

**PERDAGANGAN USAHA MIKRO KECIL  
DAN MENENGAH (UMKM) TOKO MADURA  
MENURUT HUKUM PERSAINGAN USAHA  
DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH  
(Studi Kasus Desa Kedungturi Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo)**

**SKRIPSI**



**ABD WARIS**  
NIM: 204102020039  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS SYARIAH  
DESEMBER 2024**

**PERDAGANGAN USAHA MIKRO KECIL  
DAN MENENGAH (UMKM) TOKO MADURA  
MENURUT HUKUM PERSAINGAN USAHA  
DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH  
(Studi Kasus Desa Kedungturi Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Hukum (S.H.)  
Fakultas Syariah  
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER  
Oleh :  
ABD WARIS  
NIM: 204102020039

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS SYARIAH  
DESEMBER 2024**

**PERDAGANGAN USAHA MIKRO KECIL  
DAN MENENGAH (UMKM) TOKO MADURA  
MENURUT HUKUM PERSAINGAN USAHA  
DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH  
(Studi Kasus Desa Kedungturi Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Hukum (S.H.)  
Fakultas Syariah  
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah


Disusun Oleh :

ABD WARIS

NIM: 204102020039

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Disetujui Pembimbing



**Freddy Hidayat, S.H., M.H.**  
NIP. 1988082620190310003

**PERDAGANGAN USAHA MIKRO KECIL  
DAN MENENGAH (UMKM) TOKO MADURA  
MENURUT HUKUM PERSAINGAN USAHA  
DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH  
(Studi Kasus Desa Kedungturi Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo)**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Hukum (S.H.)  
Fakultas Syariah  
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Hari: Jum'at

Tanggal: 20 Desember 2024

Tim Penguji:

Ketua

Sekretaris

Moh. Syifa'ul Hisan, S.E.I., M.H.  
NIP. 199008172023211041

Mohamad Ikrom, S.H.I., M.S.I.  
NIP. 198506132023211018

Anggota:

1. Dr. Muhammad Faisol, S.S., M.Ag.
2. Freddy Hidayat, S.H., M.H.



Menyetujui  
Dekan Fakultas Syariah

Dr. Wildani Hefni, MA.  
NIP. 199111072018011004

## MOTTO

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا<sup>ط</sup>

Artinya : “Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (QS. Al-Baqarah: 275).”<sup>1</sup>



---

<sup>1</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan terjemahan*, (Bandung: Al-Qur'an Al-Qosbah, 2021), 275.

## PERSEMBAHAN

Denga segala puji syukur kepada Allah S.W.T. dan atas dukungan/support dari orang-orang tercinta, sehingga pada akhirnya sakripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, dengan rasa bangga dan ucap syukur skripsi ini kami persembahkan kepada:

1. Keluarga tercinta, terutama orang tua saya, Ayah Hasir dan Ibu Juhairiyah, yang telah memberikan dukungan penuh serta doa yang tiada henti.
2. Dosen pembimbing, Freddy Hidayat, S.H., M.H. Terimakasih atas bimbingan, arahan dan dukungan yaang diberikan selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini.
3. Kakak sepupu saya, Moh. Korib, yang selalu hadir untuk memberikan motivasi agar saya terus berjuang.
4. Rekan-rekan saya di FKMSB dan JONGMA, yang telah membantu saya memahami ilmu organisasi dan memberikan pengalaman baru yang sebelumnya belum pernah saya alami.
5. Guru-guru saya, yang telah memberikan dukungan dan dorongan selama ini.
6. Teman-teman dari Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2020 , khususnya kelas Hukum Ekonomi Syariah 2 yang telah menjalani proses belajar bersama sejak awal perkuliahan hingga saat ini.
7. Teman-teman yang selalu menemani dan saling memberi semangat.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr Wb.

Segala puji dan syukur saya sampaikan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya kepada seluruh umat manusia, terutama kepada penulis sehingga penulis mampu dapat menyelesaikan penelitian dalam bentuk SKRIPSI ini, meskipun mungkin ada beberapa kekurangan dalam penulisan ataupun hal lainnya. Sholawat serta salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW karena berkat beliau, kita dapat mengenal Islam hingga sekarang, dan semoga dengan syafaatnya kita dapat dikumpulkan bersama dengan Beliau di akhirat kelak. aamiin.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang berkaitan dalam penulisan ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hefni, S.Ag., M.M. selaku Rektor Universitas Islam negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah mengesahkan penulis sebagai mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Berkat bimbingan dan pengelolaannya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Bapak Dr. Wildani Hefni selaku Dekan Fakultas Syariah yang telah memberikan persetujuan untuk penulisan skripsi ini.
3. Bapak Freddy Hidayat S.H., M.H. selaku Koordinator Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, yang telah memberikan kesempatan untuk menyusun skripsi ini.

4. Bapak Freddy Hidayat, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, ilmu, serta pengalamannya untuk membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
5. Segenap jajaran Dosen UIN KHAS Jember khususnya para dosen fakultas Syari'ah, terima kasih banyak atas ilmu yang telah diberikan khususnya kepada penulis, semoga ilmu tersebut membawa berkah bagi penulis dan semua pihak yang telah membimbing penulis sejak semester pertama hingga berhasil menyelesaikan tulisan ini.
6. Bapak dan Ibu Staff TU Fakultas Syariah UIN KHAS Jember yang telah memberikan kemudahan, sehingga sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada seluruh keluarga di rumah yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam penyelesaian penulisan ini.
8. Kepada teman teman baik, baik dari Organisasi, teman sekelas di Hukum Ekonomi Syariah 2, serta teman - teman lainnya yang telah memberikan suasana lingkungan yang baik sehingga penulisan ini dapat diselesaikan tanpa hambatan.

Dengan ini, penulis secara pribadi mengucapkan terimakasih dan memohon maaf sebesar - besarnya apabila terdapat kesalahan dalam penyusunan dan penulisan.

Wassalamu'alaikum Wr, Wb.

Jember, 19 Oktober 2024

Penulis,



## ABSTRAK

**Abd.Waris, 2024:** *Perdagangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Toko Madura Menurut Hukum Persaingan Usaha Dan Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Desa Kedungturi Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo*

**Kata Kunci:** Perdagangan, UMKM, Toko Madura, Hukum Persaingan Usaha, Hukum Ekonomi Syariah.

Islam menempatkan perdagangan sebagai suatu aktivitas strategi yang dapat dilakukan oleh manusia untuk memperoleh rezeki dan menjalani kehidupan. Oleh karena itu, memiliki etika yang baik dalam melakukan praktik perdagangan sangatlah penting. Dalam perspektif Islam, terdapat sejumlah aturan yang mengatur persaingan usaha. Pembuatan undang-undang terkait persaingan usaha merupakan tanggung jawab pemerintah. Hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip Islam yang menekankan bahwa kebijakan pemerintah harus diarahkan untuk mencapai kemaslahatan bagi masyarakat. Pemerintah mempunyai kewajiban untuk melindungi kepentingan publik dan meningkatkan efisiensi perekonomian nasional sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam hal ini, pemerintah bertanggung jawab untuk menciptakan iklim usaha yang mendukung melalui pengaturan persaingan yang sehat, sehingga memastikan adanya peluang yang berusaha setara bagi pelaku usaha besar, menengah, dan kecil. Dalam konteks amar ma'ruf nahyi munkar, pemerintah juga berperan dalam mencegah praktik monopoli serta segala bentuk persaingan yang tidak sehat.

Fokus Penelitian yang diteliti yaitu: 1) Bagaimana pandangan hukum persaingan usaha terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah Toko Madura di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo? 2) Bagaimana pandangan hukum ekonomi syariah terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah Toko Madura di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pandangan hukum persaingan usaha terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah Toko Madura di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo. 2) Untuk mengetahui pandangan hukum ekonomi syariah terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah Toko Madura di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo.

Penelitian ini menerapkan metode empiris dengan pendekatan sosio-legal. Untuk mengumpulkan data, digunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Untuk memastikan keabsahan data, penulis menerapkan teknik triangulasi.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan bahwa: 1) Perlindungan bagi UMKM seperti Toko Madura menurut hukum persaingan usaha di atur dalam Undang Undang Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil, Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 Tentang Kemitraan, Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1998 Tentang Pembinaan Dan Pembangunan Usaha Kecil, Intruksi Presiden Nomor 10 Tahun 1999 Tentang Pemberdayaan Usaha Menengah; 2) Bahwa Perdagangan Toko Madura dalam sudut pandang Hukum Ekonomi syari'ah yang ada di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo tidak sesuai dengan prinsip syariah yang mana para pedagang Perlu bersikap jujur, menghindari penipuan, tidak berbohong, dan tidak ingkar janji. Intinya, para pedagang diharapkan untuk berpikir transparan dalam setiap transaksi.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Definisi Istilah .....	12
F. Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	15
B. Kajian Teori .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian .....	47

B. Lokasi Penelitian .....	48
C. Subyek Penelitian .....	48
D. Teknik Pengumpulan Data .....	49
E. Analisis Data .....	51
F. Keabsahan Data .....	52
G. Tahap-Tahap Penelitian .....	53
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>55</b>
A. Gambaran Objek Penelitian .....	55
B. Penyajian Data Dan Analisis .....	57
C. Pembahasan Temuan .....	85
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>99</b>
A. Kesimpulan .....	99
B. Saran .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>102</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.</b>	
1. Pedoman obsevasi	
2. Pedoman wawancara	
3. Surat izin penelitian	
4. Surat keterangan selesai penelitian	
5. Dokumentasi	
6. Biodata penulis	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dan penulis .....	18
Tabel 4.1 Daftar nama-nama Desa di Kecamatan Taman .....	55
Tabel 4.2 Batas-batas wilayah Kecamatan Taman .....	56
Tabel 4.3 Pendapatan dan simpanan toko Madura Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo.....	84
Tabel 4.4 Data Toko Madura 2022.....	84
Tabel 4.5 Data Toko Madura 2023.....	85



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks penelitian

Migrasi Masyarakat Madura menunjukkan bahwa mereka berpindah bukan karena kekurangan lapangan kerja, melainkan karena terbatasnya sumber daya alam di daerah asal mereka. Pengelolaan ekonomi Masyarakat Madura dimulai dari pengelolaan lahan, kemudian beralih menjadi pekerja informal di berbagai daerah yang menjadi tujuan migrasi mereka, yang semakin meluas hingga menjangkau kota-kota di Jawa Timur. Dari sini, muncul semangat juang masyarakat Madura untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik, di mana mereka tidak terlalu memandang jenis pekerjaan yang akan dilakukan, asalkan sumber penghasilannya halal. Seiring berjalannya waktu, banyak masyarakat Madura yang merantau dan menjalani pekerjaan informal seperti berdagang sate Madura, menjual bubur kacang hijau, menjadi juragan rongsok dan besi, tukang cukur, serta membuka toko yang menjual produk khas Madura. Toko-Toko Madura, khususnya di Sidoarjo, telah menyebar hingga ke berbagai sudut kota.<sup>2</sup>

Usaha Toko Madura berperan penting dalam kehidupan rumah tangga, menjadikannya sebagai pilihan yang menjanjikan untuk dijalankan. Kelurahan Kedungturi di Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo, merupakan salah satu wilayah yang menjadi sasaran bagi Masyarakat Madura untuk membuka Toko Madura. Keberadaan Toko Madura menjadi salah satu ciri khas yang

---

<sup>2</sup> Fenda Nuradifa Cikha, Agus Machfud Fauzi, *Modal Sosial Pedagang Toko Kelontong Madura Diperantauan*, Vol.12, No.1 (2023): 242.

membedakannya dari jenis Toko lainnya. Fenomena ini dapat menimbulkan kekhawatiran jika terjadi persaingan antara Toko Madura dan Toko sejenis lainnya. Dalam konteks hubungan antara pemilik Toko Madura, mereka memiliki modal sosial yang berperan penting dalam interaksi tersebut.

