

**TRANSAKSI “FOTO SEPULASNYA BAYAR SEIKHLASNYA” TINJAUAN
HUKUM PERSAINGAN USAHA DAN FIKIH MUAMALAH
(STUDI DI ASOSIASI PROFESI FOTOGRAFI JAWA BARAT)**

SKRIPSI

OLEH:

**SYAHDAN MUHAMAD REZKY
NIM 19220184**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2023**

**TRANSAKSI “FOTO SEPULASNYA BAYAR SEIKHLASNYA” TINJAUAN
HUKUM PERSAINGAN USAHA DAN FIKIH MUAMALAH
(Studi Di Asosiasi Profesi Fotografi Jawa Barat)**

SKRIPSI

OLEH:

**SYAHDAN MUHAMAD REZKY
NIM 19220184**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan,

Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

TRANSAKSI “FOTO SEPUASNYA BAYAR SEIKHLASNYA” TINJAUAN

HUKUM PERSAIANGAN USAHA DAN FIKIH MUAMALAH

(Studi Di Asosiasi Profesi Fotografi Jawa Barat)

Benar-benar merupakan skripsi yang disusun sendiri berdasarkan kaidah penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggung jawabkan. Jika di kemudian hari laporan penelitian skripsi ini merupakan hasil plagiasi karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, maka skripsi sebagai persyaratan predikat gelar sarjana dinyatakan batal demi hukum.

Malang, 7 Februari 2023

Penulis



Syadhan Muhamad Rezky
NIM 19220184

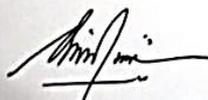
HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Syahdan Muhamad Rezky
NIM: 19220184 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

TRANSAKSI “FOTO SEPULASNYA BAYAR SEIKHLASNYA” TINJAUAN HUKUM PERSAINGAN USAHA DAN FIKIH MUAMALAH (Studi Di Asosiasi Profesi Fotografi Jawa Barat)

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-
syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji oleh Majelis Dewan Penguji.

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah


Dr. Fakhruddin, M.H.I.
NIP. 197408192000031002

Malang, 7 Ferbruari 2023

Dosen Pembimbing,


Kurniasih Bahagiati, M.H.
NIP 198710192019032011

HALAMAN PENGESAHAN

Dewan Penguji Skripsi saudara Syahdan Muhamad Rezky, NIM 19220184, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

TRANSAKSI “FOTO SEPULASNYA BAYAR SEIKHLASNYA” TINJAUAN HUKUM PERSAINGAN USAHA DAN FIKIH MUAMALAH (Studi Di Asosiasi Profesi Fotografi Jawa Barat)

Telah dinyatakan lulus dengan nilai: 88

Dengan Penguji

1. Nama : Musataklima, S.HI., M.SI.
NIP 19830420201608011024


Ketua Penguji

2. Nama : Kurniasih Bahagiati, MH.
NIP 198710192019032011


Sekertaris Penguji

3. Nama : Iffaty Nasyiah, M.H.
NIP 197606082009012007


Penguji Utama

Malang, 13 Maret 2023

Dekan



Dr. Sudirman, M.A.
NIP 197708222005011003

MOTTO

ليس الفتى من يقول كان أبي و لكن الفتى من يقول ها أنذا

“Pemuda itu bukanlah mereka yang mengatakan itu adalah ayahku,
Tapi pemuda adalah mereka yang mengatakan inilah aku”

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahrabbi'l'amin, segala puji syukur atas kehadiran Allah Swt. Yang telah memberikan rahmat dan pertolongan penulisan skripsi yang berjudul: **“TRANSAKSI “FOTO SEPUASNYA BAYAR SEIKHLASNYA” TINJAUAN HUKUM PERSAINGAN USAHA DAN FIKIH MUAMALAH (Studi Di Asosiasi Profesi Fotografi Jawa Barat)”** dapat penulis selesaikan dengan baik. Shalawat beserta salam selalu ter curahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad Saw. yang telah memberikan uswatun hasanah kepada kita semua dalam menjalani kehidupan ini sesuai dengan perintah-Nya. Dengan meneladani beliau, semoga kita tergolong orang-orang yang beriman dan mendapatkan syafaatnya. Amin.

Dengan segala pengajaran, pengarahan, serta bantuan layanan yang telah diberikan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih tak terhingga kepada:

1. Prof, Dr. H. M. Zainuddin, MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Sudirman, M.A., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Fakhruddin, M.HI., selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

4. Ahmad Sidi Pratomo, SH., MA, selaku dosen wali selama menempuh kuliah. Terimakasih penulis haturkan kepada beliau yang telah memberikan bimbingan selama menempuh perkuliahan.
5. Kurniasih Bahagiati, M.H., selaku dosen pembimbing yang luar biasa, dan terbaik yang telah memberikan waktu berharganya beserta energinya untuk memberikan pengarahan dan motivasi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terimakasih banyak atas pembelajaran dan pengalaman berharganya.
6. Segenap dosen Program Studi Hukum Ekonomi Syariah serta Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan pembelajaran kepada penulis, Dengan niat yang ikhlas, semoga amal mereka semua menjadi bagian dari ibadah untuk mendapat ridha Allah Swt.
7. Syaipul Basri Panjaitan (ayah) dan Cucu Siti Maryam (ibu) sebagai kedua sayap penopang penulis yang telah memberi support dan doa dalam proses penulisan karya ini serta keluarga besar yang telah mendukung dalam terselesaikannya penulisan ini.
8. Teman-teman dibidang fotografi, kang Imam, kang ari, kang deni, om ari, dan semua pihak yang telah ikut serta mendukung proses penulisan karya tulis ini.
9. Serta para pihak yang berperan secara langsung atau tidak langsung dalam mendukung terselesaikannya penelitian ini, terhatur *jazakallah khairan* semoga Allah memberikan balasan, pengampunan, dan rahmatnya kepada kita semua, *aamiin*

Dengan terselesaikan laporan skripsi ini, harapannya ilmu yang telah penulis peroleh selama kuliah dapat memberikan manfaat amal kehidupan di dunia dan akhirat. *Aamien*.

Bandung, 24 Januari 2023
Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Syahdan Muhamad Rezky', enclosed within a faint rectangular border.

Syahdan Muhamad Rezky
NIM. 19220184

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Umum

Transliterasi ialah pemindahalihan tulisan Arab ke dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemahan bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulis judul buku dalam *footnote* maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi ini.

Banyak pilihan dan ketentuan transliterasi yang dapat digunakan dalam penulisan karya ilmiah, baik yang ber-standar internasional, nasional maupun ketentuan yang khusus penerbit tertentu. Transliterasi yang digunakan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan EYD plus, yaitu transliterasi yang didasarkan atas surat keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tanggal 22 Januari 1998, No. 158/1987 dan 0543. B/U/1987, sebagaimana tertera dalam buku pedoman Transliterasi Bahasa Arab (*A Guide Arabic Transliterasi*), INIS Fellow 1992.

B. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
------------	------	-------------	------

ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	Š	Es (Titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	Ĥ	Ha (Titik di atas)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ž	Ž	Zet (Titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Šad	Š	Es (Titik di Bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (Titik di Bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (Titik di Bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (Titik di Bawah)
ع	‘Ain	‘.....	Apostrof Terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	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	Ye

Hamzah (Á) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tdana apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tdana (').

C. Vokal, Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal *fathah* ditulis dengan “a”. *Kasroh* dengan “i”, *dlommah* dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal Pendek		Vokal Panjang		Diftong	
◌َ	A		◌̄		Ay
◌ِ	I		◌̄		Aw
◌ُ	U		◌̄		Ba'

Vokal (a) panjang =	◌̄	Misalnya	قال	Menjadi	Qāla
Vokal (i) panjang =	◌̄	Misalnya	قِيلَ	Menjadi	Qīla

Vokal (u) panjang =	Ū	Misalnya	دون	Menjadi	Dūna
---------------------	---	----------	-----	---------	------

Khusus untuk bacaan ya' nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan "i", melainkan tetap ditulis dengan "iy" agar dapat menggambarkan ya' nisbat diakhirnya. Begitu juga, untuk suara diftong wawu dan ya' setelah *fathah* ditulis dengan "aw" dan "ay". Perhatikan contoh berikut:

Diftong (aw) =		Misalnya	قول	Menjadi	Qawlun
Diftong (ay) =		Misalnya	خير	Menjadi	Khayrun

D. Ta' Marbutah

Ta' marbutah ditransliterasikan dengan "t" jika berada di tengah kalimat, tetapi apabila *ta' marbutah* tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan "h" misalnya الرسالة للمدرسة menjadi *al-riṣalat li al-mudarrisah*, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudhaf* dan *mudhaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan *t* yang disambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya في رحمة الله menjadi *fi rahmatillah*.

E. Kata Sdanang dan Lafdh Al-Jalalah

Kata *sdanang* berupa "al" (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan "al" dalam lafadz *jalalah* yang berada di tengah-tengah kalimat yang disdanarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

1. Al-Imam al-Bukhariy mengatakan.....
2. Al-Bukhariy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan.....

3. *Billah 'azza wa jalla*

F. Nama dan Kata Arab Terindonesiakan

Pada prinsipnya setiap kata yang berasal dari bahasa Arab harus ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Apabila kata tersebut merupakan nama Arab dari orang Indonesia atau bahasa Arab yang sudah terindonesiakan, tidak perlu ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Perhatikan contoh berikut:

“.....Abdurrahman Wahid, mantan Presiden RI keempat, dan Amin Rais, mantan Ketua MPR pada masa yang sama, telah melakukan kesepakatan untuk menghapuskan nepotisme, kolusi, dan korupsi dari muka bumi Indonesia, dengan salah satu caranya melalui pengintensifan salat di berbagai kantor pemerintahan, namun....”

Perhatikan penulisan nama “Abdurrahman Wahid”, “Amin Rais” dan kata “salat” ditulis dengan menggunakan tata cara penulisan bahasa Indonesia yang disesuaikan dengan penulisan namanya. Kata-kata tersebut sekaligus berasal dari bahasa Arab, Namun ia berupa nama dari orang Indonesia dan terindonesiakan, untuk itu tidak ditulis dengan cara “Abd Al-Rahman Wahid”, “Amin Rais”, dan bukan ditulis dengan “Shalat.”

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	i
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
مستخلص البحث	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah	1
B.Rumusan Masalah	8
C.Tujuan Penelitian	8
D.Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Pembahasan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A.Penelitian Terdahulu	11
B.Teori Hukum Persaingan Usaha	19
C.Kerangka Teori Jual Beli	31
BAB III METODE PENELITIAN	49
A.Jenis Penelitian	49
B.Pendekatan Penelitian	50
C.Lokasi Penelitian	50
D.Jenis dan Sumber Data	51
E. Metode Pengumpulan Data	51
F. Metode Analisis Data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
A.Profil Asosiasi Profesi Fotografi Jawa Barat	55

B. Tinjauan Hukum Persaingan Usaha Transaksi Foto Sepuasnya Bayar Seikhlasnya	56
C. Tinjauan Fikih Muamalah Transaksi Foto Sepuasnya Bayar Seikhlasnya	64
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Persamaan dan Perbedaan Judul Penelitian	17
Tabel 2. List Pertanyaan Wawancara	86

ABSTRAK

Syahdan Muhamad Rezky, 19220184, “**TRANSAKSI “FOTO SEPUASNYA BAYAR SEIKHLASNYA” TINJAUAN HUKUM PERSAINGAN USAHA DAN FIKIH MUAMALAH (Studi Di Asosiasi Profesi Fotografi Jawa Barat)** Skripsi, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Dosen Pembimbing Kurniasih Bahagiati, M.H.

Kata Kunci: Harga; Muamalah; Persaingan Usaha; Seikhlasnya

Perkembangan industri fotografi dimasa pandemi mendorong pelaku usaha melakukan mekanisme pemasaran yang menarik konsumen untuk dapat menggunakan jasanya. Salah satu yang berkembang pesat adalah “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” yang menjadi polemik di kalangan pelaku usaha fotografi. Polemik ini berindikasi pada praktik persaingan usaha tidak sehat dengan dugaan diskriminasi harga, jual rugi, dan kecurangan penetapan biaya.

Menentukan harga jual jasa fotografi perlu memperhitungkan persaingan usaha dengan kemunculan “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” memberikan dampak pada pelaku usaha sejenis dalam industri jasa fotografi dan disisi lain konsumen yang kebingungan dalam melakukan transaksi pada saat menentukan nominal harga yang akan diberikan, kedua hal ini menjadi tujuan dibuatnya penelitian ini untuk mengetahui tinjauan fikih muamalah dan hukum persaingan usaha terhadap transaksi foto sepuasnya bayar seikhlasnya yang dilakukan di Assosiasi Profesi Fotografi Jawa Barat

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis empiris dengan menggunakan pendekatan sosiologis disertai pendekatan analisis kualitatif yang berlokasi di APFI Jawa Barat jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder, metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kepustakaan, observasi, dan wawancara yang diolah sebagai bahan analisa.

Hasil penelitian ini menemukan dalam hukum persaingan usaha ditemukan bahwa strategi ini tergolong kegiatan yang dilarang karena dapat menyebabkan diskriminasi harga pada Pasal 19 (d), menjual harga di pasar Pasal 20, dan kecurangan penetapan biaya Pasal 21 yang dapat menyebabkan persaingan usaha tidak sehat yang diatur dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. “Bayar seikhlasnya” pada perspektif fikih muamalah tergolong pada kategori jual beli yang dilarang diantara-Nya *gharar*, *tadlis*, dan *ghubn* diidentifikasi dari harga dan cara melakukan transaksi. Akad yang digunakan dalam transaksi ini batal demi hukum atau dapat dibatalkan oleh konsumen.

ABSTRACT

Syahdan Muhamad Rezky, 19220184, **“THE PHOTO PAY AS YOU WOULD LIKE” OVERVIEW OF BUSINESS COMPETITION LAW DAN MUAMALAH FIKIH (Study at the West Java Photographic Professional Association)** Thesis, Sharia Economic Law Study Program, Faculty of Sharia, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang, Supervisor Kurniasih Bahagiati, M.H.

Keywords: *Price; Muamalah; Business competition; Sincerely*

The development of the photography industry during the pandemic has encouraged business actors to carry out marketing mechanisms that attract consumers to be able to use their services. One overgrowing is "as much as you want to pay for photos," which is a polemic among photography business actors. This polemic indicates unfair business competition practices with allegations of price discrimination, selling at a loss, and fee-fixing fraud.

Determining the selling price of photography services needs to take into account business competition with the appearance of "as much as you want to pay for photos," which has an impact on similar business actors in the photography service industry and, on the other hand, consumers are confused about making transactions when determining the nominal price to be given, these two things are the goal This research was made to find out the review of muamalah fikih and business competition law on photo transactions as much as you want, which were carried out at the West Java Photographic Professional Association.

The research method used in this study is empirical juridical using a sociological approach accompanied by a qualitative analysis approach located at APFI West Java. The types of data used in this study are primary and secondary. The data collection methods in this study are literature, observation, and interviews processed for analysis.

The results of this study found that in business competition law it was found that this strategy is classified as a prohibited activity because it can lead to price discrimination in Article 19 (d), selling prices in the market in Article 20, and fraudulent pricing in Article 21 which can lead to regulated unfair business competition. Law no. 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition. "Pay sincerely" from the perspective of muamalah fiqh belongs to the category of buying and selling, which is prohibited, including gharar, tadlis, and ghubn, which is identified from the price and method of conducting transactions. The contract used in this transaction is null and void or can be canceled by the consumer

مستخلص البحث

شاهدان محمد رزقي ، 19220184 ، "الصورة تدفع كما تريد" نظرة عامة على قانون المنافسة التجارية وفقه المعاملة (الدراسة في جمعية رابطة محترفي التصوير الفوتوغرافي جاوة الغربية) أطروحة ، برنامج دراسة القانون الاقتصادي الشرعي ، كلية الشريعة ، جامعة مولانا مالك إبراهيم الدولة الإسلامية مالانج ، مشرفة كورنياسيه باهاجياتي ماجستير .

الكلمات الرئيسية: السعر؛ معاملة. منافسة تجارية؛ بإخلاص

شجع تطور صناعة التصوير الفوتوغرافي أثناء الوباء الجهات الفاعلة التجارية على تنفيذ آليات التسويق التي تجذب المستهلكين ليكونوا قادرين على استخدام خدماتهم. واحد ينمو بسرعة هو "بقدر ما تريد أن تدفع مقابل الصور" وهو جدال بين ممثلي أعمال التصوير الفوتوغرافي. هذا الجدل لديه مؤشرات على ممارسات المنافسة التجارية غير العادلة مع ادعاءات بالتمييز السعري ، والبيع بخسارة ، والاحتيايل في تحديد الرسوم.

يحتاج تحديد سعر بيع خدمات التصوير الفوتوغرافي إلى مراعاة المنافسة التجارية مع ظهور "بقدر ما تريد دفع ثمن الصور" مما يؤثر على الجهات الفاعلة التجارية المماثلة في صناعة خدمات التصوير الفوتوغرافي ومن ناحية أخرى يشعر المستهلكون بالارتباك حول إجراء المعاملات عند تحديد السعر الاسمي المطلوب تقديمه ، فإن هذين الأمرين هما الهدف الذي تم إجراء هذا البحث لمعرفة مراجعة فقه المعاملة وقانون المنافسة التجارية بشأن معاملات الصور بقدر ما تريد ، والتي تم تنفيذها في الغرب جمعية جافا للتصوير الفوتوغرافي المحترف.

نوع أسلوب البحث المستخدم في هذه الدراسة هو أسلوب قانوني تجريبي باستخدام نهج اجتماعي مصحوب بنهج تحليل نوعي موجود في APFI West Java. أنواع البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي أولية وثانوية ، وطرق جمع البيانات في هذه الدراسة هي الأدبيات والملاحظة والمقابلات المجهزة للتحليل.

وجدت نتائج هذه الدراسة أنه في قانون المنافسة التجارية وجد أن هذه الإستراتيجية مصنفة على أنها نشاط محظور لأنها يمكن أن تؤدي إلى التمييز السعري في المادة 19 (د) ، وأسعار البيع في السوق في المادة 20 ، والتسعير الاحتيايلي في المادة 21 التي يمكن أن تؤدي إلى المنافسة التجارية غير المشروعة المنظمة. قانون رقم 5 لسنة 1999 بشأن حظر الممارسات الاحتكارية والمنافسة التجارية غير المشروعة. "ادفع بصدق" من منظور فقه المعاملات ينتمي إلى فئة البيع والشراء المحظورة بما في ذلك الغرر والتدليس والغبن المحدد من السعر وطريقة إجراء المعاملات. العقد المستخدم في هذه الصفقة باطل ولاغٍ أو يمكن للمستهلك إلغاؤه.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi kreatif (ekraf) di Indonesia memiliki pengaruh yang sangat besar pada tahun 2019 sektor ini dapat menyerap lebih dari 17 juta tenaga kerja.¹ Gelombang perkembangan sektor ekonomi kreatif didorong dengan meningkatnya daya inovasi dan kreativitas bagi pelaku usaha dan masyarakat untuk ambil andil dalam pemulihan ekonomi nasional pasca pandemi di sektor ekonomi kreatif. Perkembangan ekonomi kreatif mendorong pemerintah ambil peran untuk menstimulus perkembangannya dengan diadakannya Undang-Undang No. 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif beserta turunannya dalam PP No. 24 Tahun 2022 tentang PP Undang-Undang No. 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.

