://doi.org/10.15408/aiq.v13i2.21325>.
- Hasan, Z. (2021). Microeconomics from Islamic Perspective. Kuala Lumpur: IIUM Press.
- Islamic Finance Development Report. (2024). Global Islamic Finance Report 2024. Dubai: LSEG Refinitiv & ICD.
- Karim, A. A. (2021). Ekonomi Mikro Islami (Edisi ke-6). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- KNEKS. (2021). Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024: Hasil Capaian dan Proyeksi. Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah.
- KPPU. (2023). Laporan Tahunan KPPU 2023. Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia. Diakses dari <https://www.kppu.go.id>.
- KPPU. (2024). Laporan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Semester I Tahun 2024. Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia.

- Mannan, M. A. (2020). *Islamic Economics: Theory and Practice*. Cambridge: The Islamic Texts Society.
- Mubarok, J., & Hasanudin, M. (2021). *Fiqh Mu'amalah Maliyyah: Prinsip-Prinsip Perjanjian Bisnis Syariah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, M. E. (2022). *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- OJK. (2024). *Statistik Perbankan dan Keuangan Syariah Kuartal III 2024*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan. Diakses dari <https://www.ojk.go.id>.
- P3EI Universitas Islam Indonesia. (2021). *Ekonomi Islam (Edisi ke-3)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pratiwi, R. A., & Huda, N. (2023). Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha dan Ekonomi Islam. *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 16(1), 89–114. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v16i1.18234>.
- Ridwan, M., & Arfan, A. (2022). Anti-Monopoli dalam Regulasi Persaingan Usaha dan Relevansinya dengan Prinsip Ekonomi Syariah di Indonesia. *Share: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 11(2), 195–218. <https://doi.org/10.22373/share.v11i2.14213>.
- Saputra, H. (2023). Penawaran Islami dan Struktur Pasar: Analisis Normatif dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (JIES)*, 5(1), 45–68.
- UNCTAD. (2022). *Competition Policy and Consumer Protection in Developing Countries*. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development.
- Wahyudi, I., & Septiani, I. (2024). Teori Produksi dalam Ekonomi Islam: Implikasi terhadap Kebijakan Penawaran dan Persaingan Usaha. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 12(1), 1–22. <https://doi.org/10.30870/jeps.v12i1.19987>.
- Zed, M. (2021). *Metode Penelitian Kepustakaan (Edisi ke-3)*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.