Menurut Fukuyama, kepercayaan merupakan indikator penting dalam menilai tingkat modal sosial. Ia berpendapat bahwa kepercayaan ini berkaitan erat dengan latar belakang budaya, khususnya dalam hal etika dan moral yang dimiliki oleh masyarakat yang saling terhubung. Kehadiran Toko Madura tidak muncul begitu saja, melainkan terkait dengan adanya kepentingan kelompok tertentu. Fukuyama menjelaskan bahwa keberhasilan ekonomi memerlukan adanya kerjasama yang demokratis, namun hal ini tidak dapat terwujud tanpa peran kebiasaan dalam budaya tradisional. Peran tersebut menciptakan kumpulan nilai dan norma yang mendorong perilaku jujur di antara anggota kelompok. Toko Madura tidak muncul begitu saja, melainkan terkait dengan kepentingan kelompok tertentu.

Toko Madura memiliki keunggulan dalam menjual produk secara eceran sesuai kebutuhan konsumen, sehingga memudahkan akses terhadap kebutuhan sehari-hari. Letaknya yang dekat dengan organisasi warga juga membuatnya lebih akrab dengan masyarakat. Dengan kata lain, toko ini berusaha untuk lebih dekat dan berinteraksi dengan komunitas sekitar.<sup>3</sup> Pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan sistem manajemen kontemporer,

---

<sup>3</sup> Sri Lestari, Burhanudin Ahmad Yani, Ida Aryati DPW, *Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Minimarket Modern Dan Toko Kelontong Di Desa Kartonatan, Karta Sura, Sukoharjo*, Vol.05, No.02 (2021): 1033.

biasanya terletak di kawasan perkotaan. Pasar ini menyediakan barang dan jasa dengan kualitas serta pelayanan yang baik, terutama untuk konsumen yang umumnya berasal dari kelas menengah ke atas. Contoh pasar modern meliputi Mall, Swalayan, Supermarket, Minimarket, Alfamart, Indomaret, dan sejenisnya. Barang yang ditawarkan di pasar modern memiliki variasi yang beragam, termasuk produk lokal dan barang impor. Kualitas barang yang dijual umumnya lebih terjamin karena melalui proses seleksi yang ketat, sehingga produk yang tidak memenuhi standar akan ditolak. Dari segi kuantitas, pasar modern biasanya memiliki persediaan barang di gudang yang terukur. Selain itu, pasar modern juga menetapkan harga dengan jelas, di mana label harga mencantumkan harga sebelum dan setelah dikenakan pajak.<sup>4</sup>

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), khususnya Toko Madura, saat ini menjadi fenomena tersendiri dalam perekonomian, terutama ketika terjadi pergerakan harga pangan dan bahan bakar yang menyulitkan banyak perusahaan besar. Toko Madura mampu bertahan di tengah krisis ekonomi ini. Peran UMKM, terutama Toko Madura, sering kali dikaitkan dengan upaya pemerintah dalam mengurangi kemiskinan, memerangi kemiskinan, dan meratakan pendapatan. Oleh karena itu, kebijakan pengembangan UMKM di Indonesia sering dianggap sebagai langkah untuk menciptakan peluang kerja.

Walaupun UMKM, terutama Toko Madura, telah menunjukkan kontribusinya dalam perekonomian nasional, mereka masih menghadapi

---

<sup>4</sup> Endi Sarwoko, *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Diwilayah Kabupaten Malang*, Vol.4, No.2 (Juni 2008): 99.

berbagai tantangan dan hambatan, baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Hambatan ini mencakup aspek produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, Desain dan teknologi, permodalan, serta iklim usaha. Terkadang, mekanisme pasar yang tidak sehat masih terjadi, yang mencakup unsur favoritisme, blokade pasar melalui kekuasaan, perburuan rente, serta keberadaan pasar yang terikat (*captive markets*). Kelompok pengusaha besar berupaya untuk mempengaruhi pihak berwenang, yang mengakibatkan terjadinya kolaborasi dalam penyalahgunaan kekuasaan antara pengusaha dan penguasa. Mereka berusaha membentuk konglomerasi untuk menguasai pangsa pasar secara maksimal. Sayangnya, akses pasar dan modal sering kali tertutup bagi UMKM, termasuk Toko Madura. Oleh karena itu, keterbukaan pasar dengan menghilangkan perlakuan diskriminatif, favoritisme, dan pemberian konsesi kepada pengusaha besar menjadi bagian dari kebijakan persaingan usaha yang terus dikembangkan seiring dengan diberlakukannya UU No. 5 Tahun 1999.

Kebijakan persaingan usaha yang dirancang untuk mendorong terciptanya peluang yang setara bagi pelaku UMKM, khususnya Toko Madura, diharapkan dapat membuka akses terhadap pasar, modal, dan teknologi. UMKM, terutama Toko Madura, seharusnya tidak lagi dipinggirkan atau diperlakukan secara diskriminatif dibandingkan dengan pengusaha besar. Salah satu tujuan dari penerapan UU No. 5 Tahun 1999 adalah untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan yang sehat, sehingga



menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang setara bagi pelaku usaha besar, menengah, dan kecil (Pasal 3 huruf b UU No. 5 Tahun 1999).

Kebijakan persaingan usaha yang bertujuan untuk menciptakan peluang yang setara bagi pelaku UMKM, khususnya Toko Madura, diharapkan dapat membuka akses terhadap pasar, modal, dan teknologi. Toko Madura tidak seharusnya dipinggirkan atau diperlakukan secara diskriminatif dibandingkan dengan pengusaha besar. Salah satu tujuan dari penerapan UU No. 5 Tahun 1999 adalah menciptakan iklim usaha yang mendukung melalui pengaturan persaingan yang sehat, sehingga menjamin adanya kepastian yang berusaha sama bagi pelaku usaha besar, menengah, dan kecil (Pasal 3 huruf b UU No. 5 Tahun 1999). Dalam UU No. 5 Tahun 1999 juga terdapat ketentuan khusus bagi usaha kecil, yaitu menyampaikan dari beberapa ketentuan dalam undang-undang tersebut (Pasal 50 huruf h UU No. 5 Tahun 1999).

Munculnya persaingan usaha yang tidak sehat menimbulkan hal yang mendalam bahwa Indonesia seharusnya menjalankan kegiatan ekonominya dengan cara yang lebih baik. Persaingan bisnis harus dilakukan secara adil, setara, dan tanpa praktik curang. Oleh karena itu, negara perlu menetapkan cara untuk mengatur persaingan usaha agar terciptanya keseimbangan yang sehat tanpa adanya kondisi kecurangan. Pentingnya regulasi yang mengatur persaingan usaha. Dalam konteks hukum, pengaturan ini bertujuan untuk mencegah terjadinya monopoli di antara pelaku usaha. Dengan demikian, hukum persaingan usaha adalah hukum yang mengatur interaksi antara

perusahaan atau pelaku usaha di pasar, sehingga memastikan bahwa dalam kondisi persaingan tidak terjadi praktik curang.<sup>5</sup>

Secara yuridis, pengertian persaingan usaha selalu terkait dengan persaingan ekonomi yang berlandaskan pasar, di mana pelaku usaha berusaha secara bebas untuk menarik konsumen demi mencapai tujuan dari usaha yang mereka jalankan.<sup>6</sup> Pada dasarnya, hukum persaingan usaha bertujuan untuk mengatur persaingan dan mencegah monopoli demi mencapai keuntungan. Jika kita melihat hukum persaingan usaha dalam konteks yang lebih luas, maka hal ini tidak hanya mencakup pengaturan persaingan, tetapi juga mempertimbangkan apakah monopoli diperbolehkan sebagai alat kebijakan publik untuk mengatur sektor mana yang dapat dikelola oleh pihak swasta.

Berniaga atau berdagang dalam Al-Qur'an, pekerjaan dan mata pencaharian yang baik diakui sebagai praktik yang positif. Allah SWT telah menghalalkan jual beli yang dilakukan sesuai dengan ketentuan dan syariat-Nya. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 275.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا<sup>٧</sup>

Artinya : Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. (QS. Al-Baqarah: 275).<sup>7</sup>

<sup>5</sup> Rumadi Ahmad, M.Afif Hasbullah, et al., *Fikih Persaingan Usaha*, (Jakarta: Lakpesdam PBNU, KPPU, 2019), 14.

<sup>6</sup> Budi Kagramanto, *Mengenal Hukum Persaingan Usaha*, ( Sidoarjo: Laras, 2010), 57.

<sup>7</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan terjemahan*, (Bandung: Al-Qur'an Al-Qosbah, 2021), 47.

Islam menempatkan perdagangan sebagai aktivitas strategi yang dapat dilakukan manusia untuk mencari rezeki dan memenuhi kebutuhan hidup. Oleh karena itu, memiliki etika yang baik dalam melakukan praktik perdagangan sangatlah penting.<sup>8</sup> Dalam pandangan islam terdapat beberapa peraturan yang mengatur terdapat sejumlah peraturan yang mengatur persaingan usaha. Pembuatan undang-undang yang berkaitan dengan persaingan usaha merupakan tanggung jawab pemerintah. Hal ini sejalan dengan kaidah Islam yang menekankan bahwa kebijakan pemerintah harus diarahkan untuk mencapai kemaslahatan bagi masyarakat.

Pemerintah mempunyai tanggung jawab untuk melindungi kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi perekonomian nasional sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tugas pemerintah adalah menciptakan iklim usaha yang nyaman melalui pengaturan persaingan yang sehat, sehingga memastikan adanya peluang yang setara bagi pelaku usaha besar, menengah, dan kecil. Dalam konteks amar ma'ruf nahyi munkar, pemerintah juga bertugas untuk mencegah praktik monopoli dan segala bentuk persaingan yang tidak sehat.

Jika kita melihat ke belakang, sebenarnya undang-undang anti monopoli di berbagai negara telah diterapkan sejak lama. Di Amerika Serikat, misalnya, undang-undang yang dikenal sebagai *Sherman Act* sudah ada selama lebih dari 100 tahun. Sementara itu, Jerman juga telah mengesahkan undang-undang bernama *Bundeskartell* sekitar 60 tahun yang lalu. Di Indonesia, undang-

---

<sup>8</sup> Heni Ani Nuraeni, Shafwatun Nada, *Etika Perdagangan Perspektif Islam*, Vol.9, No.02, (2023): 2894.

undang yang melarang praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat baru diterbitkan pada tahun 1999, setelah negara ini mengalami krisis ekonomi pada tahun 1998.<sup>9</sup>

Ditetapkannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat merupakan langkah penting dalam melengkapi kerangka hukum yang diperlukan untuk perekonomian yang menganut mekanisme pasar. Di satu sisi, undang-undang ini diperlukan untuk memastikan bahwa persaingan dalam perekonomian dapat berlangsung tanpa kendala. Namun di sisi lain, undang-undang ini berfungsi sebagai pedoman untuk mencegah terjadinya praktik yang tidak sehat atau tidak wajar dalam dunia bisnis di Indonesia.

Keberadaan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 disusun berdasarkan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara prinsip pelaku usaha dan kepentingan masyarakat. Oleh karena itu, tujuan undang-undang ini, seperti yang dinyatakan dalam ketentuan Pasal 3, dirumuskan sebagai berikut:<sup>10</sup>

1. Melindungi kepentingan masyarakat dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.
2. Menciptakan iklim usaha yang mendukung melalui pengaturan persaingan yang sehat, sehingga memastikan adanya kepastian peluang yang berusaha setara bagi pelaku usaha besar, menengah, dan kecil.