Ekonomi kreatif di Indonesia terbagi menjadi 17 sub sektor diantaranya-Nya adalah: (1) pengembang permainan, (2) kriya, (3) desain interior, (4) musik, (5) seni rupa, (6) desain produk, (7) fesyen, (8) kuliner, (9) film, animasi, dan video, (10) fotografi, (11) desain komunikasi visual (DKV), (12) televisi dan radio, (13) arsitektur, (14) periklanan, (15) seni pertunjukan, (16) penerbitan, (17) aplikasi.² Salah satu sub sektor ekonomi kreatif yang perlahan berkembang saat pandemi adalah industri fotografi, karena kebutuhan jasa foto untuk memasarkan produk-produk lewat berbagai media daring meningkat. Kebutuhan para pelaku usaha

¹ Marseto Ds, "Nasib Ekonomi Kreatif Pada Saat Pdanemi Covid 19," Jurnal Supremasi, Vol. 11, No. 1 Tahun 2021 32-41 [Http://Repository.Upnjatim.Ac.Id/2591/1/Jurnal_Marseto.Pdf](http://Repository.Upnjatim.Ac.Id/2591/1/Jurnal_Marseto.Pdf)

² Sub sektor Ekonomi Kreatif, [Https://Kemenparekraf.Go.Id/Layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif](https://Kemenparekraf.Go.Id/Layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif)

dalam memperlihatkan tampilan visual produk yang menarik di media sosial dan platform penjual daring mendorong para pelaku usaha membutuhkan jasa foto untuk mengambil tampilan produk mereka dengan tujuan konsumen tertarik untuk membeli produk di media sosial atau *platform-platform* penjualan daring.³

Fotografi merupakan sub sektor ekonomi kreatif yang berkembang cukup pesat dalam perkembangan di era digital.⁴ Industri fotografi menjadi salah satu sektor bisnis yang berkembang pesat karena adanya kebutuhan visual di media sosial dan berbagai *platform* digital lain yang mendorong kebutuhan terhadap tampilan visual yang menarik menjadi sangatlah penting.⁵ Karakteristik pelaku industri fotografi dikategorikan pada *tiga* kelompok pelaku, *satu* pelaku usaha yang merupakan fotografer, mereka yang memulai masuk dalam industri komersial fotografi dengan perhitungan harga pokok penjualan (HPP) jasa yang selanjutnya akan dihitung sebagai harga jasa yang ditawarkan, *dua* pelaku usaha yang merupakan pemodal atau investor yang menyuntikan modalnya dalam industri fotografi karena melihat peluang yang menjanjikan, dan ke *tiga* pelaku usaha yang punya kemampuan finansial namun tidak butuh keuntungan, karakteristik ini cenderung membutuhkan publikasi atau eksistensi.⁶

Kondisi pandemi mendorong pelaku usaha industri ekonomi kreatif untuk dapat bertahan di berbagai pembatasan mobilisasi masyarakat. Salah satu

³ Kedek Dede Muliawan, A.A Safung Intan Pradnyanita, "Analisa Teknik Fotografi Dalam Tren *Food Photography*," Jurnal Nawala Visual, Vol. 3 No. 1 (2021) :40-46<https://doi.org/10.35886/Nawalavisual.V3i1.193>

⁴Sub sektor Ekonomi Kreatif, <https://pemasaranekraf.kememparekraf.go.id/sub-sektor/fotografi/>

⁵ Phongky Adhi Purnama, Slivia Amdana Tahalea, "Pelatihan Fotografi Produk Untuk Iklan Di Internet Saat Masa Pdanemi Bersama Pemuda Tebet Melalui Daring," Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia, Vol. 2 No. 2, 97-107, (2020) <https://doi.org/10.25105/Jamin.V3i1.7455>

⁶ Tirto Danayanto, "Ngobrol Fotografi #4 I Membahas (Bayar Jasa Foto Seikhlasnya) Bersama Ferry Ardianto," <https://youtu.be/Uj5hx6pz4gu>

bentuk promosi yang populer dilakukan dalam industri fotografi adalah, model promosi “foto sepuasnya bayar seikhlasnya”, promosi tersebut memicu polemik bagi para pelaku industri fotografi salah satunya Asosiasi Profesi Fotografi Indonesia (APFI) sebagai asosiasi profesi di bidang fotografi yang bernaung di bawah Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). Konsep Promosi “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” di saat pandemi dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat pada bidang fotografi, promosi ini berkembang pertama kali di wilayah Jawa Barat, promosi tersebut dapat berdampak pada perubahan perilaku konsumen dan berakhir pada rusaknya standar harga jasa.⁷

Konsep promosi ini merupakan konsep pemasaran bisnis yang baru dikembangkan dan populer di masa pandemi. Konsep “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” terdapat dalam beberapa mekanisme pelaksanaan yang diukur dan dibatasi oleh lama durasi per sesi foto. Lama durasi yang dibatasi dalam promosi dan transaksi ini adalah satu jam per satu sesi foto, selanjutnya konsumen yang ingin menambah sesi maka konsumen terkena biaya reguler. Secara umum pelaku usaha dengan bisnis model ini memberikan ketetapan pembayaran uang muka yang diberikan sebagai syarat pemesanan tanggal untuk sesi foto yang akan dilakukan konsumen, dalam beberapa kasus pelaku usaha menetapkan biaya minimal berupa uang muka sedangkan pelunasannya dibayar dengan seikhlasnya⁸

⁷ Eko Iskandar, “Konsep Bisnis ”Foto Sepuasnya Bayar Seikhlasnya” Dinilai Merusak Ekosistem Industri Fotografi,” <https://radarbekasi.id/2021/01/29/konsep-bisnis-foto-sepuasnya-bayar-seikhlasnya-dinilai-merusak-ekosistem-industri-fotografi/>

⁸ Arraadi06, “Studio Foto, *Home Photoworks* Bogor, Foto Sepuasnya Di Studio Ini Hasilnya Memuaskan,” *Youtube*, 22 November 2021, Diakses 10 Oktober 2022 https://www.youtube.com/watch?v=ONR4JGaLCRw&ab_channel=Arraadi06

Menurut ketua APFI Jawa Barat bahwa promosi yang dilakukan pelaku usaha mempunyai orientasi jangka panjang dan bukan hanya promosi untuk menarik konsumen saja. Hal tersebut tentu bertentangan dengan etika di dunia fotografi dan peningkatan ekonominya (ekonomi mikro). Tindakan promosi yang dilakukan ini bertujuan untuk menjangkau sebanyak mungkin pasar, dimasa pandemi, saat kondisi industri fotografi sedang buruk. Selain upaya menjangkau pasar yang luas adanya promosi ini juga merupakan sikap protes dari beberapa kalangan yang merasa bahwa fotografi tidak dilihat terkena dampak pandemi.⁹

Polemik “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” dapat memicu industri fotografi keluar dari persaingan sempurna sebab adanya banyak penjual dan pembeli, tiap-tiap pelaku usaha dan konsumen tidak dapat memengaruhi keadaan harga pasar.¹⁰ Keterangan ketua APFI Jawa Barat dalam wawancara ini menjelaskan bahwa dengan bisnis model menggunakan promosi “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” memicu terjadinya polemik antara para pelaku usaha fotografi yang berusaha menjaga harga pasar pada industri fotografi hingga terciptanya persaingan sempurna. Namun, disisi lain dengan promosi tersebut harga pasar yang seharusnya dipengaruhi oleh interaksi permintaan dan penawaran menjadi tidak ada, karena pelaku industri dan konsumen penetapan harga yang jelas.

Konsep foto sepuasnya bayar seikhlasnya dalam jasa ini dapat memanipulasi biaya jasa seperti yang diatur dalam Pasal 19 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang berbunyi

⁹ Imam Budi, Ketua APFI Jabar, Wawancara, (Bandung 19 Agustus 2022)

¹⁰ Muhamad Sadi, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia: Sebagai Upaya Penguatan Lembaga Komisi Persaingan Usaha KPPU* (Malang: Setara Press, 2016), 44

Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat berupa :

- a. menolak dan atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan; atau*
- b. menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan hubungan usaha dengan pelaku usaha pesaingnya itu; atau*
- c. membatasi peredaran dan atau penjualan barang dan atau jasa pada pasar bersangkutan; atau*
- d. melakukan praktek diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.*¹¹.

Substansi diskriminasi harga dalam jual beli dalam point (d) Pasal tersebut berasumsi pada larangan bagi pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha yang dapat menutup kesempatan bagi pelaku usaha yang sama untuk mengembangkan usaha yang mengarah pada praktek monopoli pasar pada jenis jasa fotografi.

Persaingan pasar sempurna seharusnya ditentukan oleh *supply dan demdan* yang berimbang saat jumlah produsen atau penjual serta konsumen dapat menentukan pilihan penjual berdasarkan kriteria yang mereka inginkan. Artinya pasar persaingan sempurna ditentukan dengan jumlah *supply dan demdan*, pelaku atau konsumen tidak dapat mempengaruhi harga, akan tetapi struktur pasar berdasarkan pada berjalanya proses interaksi antara penawaran dan permintaan.¹²

Konsep transaksi lewat promosi “sepuasnya” dan “seikhlasnya” bukan yang pertama terjadi di Indonesia dalam beberapa produk lain seperti “*minum kopi sepuasnya, bayar seikhlasnya*” dilakukan oleh Kedia Kopi Conger yang melakukan pola bisnis secara syariat dan dengan konsep seikhlasnya merupakan

¹¹ Pasal 19 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999

¹² “Naufal Rizky, "Struktur Pasar Persaingan Sempurna," Umsida (2020) [Http://Eprints.Umsi.Da.Ac.Id/6996/1/Naufal%20Rizky%20%28191020700112%29%20Struktur%20Pasar%20Persaingan%20Sempurna.Pdf](http://Eprints.Umsi.Da.Ac.Id/6996/1/Naufal%20Rizky%20%28191020700112%29%20Struktur%20Pasar%20Persaingan%20Sempurna.Pdf).

cerminan dari adab Islam.¹³ Transaksi “sepuasnya” dan “seikhlasnya” tidak hanya ditemukan dalam produk minuman saja pada produk makanan terdapat promosi yang serupa salah satunya yang terjadi di *Koperasi Santri Pondok Modern Al-Furqon Panarangan Jaya Kecamatan Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat*. Transaksi “seikhlasnya” di koperasi tersebut dengan memberikan informasi harga modal dan pembeli dapat memberikan keuntungan yang akan diberikan seikhlasnya pembeli.¹⁴

Konsep “sepuasnya dan “seikhlasnya” dalam promosi ini diduga terdapat kebiasaan makna dalam pelaksanaannya, karena tidak adanya expetasi harga yang pasti dalam konteks makna “seikhlasnya” yang tidak bisa di ukur secara kongkret. Transaksi dalam bentuk sepuasnya dan seikhlasnya tidak dapat memastikan ukuran nominal dalam ukuran sepuasnya dan seikhlasnya, jual beli jasa seperti ini dapat memungkinkan adanya unsur keragu-raguan dan ke tidak pastian, hal ini memungkinkan dapat tidak terpenuhinya unsur kerelaan transaksi baik bagi penjual atau pembeli jasanya.¹⁵ Islam mengatur berbagai hal termasuk didalamnya aspek ekonomi, yang memandang pasar, negara, serta tiap individu berada dalam keseimbangan dan melarang umatnya untuk melakukan upaya yang dapat menguntungkan diri mereka sendiri.¹⁶

¹³ Menur Kusumanigtyas Dan Johni Harius Putranto, “Does Sharia Coffe Business Development Influence Employee`S Welfare,” *CIFET*, No. 12 (2020): DOI 10.4108/Eai.21-9-2019.2293969

¹⁴ Niati Istiqomah, ” Tinjauan Hukum Islam Mengenai Jual-Beli Makanan Dengan Harga Seikhlasnya: Studi Di Koperasi Santri Pondok Modern Al-Furqon Panarangan Jaya Kecamatan Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat”

¹⁵ Tanti Gusmawati Dkk., “Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Jual Beli Jagung Dengan Sistem Taksiran Di Desa Lamajang,” *Bdanung Conference Series : Sharia Economic Law Volume 1*, No. 1 Tahun 2021: DOI: <https://doi.org/10.29313/Bessel.V2i1.564>

¹⁶ Lukmanul Hakim, “Distorsi Pasar Dalam Pdanangan Ekonomi Islam,” *Ekomadania : Journal Of Islamic Economic Dan Social* 1, No. 1 (September 30, 2017): 4.

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) memuat hal-hal terkait sah nya suatu akad dilakukan, pada Pasal 29 angka (1) tercantum bahwa sahnya akad adalah ketika perjanjian, tidak mengandung unsur *ghalat* atau khilaf, dilakukan di bawah *ikrah* atau paksaan, *taghir* atau tipuan, dan *ghubn* atau penyamaran.¹⁷ Selain KHES hukum Islam mengatur dengan ketat bentuk transaksi atau mekanisme jual beli lainnya yang berpotensi dapat merugikan atau menipu pihak lain baik secara sifat atau zatnya. Hukum Islam memandang *tadlis* atau penipuan dengan menyembunyikan informasi yang disembunyikan merupakan kesalahan moral yang serius yang berpotensi membatalkan akad.¹⁸

Jual beli atau berbisnis dalam Islam tidak lepas dari prinsip yang perlu di pegang oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Seorang muslim perlu menetapkan niatnya dan berpegang pada kebenaran yang diatur dalam Islam dan aturan yang mengaturnya. Pelaku usaha memahami keahlian dan keuntungan yang dapat diperoleh dari usaha yang telah mereka keluarkan manfaat yang dapat diberikan kepada sesama, dan seorang pelaku usaha harus jujur dalam menyampaikan segala hal tentang barang dagangannya baik secara harga, kualitas, promosi yang di sampaikan pada konsumen.¹⁹

Berdasar pada penjelasan sebelumnya adanya promosi dan transaksi berupa konsep pemasaran “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” pada sisi hukum persaingan usaha sangat berpotensi memunculkan persaingan usaha yang tidak

¹⁷ Dirjen Badan Pengadilan Agama, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah* (Edisi Revisi), (Jakarta, Mahkamah Agung Republik Indonesia, 2011), 18

¹⁸ Mohamed Azam Mohamed Adil Et Al., “Tadlis In Islamic Transactions,” *Management & Accounting Review (MAR)* 9, No. 2 (Desember 30, 2010): 44, <https://doi.org/10.24191/Mar.V9i2.242>.

¹⁹ Aselina Endang Trihastuti, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), 5–6.

sehat dengan indikasi dampak yang akan terjadi berupa rusaknya harga pasar dengan promosi ini. Disisi lain kebiasaan pada transaksi dengan penggunaan makna “sepuasnya” dan “seikhlasnya” dalam akad transaksi jual beli jasa tersebut juga masih belum jelas kadar ukuran yang harus di bayarkan oleh konsumen. Beserta dengan hal itu diangkatlah penelitian ini dengan judul; **“TRANSAKSI “FOTO SEPUASNYA BAYAR SEIKHLASNYA” TINJAUAN HUKUM PERSAINGAN USAHA DAN FIKIH MUAMALAH (Studi Di Asosiasi Profesi Fotografi Jawa Barat)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang sebelumnya maka dirumuskan dua rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana tinjauan hukum persaingan usaha dalam promosi foto sepuasnya bayar seikhlasnya di asosiasi profesi fotografi Jawa Barat ?
2. Bagaimana tinjauan fikih muamalah terhadap transaksi foto sepuasnya bayar seikhlasnya di asosiasi profesi fotografi Jawa Barat ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari perumusan masalah sebelumnya, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui tinjauan hukum persaingan usaha dalam transaksi foto sepuasnya bayar seikhlasnya di asosiasi profesi fotografi Jawa Barat
2. Mengetahui tinjauan fikih muamalah terhadap transaksi foto sepuasnya bayar seikhlasnya di asosiasi profesi fotografi Jawa Barat

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis dalam penelitian ini adalah dapat berguna untuk memberikan bahan kajian dan rujukan bagi para peneliti hukum, terkhusus pada aspek hukum persaingan usaha dan fikih muamalah di Indonesia. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi referensi bagi peneliti selanjutnya serta memberi manfaat bagi perkembangan keilmuan sosial, kreatif, dan hukum di Indonesia baik secara teoritis maupun praktis.

2. Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis pada penelitian ini adalah sebagai bahan kajian terhadap kondisi pasar persaingan usaha di sektor ekonomi kreatif terkhusus pada sub sektor jasa fotografi. Serta dapat menjadi bahan kajian pertimbangan bagi Asosiasi Profesi Fotografi Indonesia dalam mengatasi masalah promosi dan transaksi dalam konsep “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” dalam aspek persaingan usaha menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, etika bisnis secara konvensional maupun Islam, serta fikih muamalah dalam akad atau transaksi dan promosi yang dilakukan dalam praktek tersebut. Penelitian ini semoga dapat menjaga jalanya persaingan dagang yang baik dengan saling memahami konsep memasarkan produk yang tepat tanpa merugikan pihak lain baik secara hukum dan etika.

E. Sistematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan, memuat tentang latar belakang penulisan penelitian ini yang kemudian dirumuskan dalam rumusan masalah untuk

tercapainya tujuan penelitian yang dapat dimanfaatkan oleh sasaran penelitian kemudian terdapat definisi operasional yang dapat digunakan untuk membantu memahami makna-makna variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Sistematika pembahasan yang memberikan gambaran secara singkat isi dari penelitian yang dibuat.

Bab II Tinjauan Pustaka, memuat teori-teori / konsep yang relevan dengan penelitian yang akan dibuat. Penelitian terdahulu yang memuat literasi yang sudah ada dan pembeda dengan penelitian yang dilakukan serta kerangka teori yang digunakan dalam penelitian.

Bab III Metode Penelitian, memuat tentang jenis penelitian yang digunakan, pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, pada bahasan ini memuat tentang hasil analisis terhadap data-data baik primer atau sekunder untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan.

Bab V Penutup, merupakan bagian dari simpulan isi penelitian dan saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan bagian yang dibutuhkan guna mengembangkan ide gagasan yang ada sebelumnya. Keberadaan penelitian terdahulu membantu proses seleksi keaslian penelitian yang dibuat oleh peneliti baik secara tema pembahasan ataupun substansi isi yang diteliti. Dengan demikian guna menjaga keaslian dan menghindari kesamaan dengan penelitian sebelumnya, berikut beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini diantaranya adalah:

Pertama, penelitian berbentuk skripsi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2021, dengan tema yang hampir serupa pernah dikaji dalam penelitian sebelumnya berjudul *“Tinjauan Hukum Islam Mengenai Jual-Beli Makanan dengan Harga Seikhlasnya: Studi di Koperasi Santri Pondok Modern Al-Furqon Panaragan Jaya Kecamatan Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat”* ditulis oleh Niati Istiqomah. Penelitian ini membahas tentang praktik pelaksanaan jual beli makanan tanpa patokan harga khusus yang berlangsung di koperasi pondok modern Alfuqon. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah lapangan atau empiris dengan pendekatan analisis kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.²⁰

²⁰ Istiqomah Niati, “Tinjauan Hukum Islam Mengenai Jual Beli Makanan Dengan Harga Seikhlasnya (Studi Di Koperasi Santri Pondok Modern Alfurqon Panaragan Jaya Kecamatan

Perbedaan dengan penelitian ini adalah dalam teori yang digunakan dalam membedah isu atau objek penelitian yang digunakan. Objek penelitian sebelumnya meneliti tentang makanan yang dijual di koperasi Santri Pondok Modern Alfurqon sedangkan dalam penelitian ini objeknya adalah jasa fotografi dengan lokasi penelitian Asosiasi Profesi Fotografi Jawa Barat yang secara objek dan demografi jelas berbeda. Perbedaan lain dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah teori yang digunakan penelitian terdahulu menggunakan hukum Islam sebagai dasar teori sedangkan penelitian ini menggunakan Hukum Persaingan Usaha dan Fikih Muamalah. Temuan dalam penelitian Niati Istiqomah adalah tidak terdapat unsur *gharar* dalam transaksi seikhlasnya dengan argumentasi bahwa produk yang dijual dapat diketahui sifat dan jenisnya.

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Mutia Rahma Maulida Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang berjudul “*Implementasi Penetapan Harga Swab Antigen Pada Masa Pandemi Covid-19 Menurut UU. No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Kasus Penyedia Jasa Klinik Swab Area Gilimanuk)*” Penelitian ini berfokus pada menganalisis penetapan harga yang dilakukan penyedia jasa klinik di area Gilimanuk dengan menggunakan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan dari sisi *Maslahah Mursalah*.²¹ Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis empiris dan pendekatan sosiologis.

Tulang Bawang Tengah Kabupatentulang Bawang Barat)” (Undergraduate, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021), [Http://Repository.Radenintan.Ac.Id/14270/](http://Repository.Radenintan.Ac.Id/14270/).

²¹ Mutia Rahma Maulida, “Mplementasi Penetapan Harga Swab Antigen Pada Masa Pdanemi Covid-19 Menurut UU. No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan

Perbedaan penelitian dengan penelitian ini adalah dalam pemilihan lokasi penelitian, penelitian Mutia Rahma Maulida berlokasi di berbagai klinik swab area Gilimanuk sedangkan penelitian ini berlokasi di APFI Jawa Barat. Perbedaan lain adalah secara subjeknya penelitian ini meneliti jasa fotografi sedangkan penelitian terdahulu berupa produk jasa pelayanan kesehatan berupa swab antigen. Terdapat penambahan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu fikih muamalah. Objek penelitian ini berupa tindakan promosi yang dilakukan dan transaksi sedangkan penelitian terdahulu spesifik terhadap penetapan harganya.

Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Qonita Sabilah Haq, Universitas Muhammadiyah Surakarta produk Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam tahun 2020, yang berjudul “*Jual Beli Makanan di Kedai Tanpa Mencantumkan Harga Ditinjau Dari Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (Studi Pada Kedai Abdullah Goro Assalam Kec., Kartasura Kab, Sukoharjo)*”. Penelitian ini berfokus pada kebiasaan transaksi yang dilakukan Kedai Abdullah Goro Assalam Kec., Kartasura Kab, Sukoharjo yang tidak mencantumkan harga dalam menu yang dijualnya dengan dasar keinginan untuk mengajak masyarakat dan pembeli untuk belajar jujur, ikhlas dalam bersedekah. Tinjauan KHES dalam penelitian ini berkesimpulan bahwa ke tidak jelasan harga karena tidak adanya pencantuman harga dapat dijalankan karena telah menjadi kebiasaan.²²

Persaingan Usaha Tidak Sehat: Studi Kasus Penyedia Jasa Klinik Swab Area Gilimanuk,” [Http://Etheses.Uin-Malang.Ac.Id/35651/](http://Etheses.Uin-Malang.Ac.Id/35651/)

²² Qonita Sabilah Haq, “Jual Beli Makanan Di Kedai Tanpa Mencantumkan Harga Ditinjau Dari Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah :Studi Pada Kedai Abdullah Goro Assalam Kec, Kartasura Kab, Sukoharjo” (Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020), [Http://Eprints.Ums.Ac.Id/89775/](http://Eprints.Ums.Ac.Id/89775/)

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada pilihan lokasi dan objek penelitiannya, pada penelitian Qonita Sabilah Haq, lokasi yang dipilih sebagai tempat meneliti adalah kedai Abdullah Goro Assalam Kec. Kastasura Kab. Sukoharjo dengan objek penelitian jual beli produk makanan sedangkan dalam penelitian ini dilakukan di APFI Jawa Barat dengan objek penelitian berupa Jasa Fotografi, kemudian penelitian ini lebih membahas transaksi “bayar seikhlasnya” sedangkan penelitian terdahulu dalam “tanpa pencantuman harga”. Teori yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah KHES sedangkan penelitian ini menggunakan Hukum Persaingan Usaha dan Fikih Muamalah.

Keempat, artikel ilmiah karya Aulia Fadhil, Panji Adam Agus Putra, Yani Marydani, Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, dengan judul “*Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Penerapan Sistem Jual Beli dengan Pembayaran se-Ikhlasnya di Café Cogér*”. Penelitian ini berfokus pada praktik promosi dengan cara bayar seikhlasnya dalam perspektif fikih muamalah dan akad yang dilarang berupa *gharar* atau ke tidak jelasan mengenai objek barang yang diperjual belikan. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan bahan penelitian primer berupa wawancara pada pelaku usaha.²³ Perbedaan penelitian ini terdapat pada objek penelitiannya, penelitian ini berfokus pada objek penelitian berupa jasa fotografi sedangkan penelitian Aulia Fadhil dkk. berupa produk makanan. Perbedaan lain dapat ditemukan dalam pemilihan lokasi

²³ Aulia Fadhil, Panji Adam Agus Putra, Dan Ydani Marydani, “Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Penerapan Sistem Jual Beli Dengan Pembayaran Se-Ikhlasnya Di Cafe Cogér,” *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 7, No. 1 (Januari 23, 2021): 69, <https://doi.org/10.29313/Syariah.V7i1.24830>.

penelitian, dalam penelitian terdahulu lokasi yang dipilih adalah café conger sedangkan dalam penelitian ini APFI Jawa Barat, serta pada penelitian ini terdapat teori Hukum Persaingan Usaha sebagai variabel pendukung lain.