---

<sup>9</sup> Rumadi Ahmad, M.Afif Hasbullah, et al., *Fikih Persaingan Usaha*, (Jakarta: Lakpesdam PBNU, KPPU, 2019), 76.

<sup>10</sup> Risky Novyan Putra, *Urgensi Keberadaan Hukum Persaingan Usaha Dan Anti Monopoli Di Indonesia*, Vol.1, 39.

3. Mencegah praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha dan ;
4. Terciptanya efektivitas dan efisien dalam kegiatan usaha.

Akan tetapi fenomena yang ada di lapangan bahwasanya dalam perdagangan atau jual beli yang ada di Toko Madura dengan Toko lainnya yang terjadi di Desa Kedungturi Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo menjadi daya saing yang memprihatinkan karena Toko Madura menjual barang kepada konsumen lebih murah daripada Toko lainnya dan disisi lain Toko Madura mempunyai ciri khas tersendiri dari Toko lainnya sehingga mempunyai daya tarik perhatian para konsumen, Diantara ciri khas dari Toko Madura fasilitas barang jualan yang disediakan cukup lengkap mulai dari bermacam-macam produk bahan pokok seperti beras, telur, deterjen, pulsa, snack, bahkan bensin, dan lain-lain, dijual dengan harga yang relatif murah serta penataan barang-barang yang tersusun rapi mulai dari penyusunan di rak dan juga ada yang di gantung serta penataan rokok di telase yang tersedia di Toko Madura. Selain itu, yang lebih menarik lagi bahwa Toko Madura juga membuka usahanya 24 jam sehingga konsumen lebih leluasa membeli kebutuhan barang tanpa adanya keterikatan waktu terhadap tempat penjualan.

Namun dengan adanya kelebihan yang dimiliki Toko Madura tersebut, sehingga Toko Madura mempunyai kekuatan untuk menentukan kendali naik turunnya harga pada barang yang akan di jual terhadap konsumen, baik konsumen lama yang memiliki kebutuhan mendesak terhadap barang yang diinginkan dan lebih-lebih konsumen baru yang membeli barang di Toko

Madura. Hal ini disebabkan bahwa konsumen tidak mempunyai pilihan lain untuk membeli barang yang dibutuhkan di toko lain karna toko-toko lain tidak memiliki daya saing yang sama mengenai leluasa waktu untuk operasi penjualan.

Dengan permasalahan di atas yang dijelaskan peneliti tertarik ingin menganalisis lebih mendalam mengenai problem yang terjadi dengan judul “Perdagangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Toko Madura Menurut Hukum Persaingan Usaha Dan Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Desa Kedungturi Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo)”.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian merupakan suatu pengerucutan problem-problem yang akan diidentifikasi. Hal ini merupakan bagian terpenting dari penelitian yang akan dikembangkan lebih lanjut. Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, tentunya memiliki beberapa fokus penelitian yang akan dikaji oleh peneliti., sebagai berikut:

1. Bagaimana pandangan hukum persaingan usaha terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah Toko Madura di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo?
2. Bagaimana pandangan hukum ekonomi syariah terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah Toko Madura di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo?

### **C. Tujuan penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pandangan hukum persaingan usaha terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah Toko Madura di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pandangan hukum ekonomi syariah terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah Toko Madura di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang akan dikaji diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis.

#### **1. Manfaat Teoritis**

Diharapkan penelitian yang telah dilakukan ini dapat menjadi referensi, serta menambah, mengembangkan, dan memperluas pengetahuan masyarakat mengenai keberadaan UMKM Toko Madura.

#### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi peneliti, diharapkan penelitian ini dapat memperluas wawasan keilmuan, terutama dalam penulisan karya ilmiah, serta berfungsi sebagai media pembelajaran, khususnya di bidang ekonomi syariah.
- b. Bagi kalangan akademis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan bagi mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, terutama bagi mahasiswa program studi hukum ekonomi

syariah, dalam mengkaji isu-isu hukum baik secara umum maupun dalam konteks syariah.

- c. Bagi masyarakat, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan memberikan masukan mengenai keberadaan UMKM Toko Madura.

## **E. Definisi Istilah**

Definisi istilah merujuk pada penjelasan yang merumuskan kalimat yang terdapat dalam judul, sehingga kalimat tersebut memberikan kejelasan bagi judul penelitian. Penyertaan definisi istilah ini bertujuan untuk menjelaskan maksud dan tujuan penulis terkait judul yang diajukan, sehingga dapat menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam penelitian tersebut.

### **1. Perdagangan**

Perdagangan merupakan pertukaran, uang, jasa atau barang yang biasanya dilakukan oleh penjual dan pembeli, dengan tujuan untuk saling menguntungkan dan didasarkan kehendak sukarela,<sup>11</sup>

### **2. Usaha Mikro**

Usaha mikro adalah jenis usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan, yang memenuhi kriteria usaha mikro sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam undang-undang<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Wahono Diphayana, *Perdagangan Internasional*, (Sleman: CV.Budi Utama, 2018), 2.

<sup>12</sup> Yuli Rahmini Suci, *Perkembangan UMKM Di Indonesia*, Vol.6 (2017): 54.



### 3. Hukum Persaingan Usaha

Hukum yang mengatur interaksi antara perusahaan atau pelaku usaha di pasar, sementara perilaku perusahaan dalam interaksi tersebut didasarkan pada motif-motif ekonomi<sup>13</sup>

### 4. Hukum Ekonomi Syariah

Hukum ekonomi Syariah adalah ilmu yang mempelajari aktivitas atau perilaku manusia secara actual, dan empirical. Baik dalam produksi, distribusi maupun konsumsi berdasarkan syariat islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan as-sunnah serta ijma' para ulama dengan tujuan untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>14</sup>

## F. Sistematika Penulisan

Mengenai sistematika pembahasan ini peneliti bertujuan untuk mempermudah pembaca untuk mengetahui apa saja yang ada di sub bab yang peneliti tulis, sehingga dengan mudah di baca dan dipahami. Sistematika penulis ini menjadi gambaran secara umum mengenai 5 sub bab berikut, antara lain:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Dalam bab ini terdapat latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoritis dan secara praktis, definisi istilah.

### **BAB II: KAJIAN PUSTAKA**

<sup>13</sup> Andi Fahmi Lubis, Anna Maria Tri Anggraini, Et All, *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks Dan Konteks*, (Jakarta: Creative Media, 2009), 21.

<sup>14</sup> Kholida, Putra Haloman, Nurhotia Harahap, Ihsan Helmi Lubis, et al., *Hukum Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta; Semetsa aksara, 2023), 3.

Dalam bab ini akan dibahas tentang penelitian terdahulu yang isinya terdapat beberapa penelitian terdahulu dan kajian teori yang berkaitan dengan strategi perdagangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Toko Madura di Desa Kedungturi Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini, akan dibahas mengenai prosedur-prosedur yang akan dilaksanakan. Metode penelitian ini mencakup pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, serta tahapan-tahapan penelitian.

### **BAB IV: PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

Dalam bab ini, akan dijelaskan mengenai hasil penelitian dan penyajian data, yang mencakup deskripsi objek penelitian, penyajian data, analisis data, serta pembahasan mengenai temuan yang diperoleh dari lokasi penelitian.

### **BAB V: PENUTUP**

Dalam bab ini, akan dibahas kesimpulan dari analisis hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, disertai dengan saran-saran yang diajukan oleh peneliti.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, peneliti menyajikan hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, serta menyusun ringkasan dari penelitian tersebut, baik yang telah dipublikasikan maupun yang belum, seperti skripsi, tesis, disertasi, dan artikel yang dimuat dalam jurnal ilmiah dan sebagainya. Dengan melakukan langkah ini, akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.<sup>15</sup>

Beberapa penelitian yang telah dilakukan yang terkait dengan penelitian ini sebagai berikut:

1. Skripsi Indira Reza Pramesty dengan judul “Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Untuk Keberlangsungan Toko Kelontong Madura di Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember.” Hasil dari penelitian ini sebagaimana diketahui dalam perdagangan manapun pasti terdapat penemuan persaingan usah di dalamnya seperti halnya usaha kecil dan menengah yang menjadi pesaing pedagang eceran adalah dengan kehadirannya Minimarket modern disekitaran lokasi usaha kecil dan menengah sehingga jumlah penduduk yang semakin lama semakin meningkat dan mengakibatkan kebutuhan sehari-hari menjadi faktor yang penting dalam hal ini para investor terus mengembangkan usahanya khususnya dalam bidang

---

<sup>15</sup> Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (UIN KHAS Jember Press, 2024), 50.

penyedia kebutuhan sehari-hari menjadi faktor yang bersifat modern seperti minimarket bahkan supermarket.<sup>16</sup>

2. Skripsi Vicka Mustika dengan judul “Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam Pada Toko Dani Snack di Pasar Tradisional Gambirono, Bangsalsari Jember.” Hasil dari penelitian ini ada strategi pemasaran tertentu sehingga Toko Dani Snack tetap berkembang dan tetap menjadi pilihan utama bagi pelanggannya serta untuk tetap berhasil Toko Dani Snack harus melakukan tugasnya melebihi pesaing lainnya dalam memuaskan konsumen sasaran, maka strategi pemasaran harus disesuaikan dengan kebutuhan konsumen maupun kebutuhan kebutuhan strategi pesaing.<sup>17</sup>
3. Skripsi Khozinatul Asror dengan judul “Analisis Strategi Persaingan Usaha Pada UD. Berkah Anugrah Dalam Meningkatkan Pendapatan.” Hasil dari penelitian ini ialah UD. Berkah Anugrah sebagai salah satu toko penyedia bahan bangunan yang diharuskan bersaing dan mampu mengimbangi bahkan bisa melebihi UD. Penyedia bahan bangunan lainnya, dalam bersaing tentu membutuhkan strategi yang baik.<sup>18</sup>
4. Skripsi Firmansyah dengan judul “Tinjauan Yuridis Terhadap Penerapan Prinsip Keseimbangan Dalam Persaingan Usaha Mini Market Dikota Makassar.” Hasil dari penelitian ini adalah didalam

---

<sup>16</sup> Indria Reza Pramesty, *Analisis Dampak Keberadaan Mini Market Untuk Keberlangsungan Toko Kelontong Di Desa Pringgowiran Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023).

<sup>17</sup> Vicka Mustika, *Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam Pada Toko Dani Snack Di Pasar Tradisional Gambirono Bangsalsari Jember*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq, 2023).

<sup>18</sup> Khazinatul Asror, *Analisis Strategi Persaingan Usaha Pada UD. Berkah Anugrah Dalam Meningkatkan Pendapatan*, (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022).

mengimbangi prinsip Minimarket dan Swalayan harus saling menawarkan pelayanan yang lebih baik dari pada pasar tradisional yang ada, selain dari pelayanan juga menawarkan harga yang lebih rendah, variasi barang yang banyak dan tempat belanja yang nyaman sehingga menarik perhatian pembeli dengan mereka saling berusaha untuk menambah fasilitas dan meningkatkan kualitas pelayanan menurut persepsinya masing-masing. Di balik peran-peran strategi pasar tradisional terdapat berbagai permasalahan yang membutuhkan perhatian pemerintah.<sup>19</sup>

5. Skripsi Dina Marista dengan judul “Analisis Persaingan Usaha di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam.” Hasil dari penelitian ini di Pasar Kenali terdapat persaingan yang cukup ketat baik dari segi kualitas, harga, produk, maupun pelayanan. Ada sebagian pedagang yang tidak menerapkan etika bisnis dalam berdagang seperti halnya dari segi kualitas, pedagang tersebut memberikn kualitas yang tidak baik hal ini jelas tidak diperbolehkan dalam etika berbisnis secara islam. Akan tetapi pelayanan rata-rata pedagang memberikan pelayanan yang baik dengan bersikap ramah pada pembeli sehingga bisa menarik hati pembeli dan tidak melanggar etika bisni dalam islam.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Firmansyah, *Tinjauan Yuridis Terhadap Penerapan Prinsip Keseimbangan Dalam Persaingan Usaha Minimarket Di Kota Makassar*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017).