Kelima, skripsi yang ditulis oleh Hartini Diah Setiowati Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2022, dengan judul “*Analisis Rule Of Reason Dalam Jual Rugi Dan/Atau Menetapkan Harga Yang Sangat Rendah Pada Perkara Kppu Nomor 3/Kppu-L/2020 Dalam Mencapai Kepastian Hukum*”. Penelitian ini membahas tentang jual rugi dan/atau menetapkan harga yang sangat rendah beserta dampak hukumnya demi mencapai kepastian hukum. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah kepustakaan atau normatif dengan pengumpulan data berupa dokumen dan data untuk diolah.²⁴

Perbedaan dengan penelitian ini dengan penelitian Hartini Diah Setiowati dapat diidentifikasi dari metode penelitian yang digunakan, penelitian Hartini menggunakan metode penelitian normatif sedangkan penelitian ini empiris. Perbedaan lain terdapat pada subjek penelitian yang digunakan masing-masing, penelitian terdahulu menggunakan subjek penelitian berupa putusan KPPU No. 3/KPPU-L/2020, sedangkan dalam penelitian ini adalah perspektif teori Hukum Persaingan Usaha dan Fikih Muamalah terhadap isu “foto sepuasnya bayar seikhlasnya.”

²⁴ Hartini Diah Setiowati, “Analisis Rule Of Reason Dalam Jual Rugi Dan/Atau Menetapkan Harga Yang Sangat Rendah Pada Perkara Kppu Nomor 3/Kppu-L/2020 Dalam Mencapai Kepastian Hukum” (Bachelorthesis, Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021), <https://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Hdanle/123456789/59119>.

Tabel 1.

Persamaan dan Perbedaan Judul Penelitian

No.	Nama Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Niati Istiqomah	<i>Tinjauan Hukum Islam Mengenai Jual-Beli Makanan dengan Harga Seikhlasnya: Studi di Koperasi Santri Pondok Modern Al-Furqon Panarangan Jaya Kecamatan Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat</i>	Kesamaan bahasan pada kedua penelitian ini terletak pada objek penelitian pada transaksi seikhlasnya. Kedua metode penelitian lapangan dengan metode analisis kualitatif yang cenderung sama dengan penelitian ini	Letak perbedaan kedua penelitian ini adalah : a. Lokasi penelitian, penelitian ini diteliti di APFI Jawa Barat berlokasi di Bandung b. subjek spesifik penelitian, subjek penelitian ini adalah jasa fotografi sedangkan penelitian terdahulu produk berupa makanan dan minuman c. Teori analisis yang digunakan penelitian terdahulu adalah hukum Islam sedangkan penelitian ini menggunakan Hukum persaingan usaha dan fikih muamalah
2.	Mutia Rahma Maulida	<i>Implementasi Penetapan Harga Swab Antigen Pada Masa Pandemi Covid-19 Menurut UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek</i>	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada pendekatan teori hukum yang digunakan yaitu UU No. 5 Tahun	Letak perbedaan kedua penelitian ini adalah : a. Lokasi penelitian, penelitian ini diteliti di APFI Jawa Barat berlokasi di Bandung sedangkan

		<i>Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Kasus Penyedia Jasa Klinik Swab Area Gilimanuk)</i>	1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat serta Metode Penelitian keduanya menggunakan Penelitian yuridis empiris	<p>penelitian terdahulu di Area Gilimanuk</p> <p>b. Subjek spesifik penelitian, Subjek penelitian ini adalah jasa fotografi sedangkan penelitian terdahulu produk berupa produk pelayanan kesehatan berupa <i>swab Antigen</i></p> <p>c. Teori analisis, pada penelitian ini memuat tambahan teori yaitu fikih muamalah dalam</p> <p>d. Objek penelitian ini berupa promosi dan transaksi sedangkan penelitian terdahulu pada penetapan harganya</p>
3.	Qonita Sabilah Haq	<i>Jual Beli Makanan di Kedai Tanpa Mencantumkan Harga Ditinjau Dari Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (Studi Pada Kedai Abdullah Goro Assalam Kec., Kartasura Kab, Sukoharjo)</i>	Persamaan kedua penelitian ini adalah dalam aspek kebiasaan nominal harga jual yang diberikan pada konsumen. Persamaan lainnya adalah dalam metode penelitian yang keduanya berorientasi pada penelitian lapangan atau	<p>Letak perbedaan kedua penelitian ini adalah :</p> <p>a. Lokasi penelitian, penelitian ini di teliti di APFI Jawa Barat berlokasi di Bandung sedangkan penelitian terdahulu di Kec. Kartasura Kab. Sukoharjo</p> <p>b. Subjek pada penelitian terdahulu adalah pemilik dan pelanggan sedangkan dalam</p>

			empiris	<p>penelitian ini adalah Asosiasi Profesi Fotografi Jawa Barat</p> <p>c. Objek pada penelitian terdahulu adalah produk makanan sedangkan dalam penelitian ini adalah jasa</p> <p>d. Teori analisis yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah KHES sedangkan dalam penelitian ini adalah Hukum Persaingan Usaha dan Fikih Muamalah</p>
4.	Aulia Fadhil, Panji Adam Agus Putra, Ydani Marydani	<i>Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Penerapan Sistem Jual Beli dengan Pembayaran se-Ikhlasnya di Cafe Coger</i>	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada subjek penelitian berupa penerapan pembayaran seikhlasnya dalam fikih muamalah	<p>Letak perbedaan kedua penelitian ini adalah :</p> <p>a. Lokasi penelitian, penelitian ini di teliti di APFI Jawa Barat sedangkan penelitian terdahulu di Cafe Conger</p> <p>b. Objek pada penelitian terdahulu adalah produk makanan sedangkan dalam penelitian ini adalah jasa</p> <p>c. Pada penelitian ini terdapat penambahan variabel sepuasnya serta teori analisis hukum persaingan usaha</p>
5.	Hartini Diah Setiowati	<i>Analisis Rule Of Reason Dalam Jual Rugi Dan/Atau Menetapkan Harga Yang</i>	Persamaan kedua penelitian ini adalah teori analisis yang digunakan yaitu UU No. 5 Tahun	<p>Letak perbedaan kedua penelitian ini adalah :</p> <p>a. Metode penelitian pada penelitian terdahulu menggunakan</p>

		<i>Sangat Rendah Pada Perkara Kppu Nomor 3/Kppu-L/2020 Dalam Mencapai Kepastian Hukum</i>	1999 serta pendektan <i>rule of reason</i>	<p>metode penelitian normatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian empiris</p> <p>b. Subjek penelitian terdahulu adalah putusan KPPU sedangkan dalam penelitian ini subjeknya adalah tinjauan hukum terhadap foto sepuasnya bayar seikhlasnya</p> <p>c. Serta terdapat teori fikih muamalah dalam penambahan perspektif hukum yang digunakan.</p>
--	--	---	--	---

B. Teori Hukum Persaingan Usaha

1. Pasar Persaingan

Pasar merupakan institusi yang terbentuk dari pertemuan antara penjual dan pembeli suatu barang atau jasa. Sedangkan struktur pasar adalah karakteristik yang berdampak pada perilaku dan kinerja perusahaan yang beroperasi pada pasar tersebut. Para ahli ekonomi menyederhanakan struktur pasar pada empat kategori pasar yang mencakup sebagian besar keadaan yang nyata atau aktual pada empat struktur pasar persaingan yang dinamakan persaingan sempurna, monopoli, persaingan monopolistik dan oligopoli.²⁵

²⁵ Muhamad Sadi Is, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia: Sebagai Upaya Penguatan Lembaga Komisi Pengawas Persaingan Usaha, KPPU* (Malang, Jatim: Setara Press, 2016), 41–44.

Persaingan sempurna memiliki karakteristik dengan jumlah perusahaan sangat banyak dan kemampuan setiap perusahaan dianggap kecil sehingga perusahaan tidak dapat mempengaruhi pasar. Karakteristik pasar sempurna memiliki beberapa syarat diantaranya-Nya pada pasar dengan banyaknya penjual dan pembeli, produknya homogen, atau mampu memberikan kepuasan yang sama pada konsumen, serta bebas masuk dan keluar pasar artinya faktor produksi mobilitasnya tidak terbatas dan tidak ada biaya yang harus dikeluarkan untuk memindahkan faktor produksi, dan karakteristik terakhir adalah informasi sempurna artinya para pelaku ekonomi memiliki kemampuan sempurna tentang produk yang dijual dipasar.

Pasar monopoli merupakan struktur pasar yang terjadi jika kondisi pasar hanya dikuasai satu penjual atau produsen tanpa adanya pesaing secara langsung atau tidak langsung baik nyata atau baru potensi hal yang terjadi pada kondisi ini adalah tidak adanya substitusi terdekat atau perusahaan tidak memiliki pesaing karena adanya hambatan bagi perusahaan lain untuk memasuki industri yang berkaitan. Hambatan yang terjadi baik secara teknikal seperti perusahaan yang punya kemampuan khusus dan perusahaan memiliki kemampuan untuk mengendalikan faktor produksi atau legalitas seperti undang-undang, hak khusus, hak paten atau hak cipta. Karakteristik pasar monopoli adalah industri yang dikelola satu perusahaan, tidak memiliki barang substitusi yang serupa, tidak terdapat kemungkinan untuk masuk ke dalam pasar, dapat menguasai penentuan harga, dan promosi menjadi kurang dibutuhkan.

Struktur pasar monopolistik merupakan pasar yang memiliki kedekatan karakteristik dengan pasar persaingan sempurna. Letak perbedaannya adalah perusahaan memiliki kemampuan untuk menentukan harga sendiri pada produk yang dihasilkan. Karakteristik pasar ini dapat dilihat dari banyaknya penjual namun pangsa satu perusahaan relatif kecil dibandingkan totalnya, produknya terdiferensiasi atau produknya memiliki perbedaan dengan produk sejenis, serta bebas masuk dan keluar pasar dengan produk yang terdiferensiasi membuat perusahaan dapat menentukan harga.²⁶

Struktur pasar terakhir adalah pasar oligopoli di mana adanya perusahaan yang menguasai sebagian besar pasar dan adanya perusahaan kecil yang dipengaruhi dengan adanya perusahaan besar yang ada dalam pasar ini.²⁷ Karakteristik pada pasar ini adalah terdapat beberapa penjual didalamnya, artinya pangsa pasar masing-masing perusahaan dipengaruhi cukup signifikan oleh perusahaan yang lebih besar karena adanya hambatan masuk ke dalam pasar. Karakter kedua pada pasar oligopoli adalah pada saling ketergantungan di mana keputusan strategis hanya dimiliki oleh perusahaan lain yang lebih besar di pasar tersebut.

Mekanisme pasar dalam konteks muamalah menekankan kepada orang atau pihak yang melakukan pengawasan persaingan usaha agar dapat mencegah terjadinya penipuan atau kegiatan yang dapat merusak transaksi, mencegah terjadinya monopoli yang dilarang syariat, memastikan para pelaku usaha menjalankan persaingan yang sehat dan mengawasi produksi dan menjaga

²⁶ Dami Fahmi Lubis Dkk., *Hukum Persaingan Usaha*, 2nd Ed. (DKI Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), 2017), 46–50.

²⁷ Is, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, 49–50.

kemaslahatan umum. Menurut Ar-Rifati menjelaskan bahwa persaingan sempurna menurut Islam memiliki tiga persyaratan umum diantaranya adalah *pertama* terdapat banyak pelaku usaha yang melakukan usaha, *kedua* adanya kebebasan bagi setiap pelaku usaha untuk menjalankan usaha di suatu pasar atau keluar dari pasar tersebut, dan *ketiga* adanya kesamaan yang sempurna dalam produk yang di jual.²⁸

2. Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan bagian dari perjanjian yang dilarang menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, pelaku usaha dilarang melakukan perjanjian dengan pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan/atau jasa yang harus dibayar konsumen hal ini dilarang dengan rasionalisasi akan ke tidak berlakunya hukum pasar terkait harga yang terbentuk dari permintaan dan penawaran.²⁹ Penetapan harga juga dikenal sebagai kesepakatan antara para pelaku usaha untuk bersaing pada pasar sejenis dengan tujuan meningkatkan laba dengan menentukan harga suatu produk dan/atau jasa dengan meminimalisir persaingan antara para pesaing.

Larangan perjanjian penetapan harga ini telah diatur dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat pada Pasal 5, Pasal 6, Pasal 7, dan Pasal 8. Kategori penetapan harga yang diatur di atas diantaranya adalah: ³⁰

²⁸ Rumadi Ahmad Et Al., *Fikih Persaingan Usaha* (Jakarta: Lakpesdam PBNU & K P P U, 2019), 72.

²⁹ Ahmad Et Al., 25.

³⁰ Sudiarto, *Pengantar Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2021), 8.

a. Penetapan Harga Pasal 5

- (1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan/atau jasa yang harus dibayarkan oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama
- (2) Ketentuan sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (1) tidak berlaku bagi:
 - a. Suatu perjanjian yang dibuat dalam usaha patungan; atau
 - b. Suatu perjanjian yang didasarkan pada undang-undang yang berlaku.

b. Diskriminasi harga Pasal 6 dan 19

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan/atau jasa yang sama”. Pasal ini melarang pelaku usaha melakukan perjanjian dengan atau bersama pelaku usaha lain melakukan mendiskriminasi harga jual kepada konsumen dengan cara memberikan perbedaan harga jual yang konsumen harus bayarkan. Pasal 19 lebih spesifik melarang pelaku usaha baik perseorangan atau bersama-sama melakukan diskriminasi harga yang berdampak pada penguasaan pangsa pasar dengan isi Pasal sebagai berikut:

Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat berupa :

- a. *menolak dan atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan; atau*
- b. *menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan hubungan usaha dengan pelaku usaha pesaingnya itu; atau*
- c. *membatasi peredaran dan atau penjualan barang dan atau jasa pada pasar bersangkutan; atau*
- d. *melakukan praktek diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.*

c. Jual Rugi Pasal 7

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat.” Larangan praktik perjanjian ini terdapat pada “jual rugi” atau penetapan harga di bawah pasar yang dilakukan bersama dengan pesaingnya. Praktik ini secara umum sudah merusak harga pasar sebagaimana diatur dalam Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999. Perbuatan ini dapat tidak perlu diidentifikasi dengan adanya perjanjian untuk pembuktian kegiatan yang dilarang atau tidak, karena dapat diketahui melalui dampak ekonomi yang telah disusun melalui pendekatan *rule of reason* dengan melakukan beberapa indikator tes pengujian.

d. Penetapan Harga Jual Kembali Pasal 8

“Pelaku Usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa yang menerima barang dan/atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang atau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah dari harga yang diperjanjikan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.”

e. Kecurangan dalam Penetapan Biaya Pasal 21

Pelaku usaha dilarang melakukan kecurangan dalam menetapkan biaya produksi dan biaya lainnya yang menjadi bagian dari komponen harga barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Pasal ini menekankan transparansi bentuk-bentuk biaya produksi yang dilakukan oleh pelaku usaha guna menjaga dan menghindari terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Penetapan harga merupakan suatu bentuk pelanggaran terhadap hukum persaingan karena perilaku kesepakatan penetapan harga akan secara langsung menghilangkan persaingan yang seharusnya terjadi di antara perusahaan-perusahaan yang ada di pasar. Kondisi persaingan harga akan terdorong turun mendekati biaya produksi dan jumlah produksi di pasar juga akan meningkat. Hilangnya persaingan akibat penetapan harga jelas melanggar hukum persaingan sebab berdampak pada merugikan konsumen dan perekonomian secara keseluruhan.³¹

Penetapan harga dalam Islam berdasarkan pada mekanisme pasar dimana terdapat adanya permintaan dan penawaran, saat harga yang ditawarkan dalam jual beli tidak menzalimi pemilik dan tanpa memberatkan pembeli. Islam melarang penetapan harga sebagaimana hadis dari Annas R.A, bahwa Sahabat berkata , *“Wahai Rasulullah, harga-harga mahal. Oleh karena itu, tetapkanlah harga bagi kami”*. Namun, ternyata Rasulullah Saw. bersabda

“Sesungguhnya Allah Swt yang menetapkan harga, yang menggemang, yang membentangkan, dan memberi rezeki. Dan sesungguhnya aku berharap dapat bertemu dengan Allah tanpa ada seorang pun di antara kalian yang menuntutku atas kezaliman pada darah atau harta.

Keadilan dalam harga menurut Ibn Taimiyah saat nilai pada harga pada jual beli yang menurut norma sosial dianggap sepadan dengan barang dan/atau jasa yang dijual pada barang dan/atau jasa yang sejenis lain pada tempat dan saat

³¹ KPPU, “Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pasal 5 (Penetapan Harga) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat” (KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA, 2011), 11.

tertentu.³² Nilai harga yang adil dapat diidentifikasi dari kondisi barang menurut adat kebiasaan. Kompensasi keadilan diukur dan ditaksir melalui hal-hal yang seimbang tanpa adanya penambahan dan pengurangan yang berarti nilai kompensasi pada harga yang adil terletak pada tidak melukai dan tidak merugikan orang lain. Artinya dampak dari harga yang adil dalam Islam terletak pada rasa perasaan ridha bagi pembeli dan pelaku usaha yang menerima nilai harga yang telah disepakati.

3. Penguasaan Pangsa Pasar

Salah satu tindakan yang dapat menstimulus terjadinya tindakan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat adalah bentuk-bentuk upaya penguasaan pasar atas produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa. Bagian dari kegiatan yang dilarang dilakukan pelaku usaha adalah upaya dan bentuk kegiatan penguasaan pasar yang dapat mengakibatkan pelaku usaha lain tidak dapat masuk ke dalam pasar persaingan usaha barang dan atau jasa yang sama, poin (b) Pasal 17 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999.³³

Penguasaan pangsa pasar merupakan bagian yang diinginkan oleh semua pelaku usaha dalam satu jenis, karena dengan penguasaan pangsa pasar berbanding lurus dengan tingkat keuntungan yang mungkin dapat diperoleh pelaku usaha. UU No. 5 Tahun 1999 memang tidak mengatur rumusan berapa besaran penguasaan pangsa pasar, namun demikian suatu perusahaan yang

³² Aditya Revalino, *Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Perbedaan Harga Dalam Penjualan Bobot Bahan Pangan Di Pasar Padang Panjang*, <https://ecampus.iainbatusangkar.ac.id:443/batusangkar/AmbilLampiran?ref=109675&jurusan=&jenis=Item&usingId=false&download=false&clazz=ais.database.model.file.LampiranLain> (IAIN Batusangkar, 2020), 25, <http://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/handle/123456789/18795>.

³³ Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004), 368–71.

menguasai pangsa pasar pasti mempunyai posisi dominan di pasar.³⁴ Pasar dalam pengertian ini dirumuskan dalam Pasal 1 angka 19, “pasar” adalah lembaga ekonomi di mana pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung, dapat melakukan transaksi pedagang barang dan/atau jasa.³⁵

Penguasaan pasar dalam UU No. 5 Tahun 1999 tidak dijelaskan secara eksplisit namun, penguasaan pasar adalah kegiatan yang dilarang karena dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, sebagaimana ditentukan dalam Pasal 19, Pasal 20, Pasal 21 UU No. 5 Tahun 1999. Pelaku usaha yang dapat menguasai pasar mempunyai *market power*, pelaku usaha ini dapat menentukan harga barang dan/atau jasa di pasar yang bersangkutan. Bentuk dari penguasaan pasar dapat diidentifikasi dalam beberapa bentuk diantara-Nya adalah jual rugi (*predatory pricing*), melakukan praktik penetapan biaya produksi secara curang serta biaya lainnya yang menjadi komponen harga barang, serta melakukan perang harga maupun persaingan harga.³⁶

4. Jual Rugi(Predatory pricing)

a. Pengertian Jual Rugi

Jual rugi atau *predatory pricing* dalam teori ekonomi merupakan suatu kondisi saat pelaku usaha menetapkan harga jual dari barang dan atau jasa yang diproduksinya di bawah harga jual dari barang dan atau jasa yang diproduksinya di bawah biaya total rata-tata (*Average Total Cost*). Namun, jika pelaku usaha

³⁴ Usman, (dikutip dari Fahmi Lubis) 405.

³⁵ Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*, Cet. 1 (Rawamangun, Jakarta: Kencana, 2012), 247–48.

³⁶ Adi Nugroho, 254–56.

menetapkan harga di bawah biaya variabel rata-rata (*Average Variable Cost*), maka dapat diduga bahwa harga tersebut sudah tidak wajar dan jual rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut dapat dicurigai mempunyai maksud tertentu.³⁷ Jual rugi dalam persaingan usaha diartikan melakukan upaya usaha dengan menetapkan harga sangat rendah di bawah pasar dengan maksud menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan.³⁸

b. Perjanjian dan Kegiatan Jual Rugi

Persaingan usaha dalam dunia usaha merupakan syarat mutlak (*condition sine qua non*) bagi terciptanya suatu perekonomian yang berorientasi pasar. Upaya pencegahan timbulnya persaingan usaha yang tidak sehat telah diatur secara terstruktur dan jelas melalui Undang-Undang No. 5 tahun 1999 yang mengatur perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang, dan posisi dominan yang dapat menyebabkan praktik monopoli atau praktik persaingan usaha tidak sehat. Perjanjian yang dilarang menurut UU No. 5 tahun 1999 diatur pada Bab III mulai Pasal 4 sampai dengan Pasal 16.³⁹

Perjanjian didefinisikan dalam Pasal 1313 KUH Perdata adalah “*perjanjian adalah suatu perbuatan yang mana satu atau lebih mengikatkan dirinya terhadap orang lain atau lebih*”. Sedangkan dalam konteks UU No. 5 tahun 1999 Pasal 1 (7) “*perjanjian adalah suatu perbuatan dari satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apa pun baik tertulis maupun tidak tertulis*”. Perjanjian dalam

³⁷ Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, 447.

³⁸ Cita Citrawinda, *Hukum Persaingan Usaha* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2019), 231.

³⁹ Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*, Cet. 1 (Rawamangun, Jakarta: Kencana, 2012), 107–108.

konteks jual rugi dijelaskan pada Pasal 7 yang berbunyi “*Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat.*” .

Selain adanya bentuk perjanjian-perjanjian dilarang yang berdampak pada terjadinya persaingan curang terdapat beberapa kegiatan dilarang yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan curang dan membuat kegiatan tersebut dilarang dalam UU. No. 5 tahun 1999. Kegiatan yang dilarang merupakan tindakan atau perbuatan hukum “sepihak” yang dilakukan oleh satu pelaku usaha atau kelompok usaha tanpa adanya keterkaitan hubungan secara langsung dengan pelaku usaha lainnya. Sebagaimana perjanjian yang dilarang kegiatan yang dilarang diatur dalam bab tersendiri mulai Pasal 17 sampai dengan Pasal 24 Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999.⁴⁰

Salah satu kegiatan yang dilarang dalam bab tersebut adalah kegiatan jual rugi atau penetapan harga di bawah pasar (*predatory pricing*) yang diatur dalam Pasal 20 Undang Nomor 5 tahun 1999 yang berbunyi, “*Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan/atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.*”

⁴⁰ Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, 368–69.

Unsur-unsur jual rugi atau penetapan harga yang masuk dalam kategori kegiatan yang dilarang pada Pasal 20 adalah pelaku usaha, pemasok, barang, jasa, jual rugi, harga yang sangat rendah, tujuan, menyingkirkan atau mematikan pesaingnya, usaha pesaing, pasar, pasar bersangkutan, praktik monopoli, persaingan usaha tidak sehat, dan posisi dominan.⁴¹

c. Pendekatan *per se illegal* dan *rule of reason*

Pendekatan *per se illegal* dan *rule of reason* merupakan doktrin yang telah lama diterapkan untuk menilai apakah tindakan tertentu dari pelaku bisnis melanggar undang-undang No. 5 Tahun 1999. Pendekatan *rule of reason* digunakan oleh otoritas persaingan usaha untuk membuat evaluasi mengenai akibat perjanjian atau kegiatan usaha tertentu untuk menentukan apakah suatu perjanjian atau kegiatan tertentu guna menentukan apakah suatu perjanjian atau kegiatan tersebut bersifat menghambat atau mendukung persaingan. Namun, disisi lain pendekatan *per se illegal* adalah menyatakan setiap perjanjian atau kegiatan usaha tertentu sebagai ilegal, tanpa pembuktian lebih lanjut atas dampak yang ditimbulkan dari perjanjian atau kegiatan usaha tersebut.⁴²

Per se illegal dalam hukum persaingan adalah istilah yang mengandung maksud bahwa jenis-jenis perjanjian tertentu seperti penetapan harga atau perbuatan-perbuatan tertentu yang dianggap secara inheren bersifat anti kompetitif dan merugikan masyarakat tanpa perlu dibuktikan bahwa perbuatan tersebut secara nyata telah merusak persaingan. *Rule of reason* merupakan kebalikan dari

⁴¹ Setiowati, "Analisis Rule Of Reason Dalam Jual Rugi Dan/Atau Menetapkan Harga Yang Sangat Rendah Pada Perkara Kppu Nomor 3/Kppu-L/2020 Dalam Mencapai Kepastian Hukum," 29.

⁴² Lubis Et Al., *Hukum Persaingan Usaha*, 66.

pendekatan *per se illegal*. Artinya di bawah *rule of reason* untuk menyatakan bahwa suatu perbuatan yang dituduhkan melanggar hukum persaingan, pencari fakta harus mempertimbangkan keadaan di sekitar kasus untuk menentukan apakah perbuatan itu membatasi persaingan secara tidak patut. Otoritas memiliki kewajiban memenuhi syarat yang dapat menunjukan akibat-akibat anti kompetitif, atau kerugian yang nyata pada persaingan.⁴³

Suatu pendekatan *per se illegal* pada saat di pengadilan akan di hukum tanpa adanya proses penyidikan yang rumit sebab jenis perilaku yang ditetapkan secara *per se illegal* hanya akan dilaksanakan, setelah pengadilan memiliki pengalaman yang memadai terhadap perilaku. Disisi lain pendekatan *rule of reason* merupakan pendekatan yang melarang kartel dan monopoli jika dapat dibuktikan ada efek negatif. Praktik monopoli dan bentuk persaingan lainnya akan dianggap bertentangan dengan hukum jika akibatnya dapat merugikan pesaing dan/atau konsumen yang bertitik berat pada unsur materiil dari perbuatannya.⁴⁴

C. Kerangka Teori Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli merupakan bagian yang tak terpisahkan dari perbuatan sebab akibat yang dilakukan oleh penjual dan pembeli.⁴⁵ Secara etimologis jual beli berarti menukar kepemilikan antara penjual dan pemilik. Artinya jual beli merupakan bentuk perikatan atau perjanjian yang salah satu pihak yang berikat

⁴³ Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*, 693–94.

⁴⁴ Devi Meylina, *Hukum Persaingan Usaha, Studi Konsep Pembuktian Terhadap Perjanjian Penetapan Harga Dalam Persaingan Usaha*, Cet. 1 (Malang, Jatim: Setara Press, 2013), 16–17.

⁴⁵ Mohamad Umardani, “Jual Beli Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Dan Hukum Islam (Al Qur’an-Hadist) Secara Tidak TUNAI,” *Journal Of Islamic Law Studies* 4, No. 1 (April 21, 2021): 17.

menyerahkan barang atau jasa kepada pihak lainya dengan kesepakatan harga kedua belah pihak.⁴⁶ Kesepakatan yang dibangun oleh penjual dan pembeli merupakan bagian dari peristiwa hukum dalam hukum perdata, transaksi jual beli menimbulkan akibat peristiwa hukum saat pembeli wajib membayar barang yang dibeli dan berhak atas barang yang dibelinya, disisi lain, penjual berkewajiban untuk menyerahkan barang dan berhak atas pembayaran dari harga barang yang telah di beli.⁴⁷

Menurut *Burgerlijke Wetboek*, jual beli merupakan perjanjian timbal balik di mana para pihak yang terikat, satu perjanjian menyerahkan hak milik atas benda atau suatu barang tertentu, sedangkan pihak lain berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah nominal uang tertentu sebagai imbalan dari pengalihan hak kepemilikan tersebut. Menurut Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum perdata (KUH Perdata), jual beli merupakan suatu persetujuan di mana salah satu pihak mengikatkan dirinya untuk menyerahkan kebendaan, dan pihak lain yang membayar harga yang telah dijanjikan.⁴⁸

Pengertian jual beli fikih disebut dengan *al-ba'i* yang secara etimologi bermakna menjual atau mengganti⁴⁹ atau dalam pendapat lain dikatakan bahwa *ba'i* bermakna *muqabalah syari` bi syari`* artinya *membdaningkan sesuatu dengan sesuatu*. Artinya pengertian *ba'i* memiliki pengertian dasar barter.⁵⁰ Lafal

⁴⁶ Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia: Konsep, Regulasi, Dan Implementasi*, Cet. 1 (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2010), 40.

⁴⁷ Peter Mahmud Marzuki, *Pengantar Ilmu Hukum* (Jakarta: Kencana, 2021), 214.

⁴⁸ Alexdaneer Thian, *Hukum Dagang* (Yogyakarta: DANI, 2021), 15.

⁴⁹ Abdul Rahman Ghazaly, Ghufroon Ihsan, Dan Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana, 2015), 67.

⁵⁰ M Pudjihardjo Dan Nur Faizinmuhith, *Fikih Muamalah Ekonomi Syariah*, (Malang, Jatim: UB Press, 2019), 23.

al-ba`i dalam terminologi fikih terkadang digunakan sebagai pengertian lawannya, yaitu lafaz *al-syira* yang bermakna membeli, dengan demikian, *al-ba`i* mengandung arti menjual sekaligus membeli atau jual beli.⁵¹ Dengan demikian, dari pandangan bahasa, menyamakan kata *ba`i* yang berbahasa Arab dengan frasa “jual beli” dalam bahasa Indonesia sangat diterima⁵²

Terminologi jual beli menurut A. Zakaria ialah menukar harta dengan harta dengan cara suka sama suka.⁵³ Menurut Sayyid Sabiq jual beli ialah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan, atau memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan”.⁵⁴ Pendapat lain mendefinisikan bahwa jual beli adalah menukar barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.⁵⁵ Menurut ulama Hanafiyah yang dikutip oleh Wahab al-Zuhaily jual beli adalah saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat.⁵⁶

Berdasarkan pemaparan di atas menjelaskan bahwa jual beli merupakan mekanisme pertukaran yang dilakukan oleh dua objek hukum yaitu penjual dan pembeli. Pertukaran tersebut menyebabkan peristiwa hukum yang mengikat keduanya untuk dapat melakukan kewajiban untuk mendapatkan hak yang mereka perjanjikan. Dasar filosofis dalam jual beli merupakan kerelaan untuk

⁵¹ Mardani, *Hukum Ekonomi Syariah Di Indonesia*, Cet. 1 (Bdunung: Refika Aditama, 2011), 168.

⁵² Pudjihardjo Dan Faizinmuhith, *Fikih Muamalah Ekonomi Syariah*, 22.

⁵³ A Zakaria, *Etika Bisnis Islam*, Cet. 1 (Rancabango, Garut: Ibn Azka Press, 2012), 52.

⁵⁴ Ghazaly, Ihsan, Dan Shidiq, *Fiqh Muamalat*, 67.

⁵⁵ Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis: Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional Dengan Syariah*, Cet. 1 (Malang: UIN Malang Press, 2009), 172.

⁵⁶ Ghazaly, Ihsan, Dan Shidiq, *Fiqh Muamalat*, 68.

menukar suatu objek dengan objek atau benda dengan uang dengan media jual beli.

2. Dasar Hukum

Dasar hukum jual beli dalam KUH Perdata diatur dalam beberapa pasal diantara-Nya adalah Pasal 1457 *“jual-beli adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikat dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.”* Pasal tersebut menjelaskan tentang pengertian jual beli dalam KUH Perdata, Pasal 1458 menjelaskan tentang jual-beli menjadi peristiwa hukum jika *“jual-beli itu dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, seketika setelahnya orang-orang ini mencapai sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya, meskipun kebendaan itu belum diserahkan, maupun harganya belum dibayar.”*

Jual beli sebagai kesepakatan yang mengikat antara para pihak mengharuskan para pihak menyepakati harga yang akan ditetapkan sebagaimana diatur dalam Pasal 1465 KUH Perdata yaitu, *“harga beli harus ditetapkan oleh kedua belah pihak. Harga beli namun itu dapat diserahkan kepada perkiraan seorang pihak ketiga. Jika pihak ketiga ini tidak suka atau tidak mampu membuat perkiraan tersebut, maka tidaklah terjadi suatu pembelian”*.⁵⁷

Jual beli dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah didasari pada Pasal 62 yang isinya adalah *“penjual dan pembeli wajib menyepakati nilai objek jual-beli yang diwujudkan dalam harga.”*⁵⁸ Dasar hukum jual beli tidak hanya terdapat

⁵⁷ “Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Dan Kitab Undang-Undang Hukum Acara Perdata” (Pustaka Buana, 2014), 316–317.

⁵⁸ Mahkamah Agung RI Dirjen Peradilan Agama, “Kompilasi Hukum Ekonomi Syari’ Ah” (Mahkamah Agung Republik Indonesia, 2011), 26.

peraturan perundang-undangan Allah Swt berfirman dalam surat Al-Baqarah, ayat 275 :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَحَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا

إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ

وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya. (Q.S Al-Baqarah: 275)⁵⁹

Firman Allah Swt:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا

أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S Annisa: 29).⁶⁰

Syariat jual beli yang Allah perintahkan kepada umat Islam untuk dilakukan ditegaskan dalam sebuah hadis, Rasulullah Saw. Bersabda, “sebaik-

⁵⁹ “Kemenag. Al-Quran Dan Terjemahnya” (CV Fokus Media, 2010) 47.

⁶⁰ “Kemenag. Al-Quran Dan Terjemahnya.” 83

baiknya usaha adalah pekerjaan seseorang yang dilakukan dengan tangannya sendiri dan dari setiap jual beli yang baik.” tidak mengandung unsur penipuan.⁶¹

Diriwayatkan oleh Rifa`I ibn Rifi`: Rasulullah Saw ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan apa yang paling baik. Rasulullah Saw menjawab usaha dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang diberkahi (HR. Bazzar dan Hakim).⁶² Ulama sepakat atas kebolehan jual beli.⁶³

Penjelasan dalil-dalil sebelumnya membolehkan jual beli yang benar dan sesuai syariat Islam, yang dalam praktiknya tidak adanya unsur penipuan atau *gharar* yang dilarang dalam syariat. Pelaksanaan jual beli yang terkontaminasi dapat mengubah hukum asal jual beli yang sebelumnya *mubah* (boleh) menjadi dilarang, diharamkan, makruh atau diwajibkan tergantung pada niat, sifat, zat, dan unsur lain yang sudah diatur dalam syariat Islam⁶⁴

3. Rukun dan Syarat

Transaksi dan jual beli merupakan bagian yang tidak terpisahkan pada aplikasinya di kehidupan sehari-hari. Transaksi jual beli dalam terminologi Islam dikenal dengan akad sedangkan dalam hukum positif dikenal dengan perjanjian atau kontrak. Secara umum penerapan transaksi, pada hakikatnya memiliki kesamaan pada praktik yang dilakukan sesuai dengan ketentuan norma hukum yang digunakan oleh para pelakunya. Perjanjian dalam KUH Perdata diatur

⁶¹ Al-Sayyid Sabiq, Abdurrahim, Dan Masrukhin, *Fikih Sunnah* Jilid 5 (Jakarta: Cakrawala Pub., 2008), 159.

⁶² Danri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer*, Edisi Pertama (Rawamangun, Jakarta, Indonesia: Kencana, 2019), 64.

⁶³ Soemitra, 65.

⁶⁴ Pudjihardjo Dan Faizinmuhith, *Fikih Muamalah Ekonomi Syariah*, 24–25.

dalam Pasal 1313 “suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.”

Transaksi dalam hukum perdata bermakna terpenuhinya persetujuan kedua belah pihak untuk dapat saling memberi dan menerima secara riil untuk mengikat keduanya. Persetujuan kehendak terjadi saat para pihak terikat untuk memenuhi kewajiban dan memperoleh hak dalam setiap perikatan.⁶⁵ Persetujuan kehendak atas peristiwa hukum dibatasi dalam norma yang termuat dalam Pasal 1320 KUH Perdata yang menjelaskan tentang syarat subjektif perjanjian, yang mana jika tidak terpenuhinya syarat ini maka perjanjian dalam perikatan yang dibuat “dapat dibatalkan” atau “dimintakan batal”⁶⁶

Syarat subjektif dalam Pasal 1320 menyebutkan bahwa harus adanya sepakat mereka yang mengikatkan dirinya, menurut Subekti sepakat adalah persetujuan paham atau kehendak antara dua pihak yang lain, meskipun tidak sejurusan tetapi secara timbal balik. Kedua kehendak itu bertemu satu sama lain.⁶⁷ Sedangkan menurut Abdulkadir Muhamad menjelaskan bahwa “persetujuan kehendak” bersifat bebas yang artinya seluruhnya dengan kesadaran merupakan kemauan dari para pihak serta tidak adanya paksaan dari siapa pun juga dalam kesepakatan yang dibangun tidak adanya kekhilafan dan penipuan.⁶⁸

Syarat lainnya adalah kecakapan untuk membuat suatu perikatan, dalam KUH Perdata kecakapan diatur dalam Pasal 330. Kecakapan pada KUH Perdata

⁶⁵ Abdikadir Muhammad, *Hukum Perdata DI Indonesia* (Bdanung: PT Citra Aditya Bhakti, 2014), 234.

⁶⁶ Muhammad Romli, “Konsep Syarat Sah Akad Dalam Hukum Islam Dan Syarat Sah Perjanjian Dalam Pasal 1320 Kuh Perdata,” *TAHKIM* 17, No. 2 (January 3, 2022): 184, <https://doi.org/10.33477/Thk.V17i2.2364>.

⁶⁷ Suryati, *Hukum Perdata* (Yogyakarta: Suluh Media, 2017), 112.

⁶⁸ Suryati, 112.

dikenal dengan istilah belum dewasa mereka yang belum dewasa adalah mereka yang berada di usia 21 (dua puluh satu tahun) atau sudah pernah menikah. Sedangkan dalam KHES kecakapan diatur dalam Pasal 2 Ayat 1 dan 2 yang berbunyi:

- (1) Seorang dipandang memiliki kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum dalam hal telah mencapai umur paling rendah 18 (delapan belas) tahun atau pernah menikah.
- (2) Badan usaha yang berbadan hukum atau tidak berbadan hukum, dapat melakukan perbuatan hukum dalam hal tidak dinyatakan *tafsil/pailit* berdasarkan putusan pengadilan yang telah memperoleh kekuatan hukum tetap.⁶⁹

Selain syarat subjektif, yang berdampak jika para pihak tidak memenuhi prestasi maka perjanjian dapat dibatalkan, syarat kedua adalah syarat objektif yang menyangkut objek perjanjian, jika syarat ini tidak terpenuhi maka dapat menyebabkan prestasi batal demi hukum, kedua syarat objektif tersebut adalah suatu hal tertentu dan suatu sebab halal. Suatu hal tertentu atau dalam terjemahan lain adanya objek perjanjian yang dalam bahasa Belanda *Onderwerp van de Overeenkomst* objek perjanjian atau suatu hal tertentu adalah prestasi atau perjanjian pokok. Prestasi menurut Yahya Harahap adalah apa yang menjadi kewajiban debitur dan apa yang menjadi kehendak kreditur.⁷⁰ Suatu sebab halal artinya secara hukum objek yang di perikatan sudah legal dan tidak bertentangan dengan norma hukum yang berlaku.

Rukun dan syarat jual beli dalam fikih muamalah memiliki pengertian yang berbeda. Rukun menurut ulama fikih adalah :

⁶⁹ Dirjen Peradilan Agama, "Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'Ah," 3.

⁷⁰ Salim H. S., H. Abdullah, Dan Wi0wiek Wahyuningsih, *Perancangan Kontrak & Memordandum Of Understdaning (Mou)* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 10.

مَا يَلْزَمُ مِنْ عَدَمِهِ الْعَدَمُ وَمِنْ وُجُودِهِ الْوُجُودُ مَعَ كَوْنِهِ دَاخِلًا فِي الْمَاهِيَةِ

“Unsur yang apabila tidak ada, maka tidak ada pula sesuatu, dan apabila ia ada, maka ada pula sesuatu itu (penentu ada atau tidaknya sesuatu), di mana unsur tersebut termasuk dari substansi internal pada sesuatu tersebut”⁷¹

Sedangkan terminologi syarat menurut ulama fikih adalah :

الَّذِي يَلْزَمُ مِنْ عَدَمِهِ الْعَدَمُ وَلَا يَلْزَمُ مِنْ وُجُودِهِ الْوُجُودُ وَلَا عَدَمٌ

“Suatu unsur yang ketiadaannya menunjukkan tidak adanya hukum, namun, keberadaan ya (jika ia ada) tidak serta-merta menunjukkan ada atau tidaknya adanya hukum”⁷²

Terdapat perbedaan antara keduanya, rukun berada dalam esensi pokok suatu perbuatan sedangkan syarat berada di luar esensi keduanya dapat menentukan sah atau tidaknya suatu perikatan atau akad. Rukun dalam jual beli pada dasarnya meliputi tiga hal pokok diantara-Nya adalah : adanya penjual dan pembeli; uang (alat tukar) dan benda yang dibeli (objek akad); dan lafaz ijab dan kabul.⁷³ Syarat *pertama* tentang pelaku akad yaitu, penjual dan pembeli dalam akad disyaratkan dalam beberapa hal diantara-Nya adalah orang yang sudah dewasa, yang mengerti proses jual beli dan mengetahui kualitas barang yang diperjual belikan.⁷⁴ Atau dalam pendapat lain berakal dan balig.⁷⁵

⁷¹ Armansyah, *Hukum Perikatan (Akad) Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah: Melacak Jejak Fikih Dalam Perma Nomor 2 Tahun 2008*, (Rawamangun, Jakarta: Kencana, 2022), 94. Dikutip Dari Sulaiman Bin Muhammad Al-Bujaurami Al-Syafi`I Hasyiyah Al -Bunjairani `Ala Syar Hal-Manhaj.

⁷² Armansyah, 97.

⁷³ Palawati Tahir Dan Dini Hdanayani, *Hukum Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2018), 150.

⁷⁴ Zakaria, *Etika Bisnis Islam*, 55.

⁷⁵ Ghazaly, Ihsan, Dan Shidiq, *Fiqh Muamalat*, 72.

Syarat *kedua* tentang objek akad, objek atau barang yang diperjual belikan perlu memenuhi syarat-syarat yang menentukan sahnya akad, syarat *pertama* adalah barang atau objek akad ada, barang yang diperjual belikan ada secara fisik atau non-fisik serta diketahui oleh para pihak baik ukuran, bentuk, kualitas, identitas, jumlah, atau sesuai kesanggupan penjual dalam mengadakan barang yang di perikatan. *Kedua* dapat dimanfaatkan, bermanfaat dan halal menurut syara`. *Ketiga* milik seseorang atau jelas kepemilikannya dan terukur, *keempat* dapat diserahkan terimakan sesuai kesepakatan yang telah dibuat.

Syarat *ketiga* adalah adanya ijab dan kabul, ijab kabul merupakan bagian terpenting dari rukun sahnya akad jual beli. Ijab kabul adalah terdapat kesepakatan bahwa penjual dan pembeli telah rela menerima dan melepaskan objek akad dengan nilai tukar yang telah disepakati. Umumnya pelaksanaan akad ijab kabul dilakukan dengan lisan dari penjual pada penerima, atau dengan menyerahkan faktur atau bon atau dengan isyarat yang dapat dipahami oleh para pihak yang berakad. Ijab kabul menandakan bahwa para pihak telah sepakat atas kondisi barang yang diterima baik ukuran, harga, kuantitas dan kualitas, jenis, dan lainnya.⁷⁶

Syarat lainnya adalah nilai tukar atau harga barang yang disepakati oleh para pihak dalam akad. Harga barang terbagi menjadi dua kategori yaitu harga pasar atau harga jual dan harga modal yang dikeluarkan oleh penjual. menurut ulama fikih harga pasar perlu memperhatikan beberapa syarat berikut diantara-Nya adalah:

⁷⁶ Zakaria, *Etika Bisnis Islam*, 58.