<sup>20</sup> Dina Marista, *Analisis Persaingan Usaha Di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).

**Tabel 2.1**  
**Tabel persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dan penulis**

No	Penulis, Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Indria Reza Pramesty, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Tahun 2023. Judul: Analisis Dampak keberadaan Minimarket Untuk Keberlangsungan Toko Kelontong Madura di Desa Pringgowirawan Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember.	Sama-sama membahas tentang Toko Kelontong, sama-sama menggunakan penelitian empiris	Perbedaannya peneliti terdahulu lebih fokus pada kehadiran minimarket terhadap keberlangsungan Toko Kelontong. Sedangkan peneliti lebih fokus terhadap perdagangan di Toko Madura dalam perspektif hukum.
2	Vicka Mustika, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Tahun 2023. Judul: Strategi Pemasaran Terhadap Pesaingan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam Pada Toko Dani Snack di Pasar Tradisiona Gambirono, Bangsalsari Jember.	Sama-sama membahas tentang toko.	Perbedaannya peneliti terdahulu terletak pada tempat penelitian yang berbeda dan lebih fokus terhadap persaingan usaha. sedangkan peneliti lebih fokus pada perdagangan di Toko Madura dalam perspektif hukum.
3	Khozinatul Asror, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Tahun 2022 Judul: Analisis Strategi Persaingan Usaha pada UD. Berkah Anugrah Dalam Meningkatkan Pendapatan.	Sama-sama membahas tentang persaingan usaha dan sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif	Perbedaannya penelitian terdahulu mengkaji tentang kendala dan strategi persaingan usaha pada pendapatan di UD. Berkah Anugrah serta tidak menggunakan perspektif hukum sedangkan peneliti lebih fokus terhadap perdagangan di Toko Madura dalam perspektif hukum.

4	Firmansyah, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Tahun 2017 Judul : Tinjauan Yuridis Terhadap Penerapan Keseimbangan Dalam Persaingan Usaha Minimarket di Kota Makassar.	Sama-sama membahas tentang keberlangsungan perdagangan dan sama-sama menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif	Perbedaan peneliti terdahulu lebih fokus terhadap keseimbangan dalam persaingan usaha dan peranan pemerintah dalam pengelolaan persaingan usaha yang dilakukan oleh minimarket terhadap Toko Kelontong di Kota Makassar, sedangkan peneliti lebih fokus terhadap strategi perdagangan di Toko Madura dalam perspektif hukum.
5	Dina Marista, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Tahun 2018 Judul : Analisis Persaingan Usaha di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam	Sama-sama mengkaji tentang jual beli dan sama- sama menggunakan persepektif islam	Perbedaan peneliti terdahulu lebih fokus terhadap persaingan usaha yang ada di pasar kenali Sedangkan peneliti lebih fokus terhadap perdagangan di Toko Madura perspektif hukum.

## B. Kajian Teori

### 1. Gambaran umum mengenai perdagangan

#### a. Pengertian perdagangan

Hukum dagang adalah seperangkat aturan hukum yang mengatur hubungan antara individu, khususnya dalam konteks perdagangan. Hukum dagang merupakan bagian dari hukum perdata yang bersifat khusus. Pada awalnya, kaidah-kaidah yang kini kita kenal sebagai hukum dagang mulai muncul di kalangan para pedagang

sekitar abad ke-17. Kaidah-kaidah hukum tersebut sudah menjadi kebiasaan diantara mereka yang timbul dalam pergaulan dibidang perdagangan. Ada beberapa hal tentang perdagangan yang di atur dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHP) dan juga dalam Kitab Undang-undang Hukum Dagang (KUHD).

Jika demikian, ketentuan-ketentuan dalam KUHD akan menjadi yang berlaku. Keberadaan KUHPerdata berfungsi sebagai *lex generalis* (hukum umum), sementara KUHD berperan sebagai *lex specialis* (hukum khusus). Dalam konteks hubungan antara KUHPerdata dan KUHD, prinsip yang berlaku adalah *adagium lex specialis derogat lex generalis* (hukum khusus mengesampingkan hukum umum).

Hukum dagang, yang juga dikenal sebagai perdagangan atau perniagaan, umumnya melibatkan aktivitas di mana para pelaku usaha membeli barang dari suatu lokasi atau waktu tertentu dan kemudian menjualnya kembali di tempat lain atau pada waktu yang berbeda dengan tujuan untuk meraih keuntungan. Di era modern saat ini, perdagangan berfungsi sebagai penghubung antara produsen dan konsumen, memfasilitasi proses pembelian dan penjualan barang dengan cara yang lebih efisien dan maju.

Secara sederhana, hukum dagang adalah hukum yang mengatur berbagai aspek terkait perdagangan, termasuk masalah yang muncul akibat perilaku manusia dalam konteks perdagangan. Hal ini telah



dijelaskan dalam pembagian hukum perdata yang terdapat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Kitab Undang-Undang Hukum Dagang.

Hanya berdasarkan catatan sejarah, karena dalam hukum Romawi belum ada peraturan-peraturan yang dikenal seperti yang terdapat dalam *Wetboek van Koophandel* (w.v.k). Perdagangan internasional mulai berkembang pada abad pertengahan, dan peraturan-peraturan dalam w.v.k. pada dasarnya hanya berlaku untuk para pedagang. Misalnya, hanya pedagang yang diizinkan untuk membuat surat wesel, dan hanya mereka yang dapat dinyatakan pailit

Adapun pengertian hukum dagang menurut beberapa tokoh diantaranya :

- 1) Achmad Ichsan menyatakan bahwa hukum dagang adalah hukum yang mengatur aspek-aspek perdagangan, yaitu masalah yang muncul akibat perilaku manusia dalam kegiatan perniagaan.
- 2) Purwosujipto mendefinisikan hukum dagang sebagai hukum yang berkaitan dengan perikatan yang muncul dalam konteks perusahaan.
- 3) CTS. Kansil menganggap hukum dagang setara dengan hukum perusahaan, sehingga hukum perusahaan berfungsi untuk mengatur perilaku individu yang terlibat dalam perdagangan untuk mencapai keuntungan.

## b. Prinsip hukum dagang

Terdapat beberapa keberatan yang dapat dicatat terkait dengan prinsip hukum dagang, yang pada dasarnya ditujukan untuk kalangan pedagang (*koopmanrecht*):<sup>21</sup>

- 1) Perkataan “barang” didalam pasal 3 KUHD (lama) berarti barang yang bergerak. Padahal dalam lalu lintas perniagaan sekarang barang tetap juga merupakan obyek perniagaan.
- 2) Perbuatan “menjual” dalam pasal 3 KUHD (lama), tidak termasuk dalam pengertian perbuatan perniagaan, tetapi bertolak belakang dengan ketentuan pasal 4 KUHD (lama), yang menyebutkan perbuatan menjual adalah termasuk dalam pengertian perbuatan perniagaan. Jadi ada pertentangan antara pasal 3 dan pasal 4 KUHD (lama).
- 3) Bila terjadi perselisihan antara pedagang dengan non-pedagang muncul beberapa pendapat mengenai pemberlakuan hukum dagang:
  - a) Menurut H.R, hukum dagang akan berlaku jika tindakan yang dipermasalahkan oleh tergugat merupakan tindakan perniagaan. Dengan kata lain, jika tergugat adalah seorang pedagang sementara penggugat bukan pedagang, maka hukum dagang akan diterapkan, dan pada akhirnya, hukum dagang juga dapat berlaku bagi non-pedagang. Pendapat H.R ini

---

<sup>21</sup> Muhammad Qustulani, *Hukum Dagang*, (Tangerang: PSP Nusantara press, 2018), 32.

dianggap melanggar prinsip dasar hukum dagang yang seharusnya hanya berlaku untuk pedagang. Pendapat ini berfokus pada subjek hukum di pihak tergugat.

- b) Pendapat kedua menyatakan bahwa hukum dagang berlaku jika tindakan yang dipermasalahkan dianggap sebagai tindakan perniagaan oleh kedua belah pihak. Pendapat ini berfokus pada objek sengketa.

Dari pendapat di atas, terlihat bahwa prinsip hukum dagang yang khusus untuk pedagang (*koopmanrecht*) tidak dapat dipertahankan dalam konteks saat ini, karena pedagang memiliki kemungkinan untuk terlibat sengketa dengan siapa saja, termasuk non-pedagang. Oleh karena itu, sejak tanggal 17 Juli 1938, hukum dagang (KUHD) mulai diterapkan untuk semua orang, baik pedagang maupun non-pedagang.

## 2. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah bentuk usaha kecil yang didirikan berdasarkan inisiatif individu. Banyak orang beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan segelintir pihak, padahal sebenarnya UMKM memiliki peran penting dalam mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. UMKM mampu menyerap banyak tenaga kerja yang masih menganggur. Selain itu, UMKM juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan daerah dan pendapatan negara Indonesia.

UMKM juga memanfaatkan berbagai sumber daya alam yang memiliki potensi di suatu daerah yang belum diolah secara komersial.

Dengan demikian, UMKM dapat berperan dalam pengolahan sumber daya alam yang ada di setiap daerah, yang pada gilirannya memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan daerah serta pendapatan negara Indonesia.

Definisi UMKM dapat berbeda-beda antara satu negara dengan negara lainnya, serta berbeda pula antara definisi yang dibuat oleh berbagai lembaga global. Tidak ada kesepakatan universal mengenai definisi UMKM. Secara umum UMKM didefinisikan berdasarkan kriteria dan karakteristik tertentu, seperti jumlah tenaga kerja yang digunakan, jumlah modal, dan omset dari kegiatan yang dihasilkan. Selain itu, UMKM juga dapat didefinisikan berdasarkan faktor-faktor seperti skalabilitas usaha, teknologi yang digunakan, struktur organisasi dan manajemen, orientasi pasar, dan atribut-atribut lainnya.<sup>22</sup>

Menurut Diva peranan pemerintah dalam pengembangan UMKM terbagi menjadi 3 diantaranya yaitu:<sup>23</sup>

- a. Peran pemerintah sebagai fasilitator adalah untuk mendukung UMKM dalam mengembangkan usaha serta menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman agar mereka dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Jika UMKM menghadapi kelemahan dalam produksi, pemerintah dapat memberikan bimbingan sebagai fasilitator dan membantu mereka menemukan solusi keuangan jika mengalami masalah dalam hal

---

<sup>22</sup> Encep saefullah, Nani Rohaeni, et al., *Manajemen Usaha Mikro Kecil Dan Menengah UMKM*, (Purbalingga: CV.Eureka Media Aksara, 2022), 15.

<sup>23</sup> Adellia Maharani, Adie Dwiyanto Nurlukman, *Peran Pemerintah Dalam Pengembangan UMKM Melalui Sosial Media dan E-Commerce*, Vol.27, No.1 (Juni 2023): 335.

keuangan. Dalam konteks ini, pemerintah memfasilitasi UMKM dengan menyediakan layanan, subsidi barang atau uang terlebih dahulu, sebelum memberikan keuntungan hukum seperti perlindungan dan hak-hak lainnya

- b. Sebagai regulator, pemerintah berfungsi sebagai pembuat kebijakan yang mendukung pelaku UMKM dalam pengembangan usaha mereka agar dapat berjalan dengan baik. Tugas pemerintah sebagai regulator adalah untuk mengatur kondisi dan menciptakan suasana yang kondusif bagi tempat usaha, serta menetapkan kebijakan terkait persaingan usaha. Dalam menjalankan fungsi ini, pemerintah juga bertanggung jawab untuk merumuskan kebijakan yang dibagi menjadi dua kategori, yaitu wewenang pemerintah daerah dan wewenang pemerintah pusat.
- c. Sebagai katalisator, pemerintah daerah berperan dalam mempercepat pengembangan UMKM menjadi perusahaan yang bergerak cepat, yang berarti UMKM memiliki semangat kewirausahaan dan mampu berkembang menjadi usaha yang lebih besar. Selain itu, pemerintah daerah juga berkontribusi dalam pemberdayaan UMKM, meskipun dalam perannya sebagai katalisator, mereka tidak sepenuhnya mengendalikan proses tersebut.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang sering disebut PP UMKM, pemerintah telah menerbitkan peraturan ini bersama 48 peraturan pelaksanaan lainnya dan

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU Cipta Kerja) pada tanggal 16 Februari 2021. PP UMKM ini telah mengubah beberapa ketentuan yang sebelumnya diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UU UMKM). Salah satu perubahan utama adalah aturan terkait kriteria UMKM itu sendiri.<sup>24</sup>

Kriteria UMKM yang baru diatur dalam Pasal 35 hingga Pasal 36 PP UMKM. Berdasarkan pasal-pasal tersebut, UMKM dikelompokkan sesuai dengan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Kriteria modal usaha ini digunakan untuk pendirian atau pendaftaran kegiatan UMKM yang telah didirikan setelah berlakunya PP UMKM. Kriteria modal tersebut terdiri atas :

- a. Usaha mikro memiliki modal usaha maksimum sebesar Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah), tidak termasuk nilai tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Usaha kecil memiliki modal usaha yang berkisar antara lebih dari Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) hingga maksimum Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah), tidak termasuk nilai tanah dan bangunan tempat usaha.
- c. Usaha menengah memiliki modal usaha yang lebih dari Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) hingga Rp 10.000.000.000,00

---

<sup>24</sup> Zaki Al-hasan, Fauzi Arifin, *Analisis Kontribusi UMKM Terhadap Tenaga Kerja Dan Ekspor*, Vol.1, No.1 (Juni 2023): 2.

(sepuluh miliar rupiah), tidak termasuk nilai tanah dan bangunan tempat usaha..

Untuk UMKM yang telah beroperasi sebelum berlakunya PP UMKM, pengelompokan dilakukan berdasarkan kriteria hasil penjualan tahunan. Kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Usaha mikro memiliki hasil penjualan tahunan maksimum sebesar Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- b. Usaha kecil memiliki hasil penjualan tahunan yang lebih dari Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) hingga maksimum Rp 15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah).
- c. Usaha menengah memiliki hasil penjualan tahunan yang lebih dari Rp 15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) hingga maksimum Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

### **3. Hukum Persaingan Usaha**

#### **a. Pengertian Hukum Persaingan Usaha**

Hukum persaingan usaha dapat diartikan sebagai hukum yang mengatur interaksi antara perusahaan atau pelaku usaha di pasar, di mana perilaku perusahaan dalam interaksi tersebut dipengaruhi oleh motif ekonomi. Secara yuridis, pengertian persaingan usaha selalu terkait dengan persaingan dalam ekonomi yang berlandaskan pasar, di mana pelaku usaha, baik perusahaan maupun penjual, secara bebas berusaha

menarik konsumen untuk mencapai tujuan dari usaha atau perusahaan yang mereka dirikan.<sup>25</sup>

Dilihat dari segi ekonomi, pengertian persaingan atau competition adalah:<sup>26</sup>

- 1) Suatu jenis struktur pasar di mana jumlah perusahaan yang menawarkan barang di pasar berfungsi sebagai indikator untuk menilai bentuk pasar, seperti persaingan sempurna (*perfect competition*) dan oligopoli (di mana terdapat beberapa pesaing besar).
- 2) suatu proses di mana perusahaan bersaing satu sama lain untuk menarik konsumen atau pelanggan agar dapat menyerap produk barang dan jasa yang mereka tawarkan, dengan cara: (1) Menurunkan harga (persaingan harga), (2) Melakukan persaingan yang tidak berfokus pada harga (persaingan non-harga) melalui diferensiasi produk, pengembangan hak atas kekayaan intelektual, promosi atau iklan, serta pelayanan purna jual, dan (3) Meningkatkan efisiensi untuk mencapai produksi dengan biaya rendah.

#### **b. Dasar Hukum Persaingan Usaha**

Kegiatan perekonomian nasional diatur dalam Pasal 33 Undang-Undang Dasar (UUD) 1945, yang menyatakan bahwa ekonomi harus dikelola melalui kerjasama berdasarkan prinsip gotong royong. Secara

---

<sup>25</sup> Andi Fahmi Lubis, Anna Maria Tri Anggraini, et al., *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks Dan Konteks*, (Jakarta: Creative Media, 2009), 21.

<sup>26</sup> Binoto Nadapdap, *Hukum Acara Persaingan Usaha*, (Jakarta: Jala Permata Aksara, 2009), 6.



tidak langsung, Pasal 33 UUD 1945 mencerminkan pemikiran tentang demokrasi ekonomi, di mana demokrasi ditandai oleh partisipasi semua anggota masyarakat untuk kepentingan bersama dan harus berfokus pada kesejahteraan seluruh rakyat.<sup>27</sup>

Pemikiran tentang demokrasi ekonomi perlu diimplementasikan untuk menciptakan kegiatan ekonomi yang sehat. Oleh karena itu, penting untuk menyusun undang-undang yang mengatur Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-undang ini bertujuan untuk menegakkan aturan hukum dan memberikan perlindungan yang setara bagi semua pelaku usaha dalam upaya menciptakan persaingan yang sehat. Ketentuan mengenai larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat di Indonesia diatur dalam UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang diundangkan dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 No. 33 pada tanggal 5 Maret 1999 dan mulai berlaku secara efektif satu tahun setelah diundangkan.<sup>28</sup>

Sebelum UU No. 5 Tahun 1999 berlaku secara efektif dan menjadi landasan hukum persaingan usaha, sudah ada beberapa peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang persaingan usaha. Namun, pengaturannya terletak dalam beberapa peraturan yang tersedia secara *sporadis* atau tidak sistematis. Di antara peraturan-peraturan tersebut, ada

---

<sup>27</sup> Budi Kagramanto, *Mengenal Hukum Persaingan Usaha*, (Sidoarjo: Laras, 2012), 57.

<sup>28</sup> Ningrum Natasya Sirait, *Ikhtisar Ketentuan Persaingan Usaha*, (Jakarta: PT Gramedia, 2010), 1.

yang mengatur tentang anti-monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, yaitu sebagai berikut:

- 1) Pasal 382 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana.
- 2) Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- 3) Undang-Undang No. 5 tahun 1960 tentang Peraturan Dasar Pokok-Pokok Agraria.
- 4) Undang-Undang No. 6 Tahun 1968 jo Undang-Undang No. 12 Tahun 1970 jo Undang-Undang No. 7 Tahun 1983 Tentang Penanaman Modal Dalam Negeri.
- 5) Undang-Undang No. 5 Tahun 1984 Tentang Perindustrian.
- 6) Undang-Undang No. 19 Tahun 1992/ Undang-Undang No. 14 Tahun 1997 Tentang Merek.
- 7) Undang-Undang No. 1 Tahun 1995 Tentang Perseroan Terbatas.
- 8) Undang-Undang No. 8 Tahun 1995 Tentang Pasar Modal.
- 9) Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil.
- 10) Peraturan Pemerintah No. 27 Tahun 1998 Tentang Penggabungan, Peleburan dan Pengambilalihan Perseroan Terbatas.
- 11) Peraturan Pemerintah No. 70 Tahun 1992 Tentang Bank Umum.

Keberadaan UU No. 5 Tahun 1999 sebagai landasan hukum untuk persaingan usaha juga didukung oleh berbagai peraturan pelaksana dan regulasi terkait lainnya. Ini termasuk peraturan yang dikeluarkan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam bentuk Peraturan Komisi (Perkom), Pedoman KPPU, Surat Keputusan (SK), dan

Surat Edaran (SE), serta peraturan yang dikeluarkan oleh Mahkamah Agung dalam bentuk Peraturan Mahkamah Agung (Perma).

### c. Ruang Lingkup Hukum Persaingan Usaha

Penerapan hukum persaingan usaha bertujuan untuk mencegah terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat. Menurut Pasal 1 angka 6 UU No. 5 Tahun 1999, persaingan usaha tidak sehat didefinisikan sebagai persaingan antara pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan jasa yang dilakukan dengan cara yang tidak jujur, melanggar hukum, atau menghambat persaingan. Pengertian tentang persaingan usaha tidak sehat ini dapat muncul dalam bentuk perjanjian dan kegiatan tertentu yang diatur dalam UU No. 5 Tahun 1999.

#### 1) Perjanjian yang Dilarang dalam UU No. 5 Tahun 1999

Perjanjian, menurut Pasal 1313 KUHPerdara, adalah tindakan di mana satu orang atau lebih mengikatkan diri kepada satu orang lain atau lebih. Handri Raharjo mengacu pada Pasal 1313 KUHPerdara untuk mendefinisikan perjanjian sebagai hubungan hukum yang berkaitan dengan harta kekayaan, yang didasarkan pada kesepakatan antara subjek hukum. Dalam hubungan ini, masing-masing pihak saling mengikatkan diri sehingga satu pihak berhak atas prestasi yang dijanjikan, sementara pihak lainnya berkewajiban untuk memenuhi

prestasi tersebut sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Hal ini juga menimbulkan akibat hukum bagi para pihak yang terlibat.<sup>29</sup>

Wirjono mengartikan perjanjian sebagai hubungan hukum terkait harta benda antara dua pihak, di mana satu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu, sementara pihak lainnya berhak menuntut pelaksanaan perjanjian tersebut. Di sisi lain, Subekti mendefinisikan perjanjian sebagai suatu peristiwa di mana seseorang berjanji kepada orang lain, atau di mana dua orang saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal<sup>30</sup>

Pasal 7 Ayat (1) UU No. 5 Tahun 1999 secara spesifik mengatur tentang definisi perjanjian. Menurut ayat ini, perjanjian diartikan sebagai tindakan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikat diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain, baik dalam bentuk tulisan maupun tidak. Perjanjian yang dilarang menurut UU No. 5 Tahun 1999, yang dapat menyebabkan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, antara lain meliputi:

- a) Perjanjian oligopoli dilarang berdasarkan Pasal 4 UU No. 5 Tahun 1999, yang melarang pelaku usaha untuk melakukan perjanjian semacam itu. Oligopoli merujuk pada suatu kondisi ekonomi di mana hanya ada beberapa perusahaan yang menjual barang atau produk yang serupa atau standar, yaitu "kondisi ekonomi di mana

---

<sup>29</sup> Handri Raharjo, *Hukum Perjanjian Di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2009), 42.