- a. Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya,
- b. Boleh diserahkan pada waktu akad, atau jika berhutang atau pembayaran ditangguhkan para pihak telah menyepakati waktu pembayarannya dengan jelas,
- c. Jika jual beli dilakukan dengan barter maka barang yang dipertukarkan bukan barang yang dilarang menurut syara`.⁷⁷

4. Jual beli yang dilarang

Jual beli yang dilarang dalam Islam terbagi menjadi dua kategori diantaranya adalah *pertama* jual beli yang hukumnya tidak sah atau batal, yaitu jual beli yang tidak memenuhi rukun dan syaratnya. *Kedua* adalah jual beli yang secara hukum sah namun, dilarang dilakukan, jual beli itu adalah jual beli yang telah memenuhi syarat dan rukunnya tetapi ada faktor yang menghalangi sahnya proses jual beli dalam Islam.⁷⁸

Jenis jual beli yang dilarang karena tidak memenuhi syarat dan rukunnya diantaranya adalah, *pertama* jual beli yang barangnya secara zatnya memiliki keharaman, najis atau tidak boleh diperjual belikan menurut syara`. *Kedua* belum jelas atau yang masih samar secara hukum syara` tentang kehalalannya baik objeknya atau barangnya, harganya, kadarnya, ukuran, masa pembayarannya, maupun ke tidak jelasan yang lainnya. seperti jual beli buah yang belum ada hasilnya, jual beli ikan dalam kolam, atau jual hewan tenak yang masih dalam pengampuan induknya atau bibit pejantan atau hewan dari bibit pejantan (*madhamin, mulaqih, `asb al-fahl*). *Ketiga* jual beli dengan disertai syarat tertentu

⁷⁷ Ghazaly, Ihsan, Dan Shidiq, *Fiqh Muamalat*, 76.

⁷⁸ Ghazaly, Ihsan, Dam Shidiq, 80.

dalam akad yang dapat merugikan orang lain.⁷⁹ Keempat adalah jual beli yang dapat menimbulkan kemudharatan diantara-Nya adalah :⁸⁰

- a. Jual beli *gharar* yang mengandung unsur penipuan dan pengkhianatan,
- b. Jual beli karena dianiaya seperti jual beli ternak yang masih di pengampuan induknya,
- c. Jual beli *muhalaqoh* dan *mukhadharah* yaitu jual beli yang tanaman, buah-buahan, atau pertanian yang masih ada di tangkai atau di ladangnya dan belum dipanen, hal ini dilarang karena terdapat unsur penipuan dan samar
- d. Jual beli *mulamasah* jual beli secara sentuh menyentuh antara dua pihak, seperti orang yang menyentuh kain dengan tangganya di waktu siang atau malamnya dan yang menyentuh berarti membeli kain tersebut hal ini dilarang karena berpotensi merugikan dari salah satu pihak.
- e. Jual beli *munabadzah* yaitu jual beli secara lempar-melempar, dengan melemparkan apa yang ada pada pihak lain tanpa mengetahui kualitas dan kuantitas objek jual beli, hal ini dilarang karena mengandung tipuan dan tidak adanya ijab kabul
- f. Jual beli *muzabanah* yaitu menukar buah yang basah dengan yang kering. Sehingga dapat merugikan pihak lain ketika dilakukan penimbangan, buah yang basah cenderung lebih berat dari yang kering.

⁷⁹ Ghazaly, Ihsan, Dam Shidiq, 80–83.

⁸⁰ Hariman Surya Siregar Dam Koko Khoerudin, *Fikih Muamalah: Teori Dan Implementasi*, Cet. 1 (Bdanung: Remaja Rosdakarya, 2019), 131–32.

- g. Jual beli *mukhabarah* yaitu jual beli yang menggunakan tanah sebagai ukuran dari imbalan bagian dari apa yang dihasilkan oleh tanah tersebut.
- h. Jual beli *tsunaya* merupakan jual beli yang dengan harga tertentu, sedangkan objek jual beli merupakan sejumlah barang dengan pengecualian yang tidak jelas.
- i. Jual beli *`urban* adalah jual beli atas suatu barang dengan harga tertentu dengan kesepakatan pembeli memberikan uang muka dengan catatan bahwa bila jual beli berlangsung akan membayarkan sesuai harga yang disepakati akan tetapi jika jual beli batal maka uang muka untuk penjual yang telah menerima terlebih dahulu.
- j. Jual beli *talqi rukban* yaitu jual beli setelah pembeli datang menyongsong penjual sebelum ia sampai di pasar dan mengetahui harga pasar,
- k. Jual beli orang kota pada orang desa, maksudnya adalah ketika orang kota yang mengetahui harga pasar dan menjual barangnya pada orang desa yang baru datang dan tidak mengetahui harga pasar
- l. Jual beli *musharrah* yaitu jual beli hewan ternak yang diikat puting susunya sehingga terlihat banyak susunya dengan tujuan meningkatkan harga jualnya,
- m. Jual beli *shubrah* yaitu jual beli barang yang di tumpuk dengan bagian luar yang terlihat lebih baik dari yang dalam

- n. Jual beli *najasy* yaitu jual beli berpura-pura di mana si pembeli menaikkan harga barang, bukan untuk membelinya, tetapi untuk menipu pembeli lain agar membeli harga lebih tinggi

Jual beli yang terlarang karena faktor lain yang dapat merugikan pihak-pihak terkait diantaranya-Nya adalah *pertama* jual beli orang yang masih tawar menawar, *kedua* jual beli dengan menghadang dagangan dari luar kota/pasar dengan maksud memonopoli barang tersebut, *ketiga* membeli barang dengan tujuan menimbun dan dijual saat harganya tinggi karena kelangkaan yang terjadi, dan *keempat* jual beli barang rampasan atau curian.⁸¹

Larangan-larangan dalam jual beli di atas didasari atas asas-asas yang harus diperhatikan baik oleh para penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi. Hal-hal yang dihindari dalam jual beli adalah tidak menyakiti para pihak yang berakad, tidak menyebabkan penyempitan gerakan pasar, tidak merusak ketenteraman umum, tidak ada unsur monopoli, tidak ada unsur penipuan, dan tertib dalam menghargai hak orang lain.⁸²

5. Etika Jual Beli dalam Islam

Jual beli sebagai sebuah kegiatan yang berorientasi pada peningkatan nilai tambah melalui proses pertukaran nilai dengan penyerahan jasa, perdagangan, atau pengolahan barang dengan output meningkatkan nilai keuntungan. Banyak pihak yang terdorong untuk melakukan jual beli atau bisnis untuk mengali sebanyak mungkin keuntungan dari bisnis yang mereka lakukan. Namun, dalam tujuan pembentukan bisnis yang baik tidak hanya berorientasi pada sebanyak

⁸¹ Ghazaly, Ihsan, Dam Shidiq, *Fiqh Muamalat*, 85–87.

⁸² Tahir Dam Hdamayani, *Hukum Islam*, 153.

mungkin keuntungan yang didapat akan tetapi ada hal penting yang harus diperhatikan, yaitu etika dalam jual beli dan berbisnis.

Etika bisnis dipahami sebagai pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang mempertimbangkan nilai norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi atau sosial dengan tujuan kegiatan usaha dapat berjalan dengan baik. Menurut Yosephus etika bisnis adalah wilayah penerapan prinsip-prinsip moral umum pada wilayah tindakan manusia di bidang ekonomi, khususnya bisnis. Jadi secara hakiki sarasannya adalah perilaku moral pebisnis yang berkegiatan ekonomi. Sedangkan menurut Velasques etika bisnis adalah studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis.⁸³

Etika bisnis merupakan bagian dari moral, etika selalu berorientasi pada hal apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam jual beli. Implementasi etika bisnis selalu seiring dengan berjalannya suatu bisnis itu sendiri, artinya selalu ada pertimbangan yang dilakukan oleh pelaku usaha tentang boleh dan tidaknya suatu tindakan dilakukan dalam bisnisnya seperti kejujuran, terbuka, transparansi, tidak berbuat curang atau menipu. Urgensi etika bisnis dapat diidentifikasi dalam dua sisi mendasar di antaranya adalah *pertama* sisi sosial yang mengarah pada semua orang atau pihak dapat berkompetisi di pasar dan *kedua* sisi moral yang dalam

⁸³ Saban Echdar Dam Maryadi, *Business Ethics Dan Entrepreneurship (Etika Bisnis Dan Kewirausahaan)* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 21–23.

konteks pasar bebas etika bisnis sangat penting untuk menjamin kompetensi berjalan dengan baik secara moral.⁸⁴

Berbisnis dan beretika dalam Islam merupakan dua hal yang berjalan beriringan dengan berdasar pada Al-Qur`an dan Hadist. Para pelaku usaha muslim dituntut bertindak secara etis dan memperhatikan aspek-aspek sosial dan moral yang berhubungan dengan manusia lainya atau dikenal dengan konsep *hablum minallah hablumminannas* artinya berbisnis atau berjualan dalam Islam dapat menjadi nilai ibadah yang bertujuan mendapatkan keridaan Allah semata. Beretika dalam berbisnis dalam Islam merupakan bagian dari penerapan *ahlaq al-Islamiyah* yang dibalut dengan nilai syariah dengan mengedepankan hal yang halal dan menjauhi yang haram.⁸⁵

Hal penting dalam etika bisnis dalam jual beli menurut Islam mengarah pada menjaga kemaslahatan para pihak yang berakad di dalamnya dengan menjaga koridor sosial, moral, halal dan haram yang diatur dalam Al-Qur`an dan Hadist. Seperti tidak mengurangi timbangan, ukuran, atau aturan yang telah ditetapkan, banyak bersumpah dan berdusta, menawar barang yang sedang ditawarkan orang lain, berbuat tipu daya, *gharar*, menjual barang haram, dan menjual dua harga dalam satu barang. Serta melakukan petunjuk yang telah ditetapkan oleh syariat seperti jujur dan transparan, bermurah hati dan toleran, menganggap pihak lain dalam berakad adalah saudara, melakukan dengan cara halal,

⁸⁴ Moh. Ja`Far Sodik Maksom, *Hukum Dan Etika Bisnis* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 55.

⁸⁵ Fakhry Zamzam Dam Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 9–10.

bersyukur, bersabar, dan menghindari keuntungan yang besar jika harus melanggar syariat.⁸⁶

Prinsip etika bisnis yang dapat diperhatikan diantara-Nya adalah prinsip otonomi. Prinsip otonomi, merupakan sikap dan kemampuan pelaku usaha dalam mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadaran tentang yang dianggapnya baik untuk dilakukan. Prinsip kejujuran baik dalam perjanjian dan kontrak, penawaran barang dan jasa sesuai *value* yang diberikan, dan dalam hubungan kerja internal dalam perusahaan. Prinsip keadilan yang menuntut agar setiap orang diperlakukan sama sesuai aturan yang berlaku. Prinsip saling menguntungkan yang menuntut agar bisnis yang dilakukan dapat menguntungkan semua pihak. Prinsip yang terakhir adalah integrasi moral yaitu tuntutan internal dalam diri pelaku usaha atau perusahaan yang menjalankan bisnis untuk dapat tetap menjaga nama baik perusahaan atau pelaku usahanya.⁸⁷

Pelaksanaan etika bisnis didasari atas asas yang berlaku didalam-Nya diantara-Nya adalah:⁸⁸

- a. Asas kesatuan, penggabungan antara seluruh aspek dalam kehidupan baik dibidang ekonomi, sosial, politik, menjadi homogen dengan mempertimbangkan konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh,
- b. Asas keseimbangan, dalam dunia pekerjaan dan bisnis dengan berbuat adil dan jujur,
- c. Asas kehendak bebas, yang merupakan bagian penting dalam etika bisnis tetapi dengan catatan tidak merugikan kepentingan kolektif,

⁸⁶ A Zakaria, *Bisnisku Ibadahku* (Garut: Ibn Azka Press, 20019), 99–102.

⁸⁷ Maksum, *Hukum Dan Etika Bisnis*, 55–57.

⁸⁸ Maksum, 53–54.

- d. Asas tanggung jawab,
- e. Asa kebenaran, dalam kebajikan dan kejujuran

Prinsip syariah dalam etika bisnis Islam secara substansial berdasar pada asas-asas yang ada pada akad syariah yang berpedoman pada hukum Islam sebagai parameter pelaksanaan ketetapan Allah Swt. yang berkaitan dengan *mukhalaf*, baik berbentuk perintah, larangan, ataupun pilihan. Prinsip utama yang harus diperhatikan adalah ketauhidan, keadilan, dan kemanusiaan.⁸⁹ Sedangkan asas-asas yang harus diperhatikan menurut Burhanuddin yang dikutip oleh Armansyah adalah dalam berbisnis menurut Islam adalah asas ibadah, asas kebebasan berkontrak, asas persamaan, asas keseimbangan, asas kemaslahatan, asas kepercayaan, asas keadilan, asas keridhaan, asas tertulis, asas kejujuran, dan asas itikad baik.⁹⁰

⁸⁹ Beni Ahmad Saebani, *Hukum Ekonomi & Akad Syariah Di Indonesia*, Cetakan Ke-1 (Bdanung: Pustaka Setia, 2018), 236.

⁹⁰ Armansyah, *Hukum Perikatan (Akad) Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, 73.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan rangkaian mekanisme yang digunakan untuk dapat menemukan jawaban atas masalah yang di angkat dalam penelitian. Metode penelitian membantu peneliti untuk dapat memahami konteks objek penelitian agar tidak keluar dari tujuan penelitian ini diangkat. Penelitian sebagai produk akademis yang bertujuan mengembangkan ilmu pengetahuan dan perkembangan peradaban⁹¹ memiliki mekanisme pelaksanaan yang harus dilewati seperti pengumpulan data, klasifikasi, *editing*, dan analisis informasi relevan yang telah dikumpulkan. Penelitian dapat diverifikasi baik secara akademis dan ilmiah dengan pengukuran dan metode analisis yang digunakan diantara-Nya:

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian dalam penelitian ini adalah dengan jenis penelitian empiris yang berdasar dari pendekatan hukum normatif dengan meneliti bahan hukum yang didapat dari penelitian kepustakaan yang menjadi data awal untuk melakukan penelitian empiris.⁹² Penelitian hukum empiris memfokuskan penelitian tentang penerapan hukum positif sebagai bagian dari ilmu hukum sasaran bahasanya adalah mengkaji realisasi ketentuan hukum positif menjadi kenyataan kehidupan dalam masyarakat⁹³ Penelitian ini dikategorikan dalam normatif-empiris karena berfokus pada menguji bagaimana perwujudan hukum

⁹¹ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019) 1.

⁹² Elisabeth Nuraini Butarbutar, *Metode Penelitian Hukum: Langkah-Langkah Untuk Menemukan Kebenaran Dalam Ilmu Hukum*, (Bdanung: Refika Aditama, 2018), 95.

⁹³ Butarbutar, 96.

yang belaku di masyarakat yang dalam norma hukum persaingan usaha dan fikih muamalah dalam penerapan transaksi “sepuasnya” dan “seikhlasnya” dalam model bisnis “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” yang dilakukan di Asosiasi Profesi Fotografi Indonesia Daerah Jawa Barat.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini adalah pendekatan sosiologis hukum yang berfokus mengkaji norma hukum dan pengaruh hukum di masyarakat.⁹⁴ Pendekatan analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif pendekatan ini diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, norma, tulisan, dan/atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan/atau masyarakat dan/atau organisasi tertentu dalam suatu keadaan konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik⁹⁵ Pendekatan ini bertujuan untuk menganalisis pemberlakuan ketentuan hukum persaingan usaha dan fikih muamalah serta menjelaskan kenyataan lapangan terhadap transaksi “sepuasnya” dan “seikhlasnya” dalam model bisnis “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” yang dilakukan di Asosiasi Profesi Fotografi Indonesia Daerah Jawa Barat.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi yang diambil dalam penelitian ini adalah Asosiasi Profesi Fotografi Indonesia Daerah Jawa Barat, yang bertempat di Jl. Laswi No. 7 Bandung Gd. Bandung Creative HUB Kota Bandung.

⁹⁴ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, (Mataram, NTB: Mataram University Press, 2020), 122.

⁹⁵ Pendapat Bogdan Dan Taylor (1992 Dikutip Dari Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, 6.

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber atau jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kategori dibedakan menjadi dua yaitu, data primer berupa data yang diperoleh dari sumber utama atau pertama dan data sekunder yang mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan dan sebagainya.⁹⁶ Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan secara langsung kepada ketua Asosiasi Profesi Fotografi Indonesia Jawa Barat, guna mengali informasi terkait isu yang diangkat serta upaya dan pandangan APFI Jawa Barat terhadap isu tersebut. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini merupakan sumber kedua yang merupakan bagian penunjang dalam penelitian berupa literasi buku-buku, internet, tayangan diskusi praktisi, media, jurnal, pendapat pelaku dan konsumen, atau rujukan lain yang menunjang penelitian ini.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai teknik yang digunakan untuk mencari dan mengumpulkan temuan dari satu atau beberapa sumber data yang telah ditentukan. Pengumpulan data dan mengidentifikasi fakta hukum yang terdapat dalam isu hukum yang diangkat serta meminimalisir adanya hal lain yang tidak relevan dengan penelitian ini.⁹⁷ Soerjono Soekanto berpendapat bahwa penelitian secara umum dikenal dalam 3 jenis alat atau metode pengumpulan data, yaitu melalui studi dokumen atau kepustakaan, pengamatan atau observasi, serta wawancara.⁹⁸

⁹⁶ Amiruddin Dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Revisi, (Depok: Rajawali Press, 2021), 31.

⁹⁷ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Cet. 12 (Jakarta: Sinar Grafika, 2022), 61.

⁹⁸ Amiruddin Dan Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, 67.

Pengumpulan bahan hukum pada penelitian ini terbagi menjadi dua kategori yaitu bahan hukum primer, yang merupakan bahan hukum yang memiliki sifat alteratif artinya bahan hukum ini memiliki otoritas tertentu seperti, perundang-undangan, catatan resmi, dan wawancara pada otoritas tertentu. Bahan penelitian kedua adalah sekunder yang secara umum terdiri dari karya akademis berupa jurnal, artikel dan lainnya, dokumen, kamus, diskusi, tayangan digital, dan bahan hukum lain yang bersifat mendukung bahan hukum primer.⁹⁹ Penelitian ini memiliki tiga jenis mekanisme pengumpulan data diantara-Nya adalah:

1. Studi kepustakaan atau dokumen, teknik pengumpulan data menggunakan kepustakaan dan digital bertujuan mengali dan menemukan suatu konsep hukum yang tepat secara konstruktif secara teori atau model yang ditemukan pada literatur sebelumnya.¹⁰⁰ Penggunaan jenis pengumpulan data dalam penelitian ini guna menjelaskan dasar hukum serta konsep hukum mengenai isu yang diangkat peneliti “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” dalam penelitian ini.
2. wawancara langsung merupakan mekanisme pengumpulan dengan bertemunya peneliti dengan informan sekaligus narasumber yang dalam penelitian ini adalah ketua Asosiasi Profesi Fotografi Indonesia Daerah Jawa Barat. Tujuan dari wawancara adalah untuk mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan isu yang diangkat secara langsung maupun tidak langsung dan mendapatkan jawaban atau pandangan dari informan dan narasumber.¹⁰¹

⁹⁹ Djulaeka Dan Devi Rahayu, *Buku Ajar Metode Penelitian Hukum* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019), 36.

¹⁰⁰ M Djunaidi Ghony Dan Fauzan Almanshur, *Filsafat Ilmu Dan Metode Penelitian* (Malang: UIN Maliki Press, 2012), 185.

¹⁰¹ Amiruddin Dan Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, 82.

Pengumpulan data sekunder diperoleh melalui data tertulis dengan menelaah Undang-Undang, diskusi digital, penelusuran informasi, artikel ilmiah dan berbagai literatur pendukung lainnya dalam penelitian ini. Penelitian ini dengan menggunakan metode analisis data bersifat deskriptif analisis, analisis data yang dipergunakan adalah pendekatan kualitatif terhadap data primer dan sekunder.¹⁰²

F. Metode Analisis Data

Proses pengolahan data dan bahan penelitian yang telah terkumpul, dipilih dan divalidasi keterkaitan bahan penelitian dengan penelitian, selanjutnya bahan penelitian yang tervalidasi dilakukan pengolahan data sehingga data dan bahan penelitian dapat disusun secara runtut dan sistematis untuk memudahkan peneliti melakukan analisis.¹⁰³ Analisis data berisikan uraian tentang cara memanfaatkan data yang terkumpul untuk dipergunakan dalam pemecahan masalah dalam penelitian yang dilakukan. Analisis data dalam penelitian hukum adalah analisis kualitatif. Analisis kualitatif dilakukan dengan tiga cara, yaitu sistematisasi data, penjelasan, dan perbaikan serta pembaharuan.¹⁰⁴

Proses analisis terhadap bahan hukum dilakukan melalui mekanisme sirkuler dalam proses analisis sudah mulai dilakukan di tengah-tengah proses pengumpulan data. Dalam analisis data ini, Krippendorf berpendapat bahwa ada tiga langkah yang harus dilakukan untuk menganalisis suatu isi, yaitu:¹⁰⁵

¹⁰² Ali, *Metode Penelitian Hukum*, 106.

¹⁰³ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, 103.

¹⁰⁴ Butarbutar, *Metode Penelitian Hukum*, 146-148.

¹⁰⁵ Butarbutar, 148-49.

1. Identifikasi fakta, yaitu pengumpulan dan menentukan rangkaian fakta yang terkandung dalam bahan-bahan hukum. Konteks identifikasi fakta dalam penelitian ini adalah dengan melakukan observasi terhadap isu hukum “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” yang ada di media sosial serta validasi kebenaran fakta isu tersebut pada APFI Jawa Barat.
2. Pengelompokan data, yaitu mengelompokkan data ke dalam klasifikasi/ atau kelompok-kelompok tertentu. Pengelompokan data dalam penelitian ini adalah dengan memilah data normatif dalam kajian pustaka serta membaginya dalam sub-sub bahasan tertentu serta membantu peneliti memahami perspektif normatif dalam isu hukum yang diangkat.
3. Pemberian makna, yaitu proses untuk mendeskripsikan secara sistematis data sebagai proses pemberian jawaban terhadap masing-masing permasalahan. Konteks dalam penelitian ini adalah dengan menempatkan argumentasi dari setiap rumusan masalah dengan menjawabnya berdasarkan kajian teoritis, data, dan bahan hukum yang telah dianalisis secara mendalam

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Asosiasi Profesi Fotografi Jawa Barat

Asosiasi Profesi Fotografi Indonesia atau dikenal dengan APFI merupakan organisasi profesi dibidang fotografi di Indonesia yang dideklarasikan pada tanggal 25 Juni 2014. APFI sebagai organisasi profesi membawahi dua Lembaga sertifikasi nasional yaitu LESKOFI (Lembaga Sertifikasi Kompetensi Fotografi Indonesia) dan LSPFI (Lembaga Sertifikasi Profesi Fotografi Indonesia).¹⁰⁶

Sejak berdirinya sampai saat penelitian ini dibuat tercatat lebih dari 1500 tenaga profesional fotografi yang tersebar di 21 provinsi se-Indonesia dengan jangka waktu 8 tahun berdiri APFI fokus berjuang untuk visi dapat mengangkat profesionalisme fotografer Indonesia di tingkat nasional maupun internasional, untuk pengembangan fotografi. misi yang dibawa oleh APFI diantaranya-Nya adalah dapat mewadahi komunikasi fotografer di Indonesia, meningkatkan standar kompetensi fotografer Indonesia, Memberikan advokasi kepada fotografer Indonesia, meningkatkan kesejahteraan fotografer Indonesia, dan Mengupayakan pengembangan sarana dan prasarana fotografi Indonesia.¹⁰⁷

APFI sebagai organisasi memiliki landasan hukum berdasarkan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga yang disusun sejak 2017 dan diperkuat dengan putusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No.

¹⁰⁶ "Tentang Kami," *Asosiasi Profesi Fotografi Indonesia* (blog), diakses Februari 6, 2023, <https://www.apfinasional.or.id/tentang-kami/>.

¹⁰⁷ Imam Budi, Wawancara

AHU 0000685-AH.01.08 Tahun 2021) dan APFI memosisikan diri sebagai satu-satunya asosiasi profesi bidang fotografi di Indonesia.

B. Tinjauan Hukum Persaingan Usaha Transaksi Foto Sepuasnya Bayar Seikhlasnya

Hukum persaingan usaha yang diatur dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat merupakan mekanisme hukum yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan dan memperluas kesempatan warga negara untuk dapat berperan aktif mendorong bekerjanya ekonomi pasar sempurna, sehat, dan wajar. Peran penting lainnya yang tercermin dalam aturan ini adalah upaya represif dan preventif tergambar dari lapisan tindakan yang secara kata hampir serupa, namun, memiliki tindakan, sanksi, dan pendekatan materiil yang berbeda. Kehadiran aturan ini merupakan upaya dari meningkatkan kesejahteraan warga negara dengan mengantisipasi praktek-praktek pasar bersifat monopoli, monopolistik, dan oligopoli.

Praktik “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” menjadi masalah yang terjadi dalam persaingan usaha di industri fotografi. Promosi tersebut merupakan strategi pemasaran untuk menarik pembeli dengan cara membentuk persepsi pasar terhadap harga seikhlasnya yang relatif murah. Namun secara pendapatan harian yang dapat dihitung kasar dari 100-200 ribu per-konsumen dan bisa lebih sudah dapat menutupi perhitungan harian yang dilakukan oleh pesaingnya. Artinya selama itu merupakan upaya pemasaran maka itu diperbolehkan, karena besar kemungkinan pasar yang mereka targetkan itu berbeda.¹⁰⁸

¹⁰⁸ Imam Budi, Wawancara,

Aspek harga memiliki nilai kompleksitas tinggi yang dapat membentuk persepsi terhadap penawaran pada setiap persaingan. Permasalahan nilai jual atau harga menyebabkan lahirnya daya saing harga (perang harga) yang jauh lebih murah dan akan berdampak pada keputusan konsumen, dalam konteks jasa fotografi konsumen dihadapkan dengan berbagai opsi harga dan nilai yang ditawarkan dengan harga yang relatif sama.¹⁰⁹ Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa terkhusus fotografi dapat muncul karena adanya faktor lain seperti lingkungan atau media sosial, keinginan memiliki foto yang bagus, dan aspek ekonomi lain yang terpengaruh oleh kondisi sosialnya.

Menurut ketua APFI sebelumnya menjelaskan bahwa foto sepuasnya bayar seikhlasnya merupakan strategi *marketing* bertujuan menarik pembeli sebanyak mungkin. Namun, konotasi “bayar seikhlasnya” yang dilakukan pelaku usaha membuat interpretasi terhadap harga jual menjadi bias, hal ini menyebabkan konsumen melakukan pembayaran yang bervariasi dalam memberikan harga dengan fasilitas yang sama. Mekanisme harga yang demikian dapat mendorong pada *price fixing* secara vertikal yang diatur dalam Pasal 19 UU No. 5 Tahun 1999 yang berbunyi:

Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat berupa :

a. menolak dan atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan; atau

¹⁰⁹ Kevin Prilano, Damriasan Sudarso, Dam Fajrillah Fajrillah, “Pengaruh Harga, Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada,” *Journal Of Business Dam Economics Research (JBE)* 1, No. 1 (January 27, 2020).

- b. menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan hubungan usaha dengan pelaku usaha pesaingnya itu; atau*
- c. membatasi peredaran dan atau penjualan barang dan atau jasa pada pasar bersangkutan; atau*
- d. melakukan praktek diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.*

Foto sepuasnya bayar seikhlasnya dapat masuk dalam kategori diskriminasi harga karena dengan pelayanan jasa yang sama setiap konsumen harus membayar, dengan harga yang berbeda dari pembeli lain. Tindakan ini dilarang berdasarkan Pasal 19 huruf d, dengan adanya hal seperti ini dalam jangka panjang dapat menghalangi pelaku fotografi baru masuk dalam pasar tersebut, sebab tidak ada persaingan harga yang jelas dalam jenis ini, transaksi ini tergolong pada transaksi yang tidak wajar atau transaksi di luar hukum ekonomi. Bentuk diskriminasi pada harga dapat dilihat dari hasil temuan di media sosial ditemukan beberapa hal terkait harga “seikhlasnya”. Hal yang terjadi adalah kebingungan dalam menentukan nominal pembayaran dan perbedaan nominal pembayaran (nilai ekonomi) antara konsumen dengan konsumen lainnya dengan fasilitas yang sama.

Ruang cakupan dalam pasal tersebut melingkupi semua bentuk kegiatan usaha yang dapat menyebabkan persaingan usaha tidak sehat, kegiatan berupa kegiatan menghalangi pelaku usaha lain masuk dalam pasar sejenis dalam hal ini fotografi karena “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” mendominasi semua genre jasa fotografi. Kegiatan berupa menghalangi konsumen untuk melakukan hubungan dengan pelaku usaha pesaingnya. Upaya pembatasan peredaran dan penjualan jasa pada pasar fotografi serta bentuk-bentuk praktik diskriminasi terhadap pelaku usaha lainnya yang termuat pada huruf Pasal 19, diskriminasi

yang dilakukan secara sendiri oleh pelaku usaha maupun kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama dengan pelaku usaha lain.¹¹⁰

Pelaku usaha fotografi dengan menjual “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” secara tidak langsung melakukan diskriminasi harga dengan memberikan kesamaran harga, harga berbeda yang dibayarkan oleh konsumen pada pelaku usaha secara tidak langsung mendiskriminasi harga pasar pada bidang jasa dan segmentasi serupa serta dari sisi konsumen melakukan pembayaran dengan nominal yang berbeda karena cara bayar yang diserahkan pada persepsi harga konsumen di mana hal ini diduga bertujuan mengali sebanyak mungkin keuntungan dengan membiaskannya dalam pembayaran seikhlasnya dapat membuat mereka berada pada posisi dominan atau *market power* disisi lain kesamaran “nilai” berindikasi pada kecurangan dalam penetapan biaya produksi, pajak, dan biaya lain sebagaimana telah diatur dalam Pasal 21 UU. No. 5 Tahun 1999 yang isinya adalah “*pelaku usaha dilarang melakukan kecurangan dalam menetapkan biaya produksi dan biaya lainnya yang menjadi bagian dari komponen harga barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan tidak sehat.*”

APFI Jawa Barat sebagai asosiasi yang mewadahi potensi fotografi di Indonesia memberikan peran aktif dalam meningkatkan kualitas pengetahuan, nilai SDM, kreativitas, serta nilai-nilai etika dan profesionalisme para pelaku fotografi termasuk didalam-Nya fotografer dan pelaku usaha (industri). Menurut keterangan kang imam *rate* harga yang ditentukan oleh APFI merupakan acuan

¹¹⁰ ¹¹⁰ Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha No. 3 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 19 Huruf D (Praktek Diskriminasi) Undang-Undang Nomor. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat.

yang dapat membantu fotografer untuk dapat menentukan nilai jual yang dapat mereka terima. Acuan bergantung kepada kebutuhan tiap daerahnya seperti di Jawa Barat untuk paket *wedding* minimal menyentuh angka Rp. 3.500.000 yang dikeluarkan oleh Perda (peraturan daerah) untuk meningkatkan SDM dan nilai ekonomi pelaku fotografi.

Pernyataan APFI Jawa Barat yang berupaya meningkatkan kualitas SDM dan ekonomi pelaku fotografi dengan menetapkan harga minimal dalam satu produk ini menjelaskan bahwa ada perhitungan ekonomi yang jika berorientasi pada keuntungan perlu diperhitungkan dan dapat dipertanggung jawabkan. Hal tersebut menjelaskan bahwa upaya atau hal yang dapat menyebabkan persaingan usaha tidak sehat atau menyebabkan persaingannya melakukan upaya yang sama dilarang baik oleh perseorangan atau membuat perjanjian yang berindikasi menjual di bawah harga pasar, indikasi jual rugi dapat ditemukan dalam pernyataan pelaku usaha yang meminta dibandingkan dengan studio lain dengan tarif yang jelas dan meminta konsumen dapat membayar jasanya dengan tolak ukur pesaingnya.

Menjual harga di bawah pasar atau jual rugi diatur dalam Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 yang berisi "*Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan/atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.*" Harga yang sangat rendah menurut Pasal ini adalah harga yang ditetapkan

pelaku usaha yang tidak masuk akal rendahnya.¹¹¹ Pasal ini memberikan pandangan bahwa jual rugi dilarang, dalam kasus ini dilakukan pelaku usaha untuk dapat menarik pasar dan dapat mendominasi pada pasar fotografi. Namun, disisi lain jika menggunakan perspektif konsumennya maka dapat dilihat bahwa perilaku jual rugi ini dapat menguntungkan konsumen karena harga jasa “seikhlasnya” berkonotasi “lebih murah” dari studio lainnya.

Suatu pelaku usaha dikategorikan dalam jual rugi dapat diidentifikasi dari cara menetapkan harga yang sangat rendah, jika harga yang ditetapkan jauh lebih rendah dibandingkan dengan harga yang ditetapkan oleh sejumlah pelaku usaha lain dalam kasus ini dengan cara membandingkan dengan pesaing termurahnyanya. Pelaku usaha jasa fotografi yang menetapkan harga yang sangat rendah dapat dicurigai mempunyai maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan.¹¹²

Perkembangan sosial media yang membuat pelaku usah berkembang semakin mendorong pelaku usaha mengembangkan usahanya, ketika strategi dengan jual rugi ini berhasil dan telah mengurangi pesaing lainnya sangat mungkin pelaku usaha akan menaikkan harga setinggi mungkin untuk dapat mengejar kerugian yang telah dilakukan di awal. Hal ini sudah dirasakan oleh pelaku industri dibidang fotografi yang melaporkan keresahannya terhadap “foto

¹¹¹ Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha No.6 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) Undang-Undang Nomor. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat.

¹¹² Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha No.6 Tahun 2011 hal 12.

sepuasnya bayar seikhlasnya” pada APFI yang terdampak mulai dari berkurangnya daya saing ekonomi sampai akhirnya gulung tikar^{113.114}

Keberadaan promosi ini mengganggu persaingan sempurna jika dilakukan terus menerus dan merusak harga pasar yang sejatinya tengah diperjuangkan dalam visi dan misi APFI. Upaya yang sepatutnya dilakukan oleh pelaku usaha dibidang fotografi ini adalah dengan mengetahui perhitungan bisnis jasa yang mereka buat mulai dari pengeluaran, operasional, dan keuntungan yang akan didapat hal ini telah diberikan dalam ujian sertifikasi yang APFI gaungkan sebagai upaya peningkatan kualitas pelaku fotografi. Promosi “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” atau yang sejenis ini jelas merugikan dan banyak dirasakan oleh pelaku usaha di bidang ini terkhusus di daerah Jawa Barat.¹¹⁵

Pandangan tersebut menjelaskan bahwa dalam etika profesi yang dilakukan, APFI telah melakukan upaya pemahaman terhadap nilai jual seorang pelaku fotografi saat melakukan sertifikasi. Menetapkan harga di bawah pasar mungkin tidak menjadi masalah yang besar jika hanya dilakukan sebagai upaya promosi, bukan transaksi yang berkelanjutan. Lain halnya dengan “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” yang berkembang menjadi model transaksi yang berjalan dan menjadi produk yang dijual saat hal ini terus berkembang maka berpotensi merusak mekanisme pasar ekonomi sempurna sebagaimana diatur dalam Pasal 19, Pasal 20, Pasal 21 .

Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 telah menjelaskan alasan larangan penetapan harga di bawah pasar karena dapat merugikan pelaku usaha

¹¹³ Bankrut

¹¹⁴ Imam Budi, Wawancara,

¹¹⁵ Imam Budi, Wawancara,

lainya dalam jenis yang sama. APFI berupaya keras melakukan peningkatan nilai jual pelaku fotografi untuk dapat bersaing dengan sehat lewat kreativitas dan nilai jual SDM. Namun sebagaimana dijelaskan bahwa “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” berorientasi pada harga yang relatif lebih rendah dari pesaing dan harga pasar umumnya. Urgensi dari aturan ini bukan hanya pada nominal harga atau cara yang dilakukan, namun konsentrasi pasar dan kerugian banyak pesaing pada produk sejenis konsentrasi pasar ini dapat menyebabkan posisi dominan dan *market power* yang mengarah pada persaingan tidak sehat.

Strategi dengan cara seperti ini secara tidak langsung mempengaruhi persepsi pasar dan konsumen secara psikologis. Sebagaimana yang Nabi larang untuk melakukan persaingan usaha tidak sehat antara pedagang seperti perang harga yang berlebihan. Islam juga melarang diskriminasi harga karena dapat menyebabkan ke tidakadilan terhadap sebagian pelanggan dan penipuan dalam penentuan harga.

Foto sepuasnya bayar seikhlasnya menurut hukum persaingan usaha dapat dikategorikan pada upaya diskriminasi harga yang diatur dalam Pasal 19 huruf (d) UU No. 5 Tahun 1999 karena terdapat perbedaan jumlah yang dibayarkan antara konsumen dengan fasilitas yang dijual sama. Selain diskriminasi harga terdapat upaya kecurangan dalam penetapan biaya produksi, pajak, dan biaya lain sebagaimana telah diatur dalam Pasal 21 UU. No. 5 Tahun 1999. Adanya opini yang dibentuk dalam promosi jangka panjang dengan tujuan membangun persepsi murah di bawah harga pasar dapat berdampak pada terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 5 dan 20

UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha
Tidak Sehat

C. Tinjauan Fikih Muamalah Transaksi Foto Sepuasnya Bayar Seikhlasnya

Islam memberikan kesempatan yang sangat luas untuk seorang muslim berhubungan dengan muslim lainnya dan tidak hanya lingkup peribadatan dengan Tuhan-Nya saja. Aspek fikih muamalah dalam ekonomi Islam mencerminkan nilai-nilai ibadah yang tergambar dalam sosial ekonomi mensyarat dengan memperhatikan keadilan dan keseimbangan dalam pelaksanaannya. Fikih muamalah dalam ekonomi Islam membangun skema jual beli antara pelaku usaha dan konsumen dengan mendesain pola ekonomi yang adil mulai dari produksi hingga pada distribusi. Namun, tidak semua pelaku usaha memahami fikih muamalah, dan hanya berorientasi pada keuntungan yang dapat diperoleh.

Konsep foto sepuasnya bayar seikhlasnya merupakan skema bisnis yang berkembang di masa Pandemi Covid-19. Perkembangan ini pertama kali ditemukan di Depok dan berkembang ke beberapa wilayah Jawa Barat sebagaimana keterangan ketua APFI saat diwawancarai. Tujuan strategi promosi tersebut mengiring persepsi konsumen terhadap jasa foto yang dapat diperoleh sesuai dengan kemampuan finansialnya. Namun, disisi daya tarik yang ditawarkan terdapat ke tidak jelasan yang terjadi dalam transaksi ini mulai dari kedudukan uang muka yang ditentukan, minimal pembayaran, waktu atau lama jasa pemotretan, pembatalan, harga pokok penjualan (HPP), pajak, dan nominal keikhlasan yang subjektif.

Pandemi mendorong banyak pelaku usaha melakukan ide kreatif dalam memasarkan produk atau jasa mereka melalui berbagai cara salah satunya mendekatkan produk atau jasa mereka dalam komunitas yang tertentu. Penggunaan diksi “bayar seikhlasnya” dalam promosi, mendorong opini bahwa pelaku usaha peduli dengan kondisi yang dialami dan memberikan solusi dengan penawaran yang mereka lakukan. Promosi ini menjadi bermasalah saat adanya penggabungan diksi “bayar” yang digunakan dalam transaksi dengan makna kata beri uang ditukar dengan sesuatu, dan diksi “seikhlasnya” dari kata “ikhlas” bersih hati, tulus hati, dan memberi¹¹⁶ sedangkan salah satu rukun jual beli adalah alat tukar (Uang) dengan syarat dalam ijab kabul adalah para pihak telah sepakat atas berbagai kondisi barang termasuk dalam nilai harga.

Syarat nilai tukar yang harus diperhatikan dalam transaksi jual beli barang dan/atau jasa adalah harga pasar yang disyaratkan berdasarkan kesepakatan harga kedua belah pihak harus jelas jumlahnya, diperbolehkan diserahkan di saat akad, piutang, atau ditanggguhkan sebagaimana kesepakatan para pihak, serta jika dilakukan dengan barter, barang yang dipertukarkan tidak dilarang menurut syara. Kejelasan nilai tukar merupakan bagian dampak dari larangan jual beli yang terdapat kesamaran pada nominal nilai tukar dan termasuk didalam-Nya adalah bagian harga. Rukun dan syarat dalam jual beli perlu terpenuhi semua sebab halalnya mulai dari barang, objek (barang, jasa), waktu, harga , dan hal teknis lainnya.¹¹⁷

¹¹⁶ “Pencarian - KBBI Daring,” N. Ikhlas, di akses Januari 15, 2023, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.

¹¹⁷ Lihat hal 38-39

Menurut ketua APFI Kang Imam Budi ketua APFI Jawa barat saat dimintai keterangan tentang praktik ini, ia menyampaikan bahwa promosi dan transaksi bisnis dengan mekanisme seperti ini dilarang jika ditinjau dari pandangan Islam atau fikih muamalah jelasnya seperti berikut:

Proses transaksi yang dibangun pada promosi “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” tidak tetap pada makna kata “ikhlas” sesuai konteksnya, dalam beberapa kasus terdapat pelaku usaha yang mengharuskan konsumen membayar uang muka atau DP untuk mengunci tanggal dan waktu sesi foto mereka terdapat yang menyatakan seikhlasnya atau dipatok dengan nominal tertentu. Artinya jelas bahwa ini merupakan upaya pemasaran bukan murni untuk membantu sebab dalam berbisnis merupakan hubungan antara sesama manusia atau *hablum minna annas* yang perlu dijaga sedangkan keikhlasan merupakan ranah *hablum minna Allah* maka tidak tepat jika menetapkan dua variabel yang berbeda peruntukannya.¹¹⁸

Hasil dari penjelasan yang disampaikan ketua APFI sebelumnya memberikan beberapa padangan hukum yang dapat ditelaah dalam fikih muamalah diantara-Nya, kebiasaan makna “bayar seikhlasnya”, esensi ibadah dalam konteks sosial-ekonomi, keabsahan akad, kedudukan *down payment* (DP) pada transaksi, dan etika bisnis Islam. Jual beli dalam pemahaman ekonomi Islam memberikan padangan nyata tentang hakikat dan tujuannya yang berorientasi pada laba atau keuntungan.¹¹⁹ Keuntungan atau laba yang didapat dalam fikih

¹¹⁸ Imam Budi, Wawancara, (Bandung, 14 November 2022)

¹¹⁹ Fachri Fachrudin, “Kajian Teori Laba Pada Transaksi Jual Beli Dalam Fiqh Mu’āmalah (Studi Komparasi Teori Laba Ekonomi Konvensional),” *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, No. 01 (March 31, 2018): 70.

muamalah tidak hanya terhenti pada selisih total penjualan dan total modal, akan tetapi kejelasan sumbernya, cara mendapatkannya, dan aspek lain dalam rukun dan syarat yang sudah di bahas pada bab sebelumnya.