<sup>30</sup> Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: PT.Intermasa, 2002), 1.

hanya beberapa perusahaan menjual produk yang secara substansial mirip atau terstandarisasi..<sup>31</sup>

- b) UU No. 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha untuk melakukan perjanjian dengan pesaingnya mengenai penetapan harga suatu barang dan/atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan.
- c) Perjanjian Pembagian Wilayah (market division) pada dasarnya merupakan kesepakatan antara pelaku usaha untuk membagi wilayah pemasaran di antara mereka, yang dapat mengakibatkan eksploitasi terhadap konsumen. Dalam situasi ini, konsumen tidak memiliki cukup pilihan baik dari segi produk maupun harga. UU No. 5 Tahun 1999 melarang tindakan tersebut dalam Pasal 9 yang menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pesaingnya yang bertujuan untuk membagi wilayah pemasaran atau lokasi pasar untuk barang dan/atau jasa, sehingga dapat menyebabkan praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat.
- d) Pemboikotan diatur dalam Pasal 10 Ayat (1) UU No. 5 Tahun 1999, yang menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang untuk membuat perjanjian dengan pesaingnya yang dapat menghalangi pelaku usaha lain dalam menjalankan usaha yang sama, baik di pasar domestik maupun internasional. Selain itu, Pasal 10 Ayat (2)

---

<sup>31</sup>Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya Di Indonesia*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2010),76.

UU No. 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha untuk bersepakat dengan pesaingnya dalam menolak penjualan barang dan/atau jasa dari pelaku usaha lain. Tindakan ini dapat: (a) merugikan atau berpotensi merugikan pelaku usaha lain, atau (b) membatasi pelaku usaha lain dalam menjual atau membeli barang dan/atau jasa di pasar yang bersangkutan.

e) Kartel merujuk pada perjanjian yang mengatur produksi dan/atau pemasaran suatu barang dan/atau jasa dengan tujuan untuk mempengaruhi harga. Pengaturan mengenai kartel terdapat dalam Pasal 11 UU No. 5 Tahun 1999. Pasal tersebut menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pesaingnya yang bertujuan untuk mempengaruhi harga melalui pengaturan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa, yang dapat menyebabkan praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat.

f) Trust diatur dalam Pasal 12 UU No. 5 Tahun 1999, yang melarang pelaku usaha untuk membuat perjanjian yang membentuk gabungan perusahaan atau perseroan yang lebih besar, sambil tetap menjaga kelangsungan hidup masing-masing perusahaan atau perseroan anggotanya. Tujuan dari pengaturan ini adalah untuk mengontrol produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa, yang dapat menyebabkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat.

- g) Oligopsoni diatur dalam Pasal 13 Ayat (1) UU No. 5 Tahun 1999, yang melarang pelaku usaha untuk melakukan perjanjian dengan pelaku usaha lain dengan tujuan untuk secara kolektif menguasai pembelian atau penerimaan pasokan. Hal ini bertujuan agar mereka dapat mengendalikan harga barang dan/atau jasa di pasar terkait, yang dapat mengakibatkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat.
- h) Integrasi Vertikal merujuk pada penguasaan produksi sejumlah produk yang merupakan bagian dari rangkaian produksi barang dan/atau jasa tertentu, di mana setiap tahap produksi adalah hasil dari proses pengolahan atau langkah lanjutan, baik secara langsung maupun tidak langsung. UU No. 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha untuk membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk menguasai produksi sejumlah produk dalam rangkaian produksi barang dan/atau jasa tertentu. Tindakan ini dapat mengakibatkan persaingan usaha yang tidak sehat dan merugikan masyarakat.
- i) Perjanjian Tertutup adalah kesepakatan yang menetapkan bahwa pihak yang menerima barang dan/atau jasa hanya diperbolehkan untuk menyuplai atau tidak menyuplai kembali barang dan/atau jasa tersebut kepada pihak tertentu dan/atau di lokasi tertentu.
- j) Perjanjian dengan Pihak Luar Negeri menurut UU No. 5 Tahun 1999 didefinisikan sebagai kesepakatan yang dilakukan dengan

pihak asing yang mencakup ketentuan-ketentuan yang berpotensi menyebabkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat.

#### 4. Hukum Ekonomi Syariah

##### a. Pengertian hukum ekonomi syariah

Dalam bahasa Arab, ekonomi dikenal sebagai al-muamalah al-madiyah, yang merujuk pada aturan-aturan mengenai interaksi dan hubungan antar manusia terkait kebutuhan hidup mereka. Selain itu, ekonomi juga disebut al-iqtishad, yang berarti pengaturan aspek-aspek kehidupan manusia secara efisien dan cermat. Secara istilah, definisi ekonomi Islam disampaikan dengan berbagai redaksi oleh para ahli ekonomi Islam.<sup>32</sup>

Secara epistemologi, istilah ekonomi berasal dari bahasa Yunani "*oikonomia*," yang terdiri dari dua kata: *oikos*, yang berarti rumah tangga, dan *nomos*, yang berarti aturan. Dengan demikian, ilmu ekonomi dapat dipahami sebagai ilmu yang mengatur rumah tangga, yang dalam bahasa Inggris dikenal sebagai "*economics*." Seiring dengan perkembangan konsepnya, istilah rumah tangga diperluas menjadi tiga subsistem: pertama, subsistem produksi yang berfokus pada peningkatan kekayaan; kedua, subsistem konsumsi yang berkaitan dengan cara mengonsumsi; dan ketiga, subsistem distribusi yang mengatur cara pendistribusian barang dan jasa.

---

<sup>32</sup> Idri, *Hadis Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Kencana, 2015), 02.



Secara terminologi, banyak pakar ekonomi yang telah memberikan penjelasan tentang pengertian ekonomi. Salah satu definisi ekonomi Islam yang diungkapkan oleh Yusuf Halim Al-Alim menyatakan bahwa ilmu ekonomi Islam adalah ilmu yang membahas hukum-hukum syariat yang aplikatif, diambil dari dalil-dalil yang terperinci mengenai cara mencari, membelanjakan, dan mengelola harta. Fokus utama kajian ekonomi Islam adalah mempelajari perilaku muamalah masyarakat Islam yang sesuai dengan nash Al-Qur'an, Al-Hadis, qiyas, dan ijma' dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia demi meraih ridha Allah SWT.

Menurut M. Umer Chapra, ekonomi syariah didefinisikan sebagai suatu bidang pengetahuan yang mendukung upaya mencapai kebahagiaan manusia melalui pengalokasian dan distribusi sumber daya yang terbatas, dengan tetap berpegang pada ajaran Islam. Konsep ini tidak memberikan kebebasan individu secara berlebihan (*laissez faire*) dan menghindari ketidakseimbangan dalam aspek makroekonomi serta lingkungan.<sup>33</sup>

Menurut Abdul Manan, ilmu ekonomi syariah merupakan cabang ilmu sosial yang mempelajari isu-isu ekonomi dalam masyarakat melalui lensa nilai-nilai Islam. Ia menjelaskan bahwa ekonomi syariah tidak hanya berfokus pada individu sebagai makhluk sosial, tetapi juga mempertimbangkan aspek religius dari manusia itu

---

<sup>33</sup>Idri, *Hadis Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*, 03.

sendiri. Hal ini disebabkan oleh adanya kebutuhan yang beragam dan keterbatasan sumber daya, sehingga muncul berbagai masalah ekonomi, baik dalam konteks ekonomi modern maupun ekonomi Islam. Perbedaan antara keduanya terletak pada pilihan yang ada; dalam ekonomi Islam, pilihan tersebut dipandu oleh nilai-nilai dasar Islam, sedangkan dalam ekonomi modern lebih didominasi oleh kepentingan individu.<sup>34</sup>

Menurut Yusuf Qardhawi, ekonomi syariah adalah ekonomi yang berlandaskan pada prinsip ketuhanan. Esensi dari sistem ekonomi ini berakar pada Allah Azza Wajalla, dengan tujuan akhir yang juga ditujukan kepada-Nya, serta memanfaatkan sarana yang sesuai dengan syariat Allah. Definisi ekonomi syariah yang diajukan oleh para ahli menekankan sifat komprehensif dari subjek tersebut dan didasarkan pada nilai-nilai moral yang bertujuan untuk menganalisis kesejahteraan manusia melalui pengelolaan sumber daya alam yang dilakukan secara kooperatif dan partisipatif.<sup>35</sup>

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa ilmu ekonomi syariah adalah disiplin yang mempelajari aktivitas atau perilaku manusia secara aktual dan empiris, baik dalam produksi, distribusi, maupun konsumsi, berdasarkan syariat Islam yang bersumber dari Al-Qur'an, Ass-Sunnah, dan ijma' para ulama. Tujuan dari ilmu ini adalah untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Ekonomi syariah

---

<sup>34</sup> Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, (Jakarta: Kencana, 2016), 26.

<sup>35</sup> Yoyok Prasetyo, *Ekonomi Islam*, (Bandung: Aria Mandiri Group, 2018), 03.

tidak hanya mencakup aspek etika dan nilai-nilai normatif, tetapi juga bersifat positif karena menganalisis aktivitas nyata manusia serta permasalahan ekonomi masyarakat dari perspektif Islam. Dalam ekonomi syariah, baik konsumen maupun produsen tidak diposisikan sebagai raja; perilaku keduanya harus diarahkan oleh prinsip kesejahteraan umum, individu, dan sosial sesuai dengan ketentuan syariat Islam

#### b. Sumber Hukum Ekonomi Syariah

Adapun beberapa sumber-sumber hukum ekonomi syariah sebagai berikut:

##### 1) Al-Qur'anul

Al-Qur'an merupakan sumber utama, asli, abadi, dan fundamental dalam hukum ekonomi syariah yang diturunkan oleh Allah SWT kepada Rasulullah SAW untuk memperbaiki, meluruskan, dan membimbing umat manusia ke jalan yang benar.

Di dalam Al-Qur'an terdapat banyak ayat yang mendasari hukum ekonomi syariah, salah satunya adalah Surat An-Nahl ayat 90, yang menekankan pentingnya peningkatan kesejahteraan umat Islam di berbagai bidang, termasuk ekonomi. Firman Allah yang berbunyi:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ

يُعْظَمُ لِعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan

Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.” (Qs. An-Anahl, ayat: 90).<sup>36</sup>

## 2) Hadis dan sunnah

Setelah Al-Qur’an, sumber hukum ekonomi yang penting adalah hadis dan Sunnah. Para pelaku ekonomi akan merujuk pada sumber hukum ini ketika Al-Qur’an tidak memberikan rincian yang lengkap mengenai hukum ekonomi yang dimaksud.

## 3) Ijma’

Ijma’ merupakan sumber hukum ketiga, yang diartikan sebagai kesepakatan baik dari masyarakat maupun para cendekiawan agama, dan tetap berlandaskan pada Al-Qur’an dan hadis.

## 4) Ijtihad dan Qiyas

Ijtihad adalah upaya berkelanjutan untuk menemukan berbagai kemungkinan terkait suatu persoalan syariat. Sementara itu, qiyas adalah metode utama dalam ijtihad yang diperoleh melalui penalaran analogis.

---

<sup>36</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan terjemahan*, (Bandung: Al-Qur’an Al-Qosbah, 2021), 277.