Prinsip dasar dari jual beli adalah boleh sebagaimana kaidah Fiqh :

الأصل في المعاملات الإباحة إلا أن يدل الدليل على تحريمها

“*Hukum dasar, pada muamalah adalah boleh dilakukan, selama tidak ada dalil yang melarangnya*”

Kesamaran harga jual jasa dalam promosi “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” mengantarkan sebab (*ilat*) penyamaran harga jual yang dikenal dengan istilah *ghubn* dalam terminologi fikih muamalah. Transaksi demikian mendorong ke tidak pastian dalam akad yang akan dibentuk sebagai syarat sahnya transaksi jual beli, disisi lain menurut ulama fikih syarat nilai tukar yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya untuk menghindari indikasi *tadlis* dan *taghrir* pada harga yang ditawarkan. Artinya kebiasaan dalam transaksi ini dapat menjadi *tadlis*, *gharar* dan *ghubn* serta menjadi tidak sah demi hukum karena mengandung bahaya yang dapat merugikan pihak-pihak yang terkait dalam transaksinya.¹²⁰

Indikasi *gharar* dalam transaksi ini terdapat pada ke tidak pastian harga yang diberlakukan dalam jual beli jasa fotografi. hal ini dapat dilihat dari kebingungan konsumen terhadap nilai harga jasa yang seharusnya mereka keluarkan berikan.¹²¹ Jual beli dengan adanya *gharar* (ke tidak pastian) dalam

¹²⁰ Syamsul Hilal, “Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam (Telah Pemikiran Ibn Taimiyah),” *Asas* 6, No. 2 (July 14, 2014): 22–23, <https://doi.org/10.24042/Asas.V6i2.1718>.

¹²¹ Lihat Lampiran

segala bentuk jual beli yang didalam-Nya terkandung ke tidak jelasan. Ketiak jelasan dalam akad ini menurut Syekh Muhammad Hamzah tergolong pada salah satu jenis *gharar* yang sering ditemui pada objek akad, yaitu *gharar* pada ke tidak jelasan ukuran objeknya menurutnya “tidak sah jual beli barang yang tidak jelas/ukuran/ takaran, atau jual beli barang yang tidak jelas harganya.”¹²²

Sebagaimana hadist yang berbunyi:

عن أبي هريرة رضي الله عنه : نهى رسول الله عليه و سلم عن بيع الغرر

Dari Abu Hurairah r.a, ia berkata, “Rasullah Saw telah melarang kita dari melakukan jual beli secara gharar.” (HR. Muslim III/1153)

Berbisnis atau jual beli yang menyelipkan *gharar* didalam-Nya artinya model bisnis yang tidak memenuhi perjanjian dan tidak dapat dipertanggung jawabkan, dalam kondisi wanprestasi yang mungkin terjadi, keadaan bahaya yang tidak diketahui, harga yang samar dan tidak jelas, barang atau objeknya, waktu pelaksanaannya, keridhaan yang dapat berubah pada isi hati manusia. *Gharar* dalam hal ini merupakan situasi saat terjadinya *incomplete information* yang dalam bisnis dikenal dengan adanya ketidakpastian kedua belah pihak yang bertransaksi. Praktik ini memastikan bahwa para pihak baik pelaku maupun konsumen tidak mengetahui kepastian mengenai suatu yang ditransaksikan.¹²³

Bermuamalah dalam Islam didasari oleh prinsip kerelaan antara para pihak, kerelaan dalam hal ini dibentuk dari pemahaman terhadap informasi yang

¹²² Nuhbatul Basyariah, “Larangan Jual Beli Gharar: Kajian Hadist Ekonomi Tematis Bisnis Di Era Digital,” *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam* 7, No. 1 (November 17, 2022): 46, <https://doi.org/10.14421/mjsi.71.2902>.

¹²³ Efa Rodiah Nur, “Riba Dan Gharar: Suatu Tinjauan Hukum Dan Etika Dalam Transaksi Bisnis Modern,” *Al-’Adalah* 12, No. 1 (2015): 657, <https://doi.org/10.24042/Adalah.V12i1.247>.

sama di antara keduanya sehingga tidak ada rasa dirugikan atau dicurangi atau kondisi yang dalam fikih muamalah dikenal dengan *tadlis*. *Tadlis* adalah menyembunyikan (oleh salah satu atau kedua pihak) cacat barang sehingga informasi yang dimiliki para pihak yang bertransaksi menjadi tidak seimbang. *Tadlis* dibagi menjadi beberapa kategori dilihat dari kuantitas, kualitas, harga, dan waktu. Foto sepuasnya bayar seikhlasnya sangat bersinggungan dengan *tadlis* dalam harga.

Imam Nawawi berpendapat bahwa pelanggaran jual beli yang mengandung unsur tidak tahu merupakan hal yang dilarang dalam Islam.¹²⁴ Pendapat ini menjelaskan bahwa segala bentuk transaksi yang didalam-Nya terdapat suatu hal yang tidak diketahui oleh salah satu pihak di mana penjual menyembunyikan sifat karakteristik atau kecacatan harga dagangannya kepada konsumen dan pelaku usaha mengetahui bahwa mengetahui hal tersebut untuk mendapatkan keuntungan dari konsumen. Larangan ini menjelaskan bahwa jual beli dalam Islam didasarkan dari prinsip kerelaan para pihak, serta kesamaan informasi sehingga tidak ada pihak yang merasa dicurigai atau ditipu sebab ke tidak tahu an salah satu pihak.

Tadlis dalam harga terjadi saat suatu barang dijual dengan harga lebih tinggi, atau sebaliknya dari harga pasar karena penjual atau pembeli memanfaatkan kekurangan informasi pihak lain terhadap harga pasar.¹²⁵ Foto sepuasnya bayar seikhlasnya, memanfaatkan ketidaktahuan konsumen terhadap

¹²⁴ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah* (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006), 140.

¹²⁵ Ahmad Sofwan Fauzi, "Transaksi Jual-Beli Terlarang: Ghisy Atau Tadlis Kualitas," *Mizan: Journal Of Islamic Law* 1, No. 2 (November 17, 2017): 148, <https://doi.org/10.32507/Mizan.V1i2.9>.

harga pasar jasa fotografi, dengan menjual jasa “bayar seikhlasnya” dapat membuat konsumen terjebak dalam penawaran dan membayar jauh lebih tinggi dan lebih rendah yang dikemudian hari keluar dari prinsip kerelaan yang menjadi dasar bermuamalah dalam Islam. Konsep *tadlis* dalam hukum positif diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tentang Hak dan Kewajiban Konsumen yang dimuat dalam Bab III bagian kedua Pasal 4 dan Pasal 5.

Indikasi lain yang hampir serupa dengan *tadlis* pada transaksi “bayar seikhlasnya” adalah *ghabn* yang secara substansi makna hampir serupa dengan *gharar* dan *tadlis*, *ghabn* (penyamaran) pada transaksi jual beli diartikan sebagai penipuan. Praktik *ghabn* kerap ditemui dalam kebiasaan dalam harga jual yang tidak dipahami oleh salah satu pihak (konsumen). Seperti jika dalam kasus diatas ternyata konsumen membayar seikhlasnya dengan nominal pembayaran Rp. 800.000 untuk satu sesi selama 1 jam dengan uang muka 50 ribu dengan output file saja, maka di studio lain dengan harga Rp. 850.000 dengan value yang hampir sama atau lebih bisa dilakukan tanpa perlu menyamarkan harga jasanya.

Ghabn menurut ulama Mazhab Hanafiyah, ke tidak seimbangan yang mencolok semata-mata tidak memiliki akibat hukum apa-apa terhadap akad, kecuali disertai tipuan. Menurut Mazhab Hanbali ketidakseimbangan yang dapat membatalkan akad terdapat dalam tiga hal yaitu;

1. *Talaqqi al-rukbah*, membeli dari saudagar yang datang ke suatu pasar sebelum para saudagar itu mengetahui harta pasaran

2. *Najasy*, adalah transaksi yang mengandung tipuan, saat seorang membeli barang dagangan temanya dengan harga mahal untuk mengelabui pembeli lain dan memancing mereka untuk ikut membeli.
3. *Mustarsil*, merupakan pembeli yang tidak tahu harga, dimana ia hanya membeli berdasarkan kepercayaan kepada penjual.¹²⁶

Kondisi *Najasy* dan *mustartil* pada praktik *ghabn* dapat terjadi bagi konsumen “foto sepuasnya bayar seikhlasnya”, hal ini akan terasa dalam perkembangan informasi saat ini. Konsumen dapat dengan mudah mencari tahu harga yang biasa diberikan kepada pelaku usaha berdasarkan perasaan atau konsumen sebelumnya yang memberikan nominal tertentu.

Nominal tertentu yang telah diberikan konsumen sebelumnya dalam ulasan memberikan perspektif tentang harga yang harus dibayarkan yang menjadikan makna “seikhlasnya” yang bersih hati, tulus hati, dan memberi menjadi hilang, terlebih ketika dikemudian ternyata ada konsumen yang merasa ternyata membayar terlalu tinggi karena melihat konsumen setelah atau sebelumnya membayarkan nominal tertentu dibawanya maka esensi muamalah atas kerelaan dan keridhaan juga hilang inilah yang menyebabkan praktik “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” akadnya dapat dibatalkan.

Dp atau uang muka yang dibayarkan dalam transaksi tersebut juga menjadi tidak jelas kedudukannya karena tidak ada perhitungan pasti terhadap persentase nilai jual yang diberikan, dalam beberapa kasus terdapat yang menetapkan nilai seikhlasnya dan mematok nominal tertentu seperti Rp. 50.000 untuk satu sesi.

¹²⁶ Armansyah, *Hukum Perikatan (Akad) Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, 173.

Kedudukan Dp sebab masuk dalam harga jual seperti dalam *murabahah* atau hanya mengunci tanggal yang telah disepakati. Masalah lanjutan dari Dp yang ditetapkan dalam kasus ini adalah saat terjadinya pembatalan oleh konsumen, yang Dp harus dikembalikan sebesar kerugian riil (nilai jual keseluruhan) yang dialami oleh pelaku usaha (tidak hangus).¹²⁷

Berdasarkan dari sebelumnya mengantarkan pemahaman bahwa dalam bermuamalah Islam menegaskan berbagai aspek yang harus diperhatikan mulai dari ketauhidan, keseimbangan, batas kebebasan, tanggung jawab, kejujuran, integritas, dan keadilan. Islam mengajarkan kepada setiap pelaku usaha untuk dapat mendapatkan laba dari usahanya, namun tetap harus memperhatikan sumber, cara, dan tujuannya yang sesuai dengan kaidah sosial, karena sejatinya muamalah tetap perlu memperhatikan kondisi sosial dan kebermanfaatannya yang adil.

Kesepakatan nilai (harga) dalam jual beli menjadi sangat penting karena dari adanya harga dalam kesepakatan merupakan rukun yang melahirkan kesepakatan dengan dasar keridhaan yang akan mengantarkan pada esensi dari ikhlas bertukar nilai. Kepastian terhadap nilai dibutuhkan oleh pelaku dan konsumen untuk dapat memastikan akad apa yang dibangun, tidak terpenuhinya rukun dan syarat membuat akad rusak (*fasid*) dan dapat berakhir pada batal demi hukum (tidak sah) atau dapat dibatalkan oleh konsumen karena memiliki hak pilih untuk menerima jasa ini atau meninggalkan akad (*khiyar*).

¹²⁷ “Konsultasi Syariah: Fikih Uang Muka,” *Republika Online*, Februari 26, 2018, <https://Republika.Co.Id/Share/P4r250416>.

Pernyataan untuk membantu dan bukan kebutuhan komersial dijelaskan dalam Akad (*tabbaru*) dengan tujuan saling membantu seperti hibbah, waqaf, zakat dan lainnya hal ini bisa dibenarkan dan dinyatakan sah dengan kategori *gharar* ringan. Namun, karena “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” ini tergolong pada transaksi dengan akad jual beli (*murabahah*) dengan orientasi margin (keuntungan selisih harga modal dan harga jual) pada keuntungan komersial atau bukan peruntukan di sumbangan atau tolong menolong maka hal ini dapat membatalkan akad dan termasuk kategori *gharar* yang dilarang dipraktikkan dalam fikih muamalah.

Asas dasar dalam bermuamalah adalah boleh selama tidak ada dalil yang melarang hal tersebut, hal-hal yang dilarang telah tercantum dalam al-Quran dan Hadist dengan ketentuan tertentu guna menyelamatkan pelaku usaha dan konsumen. Transaksi pada promosi “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” berindikasi adanya *gharar*, *tadlis*, dan *ghubn*. Indikasi *gharar* dalam promosi ini adalah karena terdapat situasi *incomplete information* yang dalam bisnis dikenal dengan adanya ketidakpastian kedua belah pihak yang bertransaksi dapat dilihat dari baik pelaku dan konsumen tidak mengetahui berapa yang akan dan harus dibayarkan. Kesamaran harga ini jelas tidak memenuhi asas akad yakni *luzum*/ tidak berubah dan asas transparansi karena akad seharusnya dilakukan dengan tujuan yang jelas dan perhitungan yang cermat, sehingga terhindar dari praktik spekulasi atau *maisir*

Indikasi *tadlis* dalam promosi ini terdapat pada memanfaatkan ketidaktahuan konsumen terhadap harga pasar jasa fotografi, dengan menjual jasa

“bayar seikhlasnya” dapat membuat konsumen terjebak dalam penawaran dan membayar jauh lebih tinggi atau lebih rendah yang dikemudian hari keluar dari prinsip kerelaan yang menjadi dasar bermuamalah dalam Islam. Sedangkan *ghubn* dalam transaksi ini dapat ditemukan dalam harga yang bias, dengan dalih pembeli yang tidak tahu harga, ia hanya membeli berdasarkan kepercayaan kepada penjual dan dengan perkembangannya informasi seperti pada *tadlis* konsumen yang mengetahui bahwa nominal yang mereka bayarkan terlalu tinggi dapat menyesalkan dan keluar dari esensi “ikhlas” yang seharusnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Promosi serta transaksi “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” dalam perspektif hukum persaingan usaha dapat tergolong dalam beberapa Pasal tentang kegiatan dilarang yang dapat menyebabkan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat telah diatur dalam Pasal 19,20,21 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Mekanisme Strategi pemasaran ini menjadi bermasalah karena terdapat upaya diskriminasi harga yang termuat dalam Pasal 19 (d) sebab pengiringan persepsi yang berbeda terhadap harga yang harus dibayarkan konsumen secara tidak langsung rentan menyebabkan diskriminasi pada harga dengan menetapkan syarat yang sama untuk konsumen yang berbeda kelas, disisi lain tidak menyebutkan nilai harga jual dapat berpotensi pada tindak kecurangan dalam menetapkan biaya produksi dan/atau biaya lainnya, hal tersebut berpotensi terjadinya persaingan tidak sehat sebagaimana Pasal 21. Transaksi menggunakan diksi “seikhlasnya” sebagai daya tarik pada awalnya dan berubah menjadi reguler, hal tersebut disertai dengan pernyataan “lebih murah dari kompetitor” menjelaskan harga jauh lebih murah dari pasaran yang dapat menyebabkan praktik persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 21 tentang larangan kegiatan menetapkan harga di bawah harga pasar atau jual rugi.

2. Praktik jual beli “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” berpotensi merusak akad dan menjadikan akad tidak sah, menyebabkan transaksi tersebut batal demi hukum atau dapat dibatalkan oleh konsumen, sebab ke tidak jelasan pada harga jual yang diberikan berindikasi kepada ke tidak jujur dan transparansi bagi konsumen. Kaidah fikih menjelaskan bahwa segala bentuk jual beli boleh selama tidak ada dalil yang melarang, kaidah tersebut ini ditemukan bahwa berbagai bentuk ke tidak jelasan dilarang dalam muamalah karena bertentangan dengan rukun dan syarat, termasuk dalam akad yang digunakan. Kebiasaan akad pada kasus “foto sepuasnya bayar seikhlasnya” lebih mengarah keuntungan komersial (*tijarah*) hal ini dapat ditemukan dari perkembangan bisnis pelaku usaha yang melakukan hal ini bukan tergolong pada tujuan membantu (*tabarru*). Kebiasaan kedua terdapat pada nilai jual menjadi dasar dilarangnya transaksi “bayar seikhlasnya” karena dapat masuk dalam kategori *gharar* (ke tidak pastian) nilai yang diterima para pihak, *tadlis* (menyembunyikan cacat) pada harga karena penjual memanfaatkan kekurangan informasi pihak lain terhadap harga pasar, dan *ghubn* (penyamaran) ditemukan pada kebiasaan dalam harga jual yang tidak dipahami oleh salah satu pihak, hal-hal ini dilarang dilakukan dalam jual beli sebab dapat merugikan salah satu pihak dalam transaksi dan juga keluar dari asas-asas syariah, etika bisnis, ekonomi, dan prinsip syariah seperti kerelaan antara para pihak, keadilan, ketauhidan, kemanusiaan, dan prinsip lainnya dalam bermuamalah.

B. Saran

1. Sebagai pelaku usaha dan seorang muslim perlu memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan syariat dalam fikih muamalah dengan memastikan orientasi akad yang akan digunakan termasuk dalam menentukan harga yang sesuai dengan pasar, hal tersebut guna menjaga keseimbangan pasar yang sehat dengan persaingan yang sehat pula. Pemerintah, Asosiasi Profesi, Asosiasi Usaha perlu memberikan edukasi lebih luas kepada para pelaku usaha dan konsumen terhadap mekanisme pasar yang sehat agar perkembangan ekonomi kreatif dapat dihargai jauh lebih baik serta pelaku usahanya dapat bersaing dengan sehat lewat kualitas dan kreativitas yang dapat mereka jual.
2. Penulis sangat menyadari terdapat berbagai kekurangan dalam penelitian ini, dengan demikian harapan ke depan terdapat penelitian lebih mendalam yang mengkaji hal-hal yang belum dipaparkan dalam penelitian ini seperti lebih spesifik terhadap faktor ekonomi yang terjadi, kondisi sosiologis, akad aspek lain yang berguna sebagai saran dan pengembangan bagi penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Nugroho, Susanti. *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*. Cet. 1. Rawamangun, Jakarta: Kencana, 2012.
- Adil, Mohamed Azam Mohamed, Mohd Dani Muhamad, Ezani Yaakub, dan Amal Hayati Ishak. "Tadlis In Islamic Transactions." *Management & Accounting Review (MAR)* 9, no. 2 (December 30, 2010): 43–55. <https://doi.org/10.24191/mar.v9i2.242>.
- Ahmad, Rumadi, M. Afif Hasbullah, Marzuki Wahid, Khamami Zada, Mahbub Ma`afi, Irwan Masduki, Idris Masudi, dan Abdullah Ubaid. *Fikih Persaingan Usaha*. Jakarta: Lakpesdam PBNU & K P P U, 2019.
- Ali, Zainuddin. *Metode Penelitian Hukum*. Cet. 12. Jakarta: Sinar Grafika, 2022.
- Amiruddin, dan Zainal Asikin. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Revisi, Cet 12. Depok: Rajawali Press, 2021.
- Anshori, Abdul Ghofur. *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia: Konsep, Regulasi, Dan Implementasi*. Cet. 1. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2010.
- Armansyah. *Hukum Perikatan (Akad) Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah: Melacak Jejak Fikih Dalam Perma Nomor 2 Tahun 2008*. Edisi pertama, Cetakan ke-1. Rawamangun, Jakarta: Kencana, 2022.
- Basyariah, Nuhbatul. "Larangan Jual Beli Gharar: Kajian Hadist Ekonomi Tematis Bisnis Di Era Digital." *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam* 7, no. 1 (November 17, 2022): 40–58. <https://doi.org/10.14421/mjsi.71.2902>.
- Butarbutar, Elisabeth Nuraini. *Metode Penelitian Hukum: Langkah-Langkah Untuk Menemukan Kebenaran Dalam Ilmu Hukum*. Cet. 1. Bandung: Refika Aditama, 2018.
- Citrawinda, Cita. *Hukum Persaingan Usaha*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2019.
- Dirjen Peradilan Agama, Mahkamah Agung RI. "Kompilasi Hukum Ekonomi Syari`ah." Mahkamah Agung Republi Indonesia, 2011.

- Djakfar, Muhammad. *Hukum Bisnis: Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional Dengan Syariah*. Cet. 1. Malang: UIN Malang Press, 2009.
- Djulaeka, dan Devi Rahayu. *Buku Ajar Metode Penelitian Hukum*. Surabaya: Scopindo media pustaka, 2019.
- Echdar, Saban, dan Maryadi. *Business Ethics Dan Entrepreneurship (Etika Bisnis Dan Kewirausahaan)*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Fachrudin, Fachri. “Kajian Teori Laba Pada Transaksi Jual Beli Dalam Fiqh Mu’āmalah (Studi Komparasi Teori Laba Ekonomi Konvensional).” *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no. 01 (March 31, 2018): 68–74.
- Fadhil, Aulia, Panji Adam Agus Putra, dan Ydani Marydani. “Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Penerapan Sistem Jual Beli Dengan Pembayaran seikhlasnya di Cafe Coger.” *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (January 23, 2021): 69–71. <https://doi.org/10.29313/syariah.v7i1.24830>.
- Fauzi, Ahmad Sofwan. “Transaksi Jual-Beli Terlarang; Ghisy atau Tadlis Kualitas.” *Mizan: Journal of Islamic Law* 1, no. 2 (November 17, 2017). <https://doi.org/10.32507/mizan.v1i2.9>.
- Ghazaly, Abdul Rahman, Ghufon Ihsan, dan Sapiudin Shidiq. *Fiqh Muamalat*. Cet. 3. Jakarta: Kencana, 2015.
- Ghony, M Djunaidi, dan Fauzan Almanshur. *Filsafat Ilmu Dan Metode Penelitian*. Malang: UIN Maliki Press, 2012.
- Hakim, Lukmanul. “Distorsi Pasar dalam Pdanangan Ekonomi Islam.” *Ekomadania : Journal of Islamic Economic dan Social* 1, no. 1 (September 30, 2017): 1–15.
- Hilal, Syamsul. “Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam (Telah Pemikiran Ibn Taimiyah).” *ASAS* 6, no. 2 (July 14, 2014). <https://doi.org/10.24042/asas.v6i2.1718>.
- Is, Muhamad Sadi. *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia: Sebagai Upaya Penguatan Lembaga Komisi Pengawas Persaingan Usaha, KPPU*. Malang, Jatim: Setara Press, 2016.