## 5) Istihsan.

Istihsan, istislah, dan istishab merupakan bagian dari sumber hukum lainnya yang diterima oleh sebagian kecil dari empat mazhab.<sup>37</sup>

## c. Tujuan hukum ekonomi syariah

Islam memiliki sejumlah tujuan dan nilai yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk urusan sosial, politik, dan ekonomi. Dalam hal ini, tujuan Islam (maqāsid al-sharī'ah) pada dasarnya bertujuan untuk mewujudkan kebaikan hidup di dunia dan akhirat. Beberapa pemikiran tokoh Islam dapat digambarkan dalam uraian sebagai berikut: menurut Dr. Muhammad Rawasi Qal'aji dalam buku beliau yang berjudul "Mahabiys fil-Iqtishad al-Islamiyah".<sup>38</sup> menyatakan bahwa tujuan ekonomi Islam pada dasarnya dapat dijabarkan dalam 3 hal yaitu:

- 1) Mewujudkan Pertumbuhan Ekonomi dalam Negara Pertumbuhan ekonomi adalah hal yang sangat penting karena melalui pertumbuhan tersebut, negara dapat melaksanakan pembangunan. Dalam konteks ini, konsep pembangunan ekonomi yang diusulkan oleh Islam berlandaskan pada prinsip-prinsip filosofis yang mencakup tauhid, rububiyah, khilafah, dan takziyah

<sup>37</sup> Muhammad Abdul Manan, *Teori Dan Praktik Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), 19.

<sup>38</sup> Muhammad Rawasi Qal'aji, *Mahabis Fil Iqtishad Al-Islamiyah*, (Kairo: Matba'ah al-Istiqomah, 1939), 207.

- 2) Mewujudkan Kesejahteraan Manusia Dalam pandangan Islam, pemenuhan kebutuhan dasar manusia sama pentingnya dengan kesejahteraan sebagai upaya untuk meningkatkan aspek spiritual. Oleh karena itu, konsep kesejahteraan dalam Islam tidak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan material dan duniawi, tetapi juga pada pencapaian kesejahteraan spiritual dan ukhrawi.
- 3) Mewujudkan sistem distribusi kekayaan yang adil dalam konteks ini, ekonomi syariah hadir dengan tujuan untuk membangun mekanisme distribusi kekayaan yang adil di tengah masyarakat. Oleh karena itu, Islam sangat melarang praktik penimbunan (ikhtiar) dan monopoli sumber daya alam oleh sekelompok orang. Konsep distribusi kekayaan dalam ekonomi Islam bertujuan untuk menciptakan keseimbangan ekonomi di masyarakat.<sup>39</sup>

#### **d. Prinsip Hukum Ekonomi Syariah**

- 1) Siap Menerima Resiko

Prinsip-prinsip ekonomi syariah yang dapat dijadikan pedoman bagi setiap Muslim dalam mencari nafkah untuk diri dan keluarganya mencakup penerimaan terhadap risiko yang terkait dengan pekerjaan tersebut. Keuntungan dan manfaat yang diperoleh juga bergantung pada jenis pekerjaan yang dilakukan. Oleh karena itu, tidak ada keuntungan atau manfaat yang bisa didapatkan seseorang tanpa adanya risiko. Ini mencerminkan inti

---

<sup>39</sup> Amri Amir, *Ekonomi Dan Keuangan Islam*, (Jakarta: Pustaka Muda, 2015), 75.

dari prinsip "di mana ada manfaat, di situ ada risiko" (al kharaj bi al-daman).

2) Tidak Melakukan Penimbunan

Dalam sistem ekonomi syariah, tidak ada izin untuk menimbun uang. Tidak boleh menyimpan uang tanpa menggunakan atau memanfaatkannya. Dengan kata lain, hukum Islam melarang penyimpanan uang tunai (kas) yang tidak digunakan.

3) Tidak monopoli

Dalam sistem ekonomi syariah, baik individu maupun lembaga bisnis dilarang melakukan praktik monopoli. Harus ada kondisi persaingan dalam ekonomi, yang merupakan esensi dari prinsip fastabiqul al-khairat.<sup>40</sup>

4) Ta'awun (tolong menolong)

Prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam lainnya yang berkaitan dengan nilai-nilai fundamental dalam pembangunan masyarakat adalah menciptakan kerjasama antar umat manusia untuk mencapai masyarakat yang sejahtera, baik secara lahiriah maupun batiniah. Al-Qur'an mengajarkan pentingnya saling membantu (ta'awun) dalam kebaikan dan ketakwaan, serta melarang saling membantu dalam dosa dan pelanggaran.

---

<sup>40</sup> Hendri Tanjung, *Pilar-Pilar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gramata Pub, 2013), 7.

5) Keadilan

Dalam pandangan Islam, keadilan tidak berarti memberikan perlakuan yang sama kepada semua orang, melainkan menempatkan setiap hal sesuai dengan proporsi atau haknya. Sikap adil sangat penting dalam aktivitas ekonomi, karena dengan keadilan, setiap individu yang terlibat dalam kegiatan ekonomi dapat memberikan dan menerima hak-haknya dengan tepat. Al-Qur'an menginstruksikan agar setiap tindakan didasari oleh sikap adil, karena keadilan merupakan salah satu cara untuk mendekatkan diri kepada ketaqwaan.

6) Kejujuran (amanah)

Dengan demikian, kejujuran (*al-amanah*) di sini merujuk pada sifat dan sikap yang setia, tulus, dan jujur dalam menjalankan segala sesuatu yang dipercayakan kepadanya, baik itu berupa harta, rahasia, maupun tugas dan kewajiban. Pelaksanaan amanah yang baik dapat disebut sebagai "*al-amin*," yang berarti dapat dipercaya, jujur, setia, dan amanah.

7) Kebenaran (*al-shidqah*)

Kebenaran (*al-sidqah*) adalah sikap untuk berbuat benar, baik dalam ucapan maupun tindakan. Sikap ini merupakan salah satu faktor penentu status dan kemajuan individu serta masyarakat. Menegakkan prinsip kebenaran menjadi salah satu pilar



kemaslahatan dalam interaksi antar manusia dan antara berbagai kelompok.<sup>41</sup>

8) Kebersamaan dan Persamaan (*ukhuwwah*),

Prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam yang berikutnya, yang berkaitan dengan nilai-nilai fundamental dalam pembangunan masyarakat, adalah menumbuhkan rasa kesetaraan, persatuan, dan kekeluargaan di antara manusia.

9) Kebebasan (*freewill*),

Secara umum, kebebasan dalam ekonomi dapat diartikan dalam dua pengertian luas, yaitu kreatif dan kompetitif. Melalui kreativitas, seseorang dapat menghasilkan ide-ide, mengeksplorasi, dan mengekspresikan potensi yang dimilikinya serta ekonominya untuk menciptakan sesuatu. Sementara itu, kemampuan untuk bersaing memungkinkan individu berjuang untuk mempertahankan, memperluas, dan menambah apa yang diinginkannya. Kebebasan ekonomi dalam Islam adalah kebebasan yang berlandaskan akhlak, yang mencakup aspek konsumsi, produksi, dan distribusi. Dengan adanya kebebasan untuk berkreasi dan bersaing, produktivitas dalam ekonomi akan meningkat. Berdasarkan prinsip ini, Islam mendorong umat manusia untuk menjadi produktif, karena kegiatan produksi merupakan elemen penting dalam perekonomian.

10) Prinsip *al ihsan* (berbuat kebaikan),

---

<sup>41</sup>Hendri Tanjung, *Pilar-Pilar Ekonomi Islam*, 8.

Pemberian manfaat kepada orang lain lebih dari pada hak orang lain.

11) Prinsip *al mas'uliyah* (pertanggung jawaban),

Aspek-aspek yang mencakup tanggung jawab individu terhadap individu (*mas'uliyah al-afrad*) dan tanggung jawab dalam masyarakat (*mas'uliyah al-mujtama*). Setiap individu dalam masyarakat memiliki kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawabnya demi tercapainya kesejahteraan seluruh anggota masyarakat. Selain itu, terdapat juga tanggung jawab pemerintah (*mas'uliyah al-daulah*), yang berkaitan dengan pengelolaan baitulmal.

12) Prinsip *al kifayah*,

Tujuan pokok prinsip ini menurut Sjaichul Hadi Purnomo<sup>42</sup> adalah untuk membasmi kefakiran dan mencukupi kebutuhan primer seluruh anggota dalam masyarakat.<sup>43</sup>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

<sup>42</sup>Sjaichul Hadi Purnomo, *Formula Zakat, Menuju Kesejahteraan Sosial*, (Surabaya: Aulioa, 2005), 46.

<sup>43</sup>Abdul Shomad, *Hukum Islam Penormaan Prinsip Syariah Dalam Hukum Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2010), 76.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian berjudul “Perdagangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Toko Madura Menurut Hukum Persaingan Usaha dan Hukum Ekonomi Syariah: Studi Kasus Desa Kedungturi Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo,” peneliti menggunakan jenis penelitian empiris. Jenis penelitian hukum empiris merupakan sebuah upaya untuk melihat hukum dalam artian yang nyata atau dalam arti sebenarnya atau meneliti bagaimana bekerjanya hukum di masyarakat. Penelitian hukum empiris atau yang dengan istilah lain di biasa disebut penelitian hukum sosiologis atau disebut pula dengan penelitian lapangan. Penelitian sosiologis sangatlah bergantung pada data primer artinya peneliti memperoleh langsung semua data-data yang diperlukan melalui masyarakat sebagai sumber informasi, baik dilakukan dengan cara observasi, wawancara atau dokumentasi.<sup>44</sup>

Metode pendekatan yang digunakan peneliti yaitu menggunakan pendekatan sosiolegal. Pendekatan sosiolegal adalah melakukan studi di tekstual dan implementasi terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan dan pedoman yang dapat di analisis secara kritis dan dijelaskan makna dan implikasinya terhadap subyek hukum. Dalam hal ini, dapat di jelaskan bagaimanakah makna yang terkandung dalam pasal-pasal tersebut merugikan

---

<sup>44</sup> Jonaedi Efendi, Prasetijo Rijadi, *Metode Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris*, (Jakarta; Kencana, 2016), 149.

atau menguntungkan kelompok masyarakat tertentu.<sup>45</sup> Jadi pendekatan sosiolegal ini mempunyai tujuan untuk mendapatkan informasi secara empiris yaitu dengan cara terjun langsung kelapangan untuk mencari informasi tentang apa yang ingin diteliti.

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat peneliti dalam melakukan penelitian guna menyempurnakan kebutuhan data. Lokasi yang dipilih oleh peneliti di Desa Kedungturi Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo. Peneliti mengambil lokasi tersebut dikarenakan UMKM Toko Madura terjadi perdagangan menjual barang terhadap konsumen lebih murah dibanding toko lainnya sehingga Toko Madura mampu menarik perhatian para konsumen yang dapat menyebabkan penentuan harga tidak seperti biasanya terhadap konsumen akan tetapi konsumen tetap melakukan transaksi jual beli di Toko Madura dan masih belum diketahui kegiatan bagaimana perdagangan atau jual beli yang dilaksanakan Toko Madura, oleh karena itu peneliti ingin mengetahui lebih mendalam di lokasi tersebut.

## **C. Subyek Penelitian**

### **1. Sumber data primer**

Sumber data primer merupakan sumber utama dalam penelitian yang diperoleh secara langsung di lokasi penelitian. Untuk mendapatkan data inti tersebut, peneliti perlu melakukan berbagai metode, seperti observasi, wawancara, dan pengumpulan dokumentasi terhadap orang-

---

<sup>45</sup> Jonaedi Efendi, Prasetijo Rijadi, *Metode Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris*, 149.

orang yang melakukan jual beli atau perdagangan terhadap pelaku usaha di Toko Madura di Desa Kedungturi Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo.<sup>46</sup>

## 2. Sumber data skunder

Sumber data skunder merupakan sumber tidak langsung akan tetapi sumber data tersebut bisa saja memberikan data yang relevan untuk diteliti oleh peneliti, misalnya melalui dokumen atau buku, karya ilmiah dan jurnal. Meskipun sumber data skunder ini bukan merupakan bagian utama penelitian, namun tetap mempunyai kedudukan yang penting karena dapat digunakan sebagai pelengkap data skunder.