- “Kemenag. Al-Quran Dan Terjemahnya.” CV Fokus Media, 2010.
- “Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Dan Kitab Undang-Undang Hukum Acara Perdata.” Pustaka Buana, 2014.
- Republika Online. “Konsultasi Syariah: Fikih Uang Muka,” February 26, 2018. <https://republika.co.id/share/p4r250416>.
- KPPU. “Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pasal 5 (Penetapan Harga) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.” KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA, 2011.
- Lubis, Dani Fahmi, Anna Maria Tri Anggraini, Kurnia Toha, L. Budi Kagramanto, M Hawin, Ningrum Natsya Sirait, Paramita Prananingtyas, Sukarmi, Syamsul Maarif, dan Jur. Udin Silalahi. *Hukum Persaingan Usaha*. 2nd ed. DKI Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), 2017.
- Maksum, Moh. Ja`far Sodiq. *Hukum Dan Etika Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Mardani. *Hukum Ekonomi Syariah Di Indonesia*. Cet. 1. Bandung: Refika Aditama, 2011.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Kencana, 2021.
- Meylina, Devi. *Hukum Persaingan Usaha, Studi Konsep Pembuktian Terhadap Perjanjian Penetapan Harga Dalam Persaingan Usaha*. Cet. 1. Malang, Jatim: Setara Press, 2013.
- Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*. Cet. 1. Mataram, NTB: Mataram University Press, 2020.
- Muhammad, Abdikadir. *Hukum Perdata DI Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bhakti, 2014.
- “Naufal Rizky (191020700112) Struktur Pasar Persaingan Sempurna.Pdf.” Accessed December 7, 2022. <http://eprints.umsida.ac.id/6996/1/Naufal%>

20Rizky%20%28191020700112%29%20Struktur%20Pasar%20Persaingan%20Sempurna.pdf.

Niati, Istiqomah. “Tinjauan Hukum Islam Mengenai Jual Beli Makanan Dengan Harga Seikhlasnya (Studi Di Koperasi Santri Pondok Modern Alfurqon Panaragan Jaya Kecamatan Tulang Bawang Tengah KabupatenTulang Bawang Barat).” Undergraduate, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG, 2021. <http://repository.radenintan.ac.id/14270/>.

Nur, Efa Rodiah. “Riba Dan Gharar: Suatu Tinjauan Hukum Dan Etika Dalam Transaksi Bisnis Modern.” *Al-'Adalah* 12, no. 1 (2015): 647–62. <https://doi.org/10.24042/adalah.v12i1.247>.

“Pencarian - KBBI Daring.” Accessed January 15, 2023. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.

Prilano, Kevin, Danriasan Sudarso, dan Fajrillah Fajrillah. “Pengaruh Harga, Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada.” *Journal of Business dan Economics Research (JBE)* 1, no. 1 (January 27, 2020): 1–10.

Pudjihardjo, M, dan Nur FaizinMuhith. *Fikih Muamalah Ekonomi Syariah*. Cet. 1. Malang, Jatim: UB Press, 2019.

Revalino, Aditya. *Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Perbedaan Harga Dalam Penjualan Bobot Bahan Pangan Di Pasar Padang Panjang*. <https://ecampus.iainbatusangkar.ac.id:443/batusangkar/AmbilLampiran?ref=109675&jurusan=&jenis=Item&usingId=false&download=false&claz=z=ais.database.model.file.LampiranLain>. IAIN Batusangkar, 2020. <http://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/handle/123456789/18795>.

Romli, Muhammad. “Konsep Syarat Sah Akad Dalam Hukum Islam Dan Syarat Sah Perjanjian Dalam Pasal 1320 Kuh Perdata.” *TAHKIM* 17, no. 2 (January 3, 2022): 173–88. <https://doi.org/10.33477/thk.v17i2.2364>.

Sabiq, al-Sayyid, Abdurrahim, dan Masrukhin. *Fikih sunnah*. Jakarta: Cakrawala Pub., 2008.

Sabiq, Sayyid. *Fiqh Sunnah*. Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006.

- Saebani, Beni Ahmad. *Hukum Ekonomi & Akad Syariah Di Indonesia*. Cetakan ke-1. Bandung: Pustaka Setia, 2018.
- Salim H. S., H. Abdullah, dan Wi0wiek Wahyuningsih. *Perancangan kontrak & memordandum of understdaning (MoU)*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Setiowati, Hartini Diah. “Analisis Rule Of Reason Dalam Jual Rugi Dan/Atau Menetapkan Harga Yang Sangat Rendah Pada Perkara Kppu Nomor 3/Kppu-L/2020 Dalam Mencapai Kepastian Hukum.” BachelorThesis, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/hdanle/123456789/59119>.
- Siregar, Hariman Surya, dan Koko Khoerudin. *Fikih muamalah : teori dan implementasi*. Cet. 1. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019.
- Soemitra, Danri. *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer*. Edisi pertama. Rawamangun, Jakarta, Indonesia: Kencana, 2019.
- Sudiarto. *Pengantar Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2021.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami*. Cet. 1. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019.
- Suryati. *Hukum Perdata*. Yogyakarta: Suluh Media, 2017.
- Tahir, Palawati, dan Dini Hdanayani. *Hukum Islam*. Cet. 1. Jakarta: Sinar Grafika, 2018.
- Asosiasi Profesi Fotografi Indonesia. “Tentang Kami.” Accessed February 6, 2023. <https://www.apfinasional.or.id/tentang-kami/>.
- Thian, Alexdaner. *Hukum Dagang*. Yogyakarta: DANI, 2021.
- Trihastuti, Aselina Endang. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: deepublish, 2021.

Umardani, Mohamad. “Jual Beli Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Dan Hukum Islam (Al Qur’an-Hadist) Secara Tidak Tunai.” *Journal of Islamic Law Studies* 4, no. 1 (April 21, 2021): 16–35.

Usman, Rachmadi. *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004.

Zakaria, A. *Bisnisku Ibadahku*. Garut: Ibn Azka Press, 20019.

———. *Etika Bisnis Islam*. Cet. 1. Rancabango, Garut: Ibn Azka Press, 2012.

Zamzam, Fakhry, dan Havis Aravik. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Proses Pengambilan data Wawancara Bersama Ketua APFI Jawa Barat



Temuan Digital

 4 mg 

Mau nyobain .. tp malah bingung mau bayar nya brp 🤔

Balas Kirim Lihat terjemahan

Di Bekasi juga ada yang kaya gini bayar seikhlasnya tapiiii ada dp nah dp nya harus 50k baru pelunasan nya bebas

2021-07-05 Balas  6 

Lihat balasan (10) ▾

Puspiii

kalo prewedd brp min? seikhlasnya jg ga?

2021-07-05 Balas  22 

 4 minggu yang lalu

Saya masih bingung bang, ini kan dp 50k, tapi nanti akhirnya bayarnya berapa ya kak? Soalnya seikhlasnya tuh kita gatau etis nya berapa untuk bayarnya

  Balas



seikhlasnya itu rata rata pada bayar berapa kak ? biar bisa jadi patokan

2022-11-23 Balas  1 

Lihat balasan (3) ▾



mau nanya dong paling bingung mau bayar seikhlasnya itu kira" kalian kasih berapa 400 rb ke atas atau gimna? plis bantu jawab

2022-12-20 Balas  1 

List Pertanyaan

TABEL. 2
List Pertanyaan Wawancara

NO	TUJUAN	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Seputar Opini Narasumber Dengan Kasus Dan Hukum Persaingan Usaha	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seberapa tahu APFI tentang kasus “foto sepuasnya bayar seikhlasnya dan apa yang dilakukan?” 2. Bagaimana menanggapi dan menanganinya? 3. Siapa para pelakunya, perseorangan, investor, Perusahaan? 4. Tujuan apa? 5. Dimana awal berkembannya dan kenapa ? apa perlu dihentikan? 6. Apakah promosi seperti ini bisa dikatakan wajar? 7. Menurut APFI promosi ini di benarkan tidak di mata hukum? 8. Jika promosi ini di kemudian hari memiliki dasar hukum bagaimana? 9. Dengan perkembangannya cabang sampai hari ini apa yang akan dilakukan ke depannya? 10. Apakah ini merupakan teknik marketing yang sehat? 11. Jika promosi ini berlanjut dan menjatuhkan harga jasa para palaku usaha apa yang akan dilakukan karena kebiasaan sosial baru yang terbentuk dst? 12. Apakah perlu adanya penetapan harga atau rules tertentu yang dapat menjaga harga antar para pelakunya ? 	<p><i>ia berpendapat bahwa itu merupakan strategi marketing, jika kita hitung jumlah kuota dalam satu hari dengan bayar seikhlasnya motret sekian-sekian, bayar 100-200 ribu kalo satu hari ia dapat menangani 20 pengunjung berarti sudah 2.000.0000 sehari, kemudian temen-temen (pelaku fotografi) merasa dirugikan, pasti karena ada foto sepuasnya bayar seikhlasnya, itu adalah strategi marketing bagaimana meningkatkan suatu branding produk “studio” yang memberikan itu. Nah, yang kedua secara temen-temen yang tidak memahami untuk menganalisis itu ia akan merasa dirugikan kok ada ya foto sepuasnya bayar seikhlasnya? Dan segala macam dan akhirnya menyerang. Kalo buat kita, di Asosiasi tidak perlu menyerang tapi kita melihat klasifikasi, ada di ranah mana? Ada di kelas mana? Medium-hight-advance, nah kita tinggal kembali ke kelasnya kalo mau marah, salahkan, kita menegur juga tidak bisa karena itu adalah hak bagaimana orang melakukan promosi maka kalo kita mau menegur melarang atau segala macam kita gak bisa karena itu adalah promosi. Jadi kalo kita lihat promosi seperti itu adalah promosi yang hebat, promosi yang bagus. Foto sepuasnya bayar</i></p>

NO	TUJUAN	PERTANYAAN	JAWABAN
		<p>13. Kasus foto wisuda kemarin, persaingan tidak sehat?</p> <p>14. Apa promosi ini masuk dalam ranah jual rugi atau upaya menjual lebih rendah hingga dapat memonopoli pasarnya?</p> <p>15. Apakah promosi tersebut berindikasi adanya manipulasi? Apakah dapat memanipulasi pajak ?</p> <p>16. Apa yang membedakan konsep biaya produksi menurut APFI dan promosi ini?</p> <p>17. Selain edukasi ke depan apa yang akan dilakukan?</p> <p>18. Sebenarnya apa yang membedakan HPP pada produk dan HPP pada jasa?</p> <p>19. Apakah ada aturan yang mengatur tentang ranah “jasa” ini untuk menjaga persaingan yang sehat dalam industri fotografi?</p> <p>20. Menurut APFI perlu gak sih pengaturan secara jelas tentang persaingan di industri kreatif khususnya dalam sub sektor fotografi?</p> <p>21. Dengan adanya hal seperti ini mengganggu pasar persaingan sehat di Industri ini gak sih apalagi di masa pandemi?</p> <p>22. Apakah mengganggu pelaku usaha lain dan kesejahteraan gak ya?</p> <p>23. Bagaimana menilai bisnis yang sehat dalam industri fotografi?</p> <p>24. Ketika pemulihan ekonomi</p>	<p><i>seikhlasnya adalah promosi branding marketing yang bagus. Kenapa temen-temen yang lain gak menjalan kan hal yang sama, atau meniru, siasat-siasat itu untuk meningkatkan pendapatan saat Pandemi tadi. Karena masyarakat Indonesia pengen foto bagus tapi gak punya duit, akhirnya ada foto sepuasnya bayar seikhlasnya. Dengan bayar 100 ribu, fotonya di studio 1 jam yang ngantrinya 20 orang dapat 2.000.000 satu hari, kamu orang-orang yang motret nunggu project kamu mati habis. Artinya strategi markeing kan? Selesai. Tinggal kembali ke kelasnya dimana gitu.¹²⁸</i></p> <p><i>“Mengganggu persaingan sehat? Ia. Kembali bagaimana cara orang melihatnya. Indikatornya? Ngitung. Kembali, ngitung, dama mau jual berapa? Itung dari sewa kamera, dari detail-detail perincian, kenapa? Saya bilang itu diajarkan didunia sertifikasi dalam pendampingan oleh APFI diajarin kamu kalo motret ini ngitungngnya gini, gini, gini. Diajarin didunia sertifikasi kompetensi ada itungan khusus. (Pertanyaan) apakah ada yang dirugikan? Ada, banyak? Yah, hampir se- Jawa Barat sih komplek.</i></p>

¹²⁸ Imam Budi, Wawancara,

NO	TUJUAN	PERTANYAAN	JAWABAN
		<p>mulai stabil apa yang terjadi jika upaya marketing ini terus terjadi?</p> <p>25. Apakah promosi ini mengganggu para pelaku usaha lainnya?</p> <p>26. apakah ada pelaku usaha yang terdampak dengan ini?</p> <p>27. Ada yang dirugikan dalam promosi ini gak “sampai tutup”?</p> <p>28. Peran instansi pemerintahan dalam menjaga persaingan usaha yang sehat dibutuhkan gak ya? Bentuknya apa?</p> <p>29. Menjaga pasar yang sehat seperti apa?</p> <p>30. Siapa sih yang mengawasi para pelaku usaha di industri kreatif agar kemakmuran dan kesejahteraan mereka bisa terjadaga?</p>	
2.	<p>Seputar Opini Narasumber Dengan Kasus Dan Fikih Muamalah</p>	<ol style="list-style-type: none"> Promosi ini mengusung konsep seikhlasnya, namun ada DP di awal, sebenarnya apa yang mereka jual dalam beberapa tempat ada biaya uang muka untuk booking kedudukan booking ini apa? Kenapa ada patokan nominalnya? Dalih untuk membantu kebutuhan itu bagaimana? Jika ada biaya di awal seperti ini apakah tidak masalah? Informasi yang mereka sampaikan dalam transaksi apaya? Mempromosikan sesuatu yang dibatasi tepat atau tidak? Apa yang membedakan memberikan jasa dengan sukarela dan promosi yang 	<p>“ Pertama biaya DP 50.000 yang jika dikali 25 berapa ? 500.000 (1.250.000) terus yang jadi fotonya cuman 10 orang, masih untung gak dia? Nah, strategi marketing kan? Cari cuan kan? Berarti gak ikhlas dong, tahu gak ikhlas itu apa? Ikhlas itu seikhlasnya gitu, dengan doa aja ikhlas, kang saya mah gak bisa bayar, bayarnya <i>ku do`a</i>. Ikhlas?. Ikhlas. Karena hubungan ikhlas itu bukan <i>hablum minna annas</i>, ikhlas itu hubungan <i>hablum minna Allah</i>. Bener gak? Ikhlas itu bukan <i>hablum minna annas</i> bro. manusia tidak bisa mengukur saya ikhlas atau tidak. Bener gak sih? Saya bilang ikhlas itu <i>hablum mina Allah</i> bukan <i>hablum minna annas</i> kalo kita ambil dari fikih muamalah gak masuk. Karena hitungannya <i>hablum minna annas</i></p>

NO	TUJUAN	PERTANYAAN	JAWABAN
		<p>menggunakan diksi kesukarelaan?</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Menyamakan nilai harga dalam makna seikhlasnya dan sepuasnya serta berdalih untuk membantu apakah tepat? 8. Lebih baik menjual dengan diksi seikhlasnya atau jual murah atau jual rugi? 9. Apa yang membedakan dengan difoto tanpa bayar karena saling tukar value dengan kasus ini? 10. Menurut APFI dengan adanya promosi ini apakah ada unsur penyamaran gak ya? 11. Tepat tidak berbisnis dengan menjual kesamaran dalam harga ini? 12. Bagaimana cara agar para konsumen sadar bahwa hal seperti ini sebenarnya merugikan mereka juga 13. Apakah dengan promosi seperti ini dapat membantu untuk meningkatkan kesadaran konsumen untuk dapat menghargai pelaku industri lainnya? 14. Bagaimana menyadarkan pelaku dan konsumen agar dapat kembali ke jual beli yang dibenarkan syariat dan tidak tergiur dengan promosi yang dapat menjerumuskan? 15. Bagaimana memahami konsumen untuk dapat memahami nilai value yang diberikan pelaku industri fotografi? 	<p>bukan <i>hablum minna Allah</i>. Sama kaya bank syariah Indonesia kenapa bunganya gede, itu yang dilakukan pemerintah akhirnya dilakukan oleh pelaku ekonomi kreatif, berpola pikir kreatif bagaimana memasukkan unsur-unsur Islami. Yah, karena mayoritas umat islam di Indonesia muslim. Gitu. Mendengar kata seikhlasnya itu membahagiakan gitu ya, bu saya mah bayar seikhlasnya, gak bisa dong, dengan terima kasih juga ikhlas saya mah. Dalih membantu karena gak punya uang, kan semua juga gitu ya, memotret mah gak punya budget atuh, semua juga gitu, itu mah dalih bagaimana merangkul, mencari konsumen sebanyak-banyaknya ia kan?. Jika strategi marketing dibenarkan tapi jika syariat Islam tidak dibenarkan. Karena dama sudah membohongi orang lain, kaya contoh sekarang promo 11.11 <i>free</i> ongkir, padahal udah di <i>cash</i> didalam harganya kan strategi marketing. Pembohongan? pembohongan tapi kan tidak diperlihatkan secara nyata karena masyarakat kita masih banyak yang belum tahu. Boleh atau tidak kan? Saya memperbolehkan selama jika strategi marketing jika dalam syariat Islam tidak diperbolehkan, kenapa? Orang mempercayai seseorang, untuk booking tanggal sekian, ternyata ada yang booking lebih besar gimana? Pasti kasih ke yang nominal bokinya lebih besar, manusia itu gak lepas dari nafsu. Berbeda halnya jika dalam tukar value, artinya mereka sama-sama diuntungkan. Sudah,</p>

NO	TUJUAN	PERTANYAAN	JAWABAN
			<p>menyamarkan harga dalam syariat Islam gak boleh, lebih baik jual murah, karena ikhlas mah kembali <i>hablum minna Allah</i>. Ya pelaku usah lebih baik juju dan terbuka aja, karena kan kalo dihitung 50.000/projek terus uangnya gak dikembalikan kalo gak jadi motret, konsumen mungkin akan mengabaikan, tapi kalo dikali 10 orang, untung gak motret. Artinya perlu ada edukasi kepada pelaku industri dan konsumen pemahaman yang tepat menghargai dunia fotografi itu seperti apa, itu aja. ¹²⁹</p>

¹²⁹ Imam Budi, Wawancara, (Bandung 14 November 2022)



SURAT KETERANGAN
Nomor : 003/SKR/APFI-06/XI/2022

Perihal : Balasan Permohonan Pra Penelitian.

Sehubungan dengan surat dari Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Nomor B-2836 /F.Sy.1/TL.01/04/2022 perihal Pra Penelitian tertanggal 11 Agustus 2022 maka dengan ini menerangkan nama Mahasiswa di bawah ini :

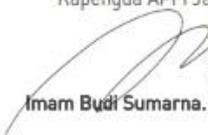
Nama : Syahdan Muhamad Rezky
NIM : 19220184
Fakultas : Syariah
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Jenjang : S1

Benar telah mengadakan Pra Penelitian di Sekretariat APFI Pengurus Daerah Jawa Barat, Jl Laswi No. 7 Bandung Gd. Bandung Creative HUB pada tanggal 19 Agustus 2022 guna melengkapi data pada penyusunan Skripsi yang berjudul **Analisi Dugaan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pada Transaksi Jasa Foto Sepuasnya Bayar Seikhlasnya.**

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dan digunakan sebagai mestinya.

Bandung, 01 September 2022

Kapengda APFI Jawa Barat


Imam Budi Sumarna. S.Kom., M.Sc

Sekretariat APFI PENGURUS DAERAH JAWA BARAT :

Bandung Creative HUB Jl. Laswi no.7 Kota Bandung, Jawa Barat
Email : apfpengda Jabar@gmail.com / apfi.jabarprov.go.id - WhatsApp : +628122030484

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

Nama : Syahdan Muhamad Rezky
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 05 Desember 2000
Alamat Rumah : Jl. Sukamantri 1 RT. 07 RW. 10 No. 68c/144D Kel.
Sukaluyu Kec. Cibeunying Kaler Kota Bandung
Nama Ayah : Syaipul Basri Panjaitan
Nama Ibu : Cucu Siti Maryam
Alamat Email : syahdanmuhamadrezky@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

2007-2012 : SDN Muararajeun Lama
2013-2016 : Mts Persis 99 Rancabango
2016-2019 : MA Persis 99 Rancabango

Pendidikan Non Formal

2019-2020 : Ma'had Al-Jami'ah UIN Maulana Malik Ibrahim
Malang

2020 :Nasional Intensif Class Of Public Speaking
#Suarakankarya 2020

2022 : Profesional Class Angin Photoschool Bandung

2022 :Certificate competence level 3 Photography LSK
Fotografi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH

Gedung Megawati Soekarno Putri,
Pos 65144 Telepon (0341) 559399, Faksimile (0341) 559399
Website: <http://syariah.uin-malang.ac.id/>
hes@uin-malang.ac.id

BUKTI KONSULTASI

Nama : Syahdan Muhamad Rezky
NIM/Jurusan : 19220184/ Hukum Ekonomi Syariah
Dosen Pembimbing : Kurniasih Bahagiati, M.H.
Judul Skripsi : **Transaksi "Foto Sepuasnya Bayar Seikhlasnya" Tinjauan Hukum Persaingan Usaha Dan Fikih Muamalah (Studi Di Asosiasi Profesi Fotografi Jawa Barat)**

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1	4 Oktober 2022	Konsultasi Pra Proposal	
2	10 Oktober 2022	Konsultasi Proposal	
3	3 November 2022	Konsultasi Revisi Proposal	
4	6 Desember 2022	Konsultasi BAB I II III	
5	7 Januari 2023	Konsultasi Revisi BAB I II III	
6	13 Januari 2023	Konsultasi BAB IV	
7	23 Januari 2023	Konsultasi BAB V	
8	30 Januari 2023	Konsultasi Revisi BAB IV dan V	
9.	31 Januari 2023	Konsultasi Abstrak	
10.	3 Februari 2023	Konsultasi Draf Skripsi	

Malang, 7 Februari 2023
Mengetahui
a.n Dekan
Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah

Dr. Fakhruddin, M.H.I.
NIP. 197408192000031002