### **D. Teknik pengumpulan data**

Tujuan dari penelitian ini untuk mengumpulkan data yang diteliti sehingga dari peneliti menggunakan 3 (tiga) Teknik pengumpulan data diantaranya:

#### 1. Teknik observasi

Observasi adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan langsung di lokasi yang menjadi fokus pengambilan informasi. Melalui observasi, peneliti dapat memperoleh hasil yang mencerminkan kejadian dan kondisi yang diinginkan. Proses ini dilakukan dengan mencatat keadaan dan tindakan objek yang diamati.

---

<sup>46</sup> Moh.Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia indonesia, 2014), 90.

## 2. Teknik wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh informasi secara lisan melalui interaksi langsung dengan individu yang memiliki pengetahuan tentang isu yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara langsung dengan penjual dan pembeli. Metode yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur, yaitu wawancara yang mengikuti panduan tertentu namun tetap memberikan permulaan bagi peneliti untuk mengembangkan pertanyaan tambahan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang lebih mendalam dari subjek penelitian terkait fenomena yang diamati. Dengan wawancara, peneliti dapat mengumpulkan data relevan yang diperlukan untuk penelitian, antara lain sebagai berikut:

- a. Bagaimana pandangan hukum persaingan usaha terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah Toko Madura di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo?
- b. Bagaimana pandangan hukum ekonomi syariah terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah Toko Madura di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo?

## 3. Metode Dokumentasi

Pengumpulan data melalui dokumentasi adalah teknik yang dilakukan dengan cara menganalisis dokumen-dokumen yang relevan dengan isu yang sedang diteliti. Tujuan dari metode dokumentasi ini

adalah untuk menyediakan bukti dan data yang akurat terkait dengan topik penelitian. Dalam studi ini, penulis mengumpulkan data dokumentasi yang berkaitan dengan rumusan masalah yang telah disampaikan oleh peneliti

#### **E. Analisis Data**

Teknik analisis data adalah proses yang melibatkan peninjauan terhadap data yang telah dikumpulkan, baik dari artikel, jurnal, maupun sumber lain yang digunakan dalam penelitian ini. Peneliti memilih untuk menerapkan teknik deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif adalah pendekatan yang mengintegrasikan seluruh data selama proses pengumpulan, sehingga dapat menyampaikan informasi dan pemahaman mengenai peristiwa yang sedang diteliti pada saat itu. Penelitian kualitatif umumnya bersifat deskriptif dan dilakukan melalui penelitian lapangan, serta lebih cenderung menggunakan analisis mendalam.<sup>47</sup>

Terdapat tiga tahapan-tahapan mengenai analisis data menurut miles dan huberman diantaranya sebagai berikut :

##### **1. Reduksi data**

Reduksi data adalah langkah-langkah yang melibatkan pemilihan, penyederhanaan, dan transformasi data mentah yang diperoleh di lapangan. Setelah data dikumpulkan, peneliti akan memusatkan perhatian pada informasi utama yang telah dicatat. Proses ini bertujuan untuk menghasilkan data yang relevan, memberikan gambaran yang jelas tentang

---

<sup>47</sup> Zuchri Abdussomad, Metode Penelitian Kualitatif, (Makassar: CV. Syakir Media Presss, 2021), 176.

situasi di lapangan, dan memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data tambahan

## 2. Penyajian data

Penyajian data adalah elemen krusial bagi peneliti dalam mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk menarik kesimpulan dan mengambil keputusan berdasarkan hasil observasi lapangan, dokumentasi, serta wawancara yang relevan dengan penelitian

## 3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan salah satu kegiatan penyusunan yang lengkap ketika menganalisis data yang digunakan dalam penelitian ini.<sup>48</sup>

## F. Keabsahan Data

Keabsahan data diperoleh melalui proses pemeriksaan dan verifikasi dengan membandingkan data yang ada dengan sumber lain. Dengan kata lain, keabsahan data penting untuk memastikan bahwa informasi yang diteliti adalah akurat, sehingga data yang diperoleh peneliti dapat diterima dan dipertanggungjawabkan.<sup>49</sup>

Untuk menjamin keabsahan data, peneliti menerapkan teknik triangulasi, yaitu metode pengumpulan data yang mengkombinasikan berbagai teknik dan sumber informasi. Teknik ini bertujuan untuk memverifikasi kebenaran data yang diperoleh dan membandingkannya dalam konteks

<sup>48</sup> Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: UPN, Veteran, 2020), 83.

<sup>49</sup> Nur Solikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Pasuruan: CV.Penerbit Qiara media, 2019), 126.



penelitian. Proses pemeriksaan dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber, termasuk catatan, dokumentasi, observasi, dan wawancara.

## **G. Tahap-Tahap Penelitian**

Bagian ini menjelaskan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, yang mencakup: pendahuluan, pengembangan Desain, pelaksanaan penelitian, hingga penyusunan laporan.<sup>50</sup>

Pada penelitian ini peneliti menggunakan 3 tahapan yaitu:

### **1. Tahap pra lapangan**

Tahapan ini merupakan langkah awal dalam mana peneliti menjelaskan gambaran mengenai permasalahan yang akan diangkat sebagai judul penelitian. Pada tahap ini, peneliti mempersiapkan berbagai hal, seperti: judul penelitian, latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, metode pengumpulan data, pemilihan objek penelitian, pengajuan surat rekomendasi dari kampus, serta memperoleh persetujuan untuk melakukan penelitian. Selain itu, peneliti juga menyiapkan semua kebutuhan yang diperlukan selama proses penelitian.

### **2. Tahapan penelitian lapangan**

Pada tahap ini, peneliti mulai melakukan penelitian di lokasi yang telah ditentukan dengan menganalisis objek dan subjek yang menjadi fokus penelitian. Tugas peneliti dalam tahap ini meliputi berkonsultasi

---

<sup>50</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Karya Ilmiah*, (Jember: UIN KHAS Jember press, 2020), 48.

dengan pihak-pihak yang relevan serta mengumpulkan data yang akurat dari informan.

### 3. Tahapan akhir penelitian

Pada tahap ini, peneliti berada di fase akhir penelitian. Dengan mengikuti mekanisme yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti mengumpulkan data dan menyusun laporan mengenai hasil penelitian tersebut.



## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran obyek penelitian

##### 1. Letak geografis Kecamatan Taman

Kecamatan Taman merupakan Kecamatan yang terletak di Kabupaten Sidoarjo provinsi Jawa Timur, Indonesia. Secara geografis Kecamatan Taman berada di bagian utara Kabupaten Sidoarjo. Lokasinya yang strategis karena berbatasan langsung dengan kota Surabaya, yang merupakan Ibu kota provinsi Jawa Timur. Kecamatan Taman memiliki 24 Desa/kelurahan diantaranya:

**Tabel 4.1**

#### **Daftar nama-nama Desa di Kecamatan Taman.**

1.	Kramat jegu	9.	Krembangan	17.	Kedungturi
2.	Trosobo	10.	Tawang Sari	18.	Taman
3.	Pertapan maduretno	11.	Kletek	19.	Kalijaten
4.	Tanjungsari	12.	Jemondo	20.	Ngelom
5.	Sidodadi	13.	Sadang	21.	Wonocolo
6.	Bringinbendo	14.	Geluran	22.	Ketegan
7.	SambIbulu	15.	Bohar	23.	Bebekan
8.	Gilang	16.	Wage	24.	Sepanjang

Kecamatan Taman memiliki batas-batas wilayah, batas utara: berbatasan dengan kota Surabaya, batas timur: berbatasan dengan Kecamatan waru, batas selatan: berbatasan dengan Kecamatan krian dan Kecamatan gedangan, batas barat: berbatasan dengan Kecamatan balongbendo.

Tabel 4.2

**Batas –batas wilayah Kecamatan Taman**

Utara	Kota Surabaya
Timur	Kecamatan waru
Selatan	Kecamatan krian dan Kecamatan gedangan
Barat	Kecamatan balongbendo

Kecamatan Taman merupakan salah satu Kecamatan yang berkembang pesat di Kabupaten Sidoarjo karena letaknya yang dekat dengan pusat perekonomian Surabaya sehingga banyak aktivitas perdagangan dan industri yang berkembang di wilayah ini.<sup>51</sup>

**2. Gambaran umum Toko Madura**

Sudah menjadi pengetahuan umum bahwa masyarakat suku Madura dikenal sebagai perantau. Mereka tidak hanya berkeliaran di dalam negeri, namun hingga luar negeri. Berbagai jenis usaha dan pekerjaan dilakukan demi kesejahteraan keluarga dikampung halamannya. Berbagai wilayah menjadi tujuan utama bagi masyarakat Madura untuk merantau, terutama di kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, di mana mereka umumnya membuka Toko Madura. Hampir di setiap kawasan perkampungan di Jakarta, terdapat Toko Madura meskipun ukurannya biasanya kecil, sekitar 3x3 meter. Toko-toko ini menyediakan hampir semua kebutuhan masyarakat setempat, termasuk sembako, berbagai

<sup>51</sup> Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo, *Kecamatan Taman Dalam Angka 2021*, Di Akses Pada Tanggal 28 Oktober 2024. <https://Sidoarjokab.bps.go.id/publication/2021/09/24/ee5eb916ecf07500bd5171be/Kecamatan-Taman-dalam-angka-2021.html>.

jajanan, rokok, tabung gas, air mineral, pulsa, token listrik, dan minuman. Salah satu ciri khas dari Toko Madura adalah adanya pom bensin mini atau penjualan bensin dalam botol.<sup>52</sup>

Toko Madura selalu menjadi pilihan utama bagi masyarakat di Ibu kota karena menawarkan harga yang lebih terjangkau dan biasanya buka selama 24 jam. Hal ini disebabkan oleh minimnya toko kelontong atau mini market lain yang beroperasi sepanjang waktu. Nama "toko kelontong Madura" diberikan karena pemilik atau penjaga toko tersebut berasal dari Madura, dengan sebagian besar berasal dari Sumenep. Usaha ini memang sangat menguntungkan; keuntungan yang diperoleh cukup signifikan, dengan omzet harian rata-rata sekitar dua juta rupiah, bahkan ada yang mencapai lima hingga enam juta rupiah per hari. Secara keseluruhan, rata-rata omzet dari usaha Toko Madura ini berkisar tiga juta rupiah.

## B. Penyajian data dan analisis

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, observasi ini menggunakan strategi pengumpulan data melalui pertemuan, wawancara, dokumentasi, dan pencatatan. Penyajian data merupakan tahap inti dalam penelitian, di mana peristiwa nyata yang terjadi pada objek penelitian digambarkan dan informasi yang diperoleh kemudian dianalisis. Dalam penyajian data ini, fokusnya adalah pada perdagangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Toko

---

<sup>52</sup> Imam Mahdi, *Toko Kelontong Madura Sang Penguasa Mini Retail di Ibu Kota*, Di Akses Pada Tanggal 28 Oktober 2024. <https://kumparan.com/imam-mahdi-1641786241568885689/toko-kelontong-madura-sang-penguasa-mini-retail-di-Ibu-kota-1xO5eO8rnXg/1>.

Madura menurut hukum persaingan usaha dan hukum ekonomi syariah, dengan studi kasus di Desa Kedungturi, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo.

### **1. Pandangan Hukum Persaingan Usaha terhadap UMKM Toko Madura Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah, yang sering disingkat UMKM, merupakan kelompok usaha yang terdiri dari kategori mikro, kecil, dan menengah, yang memiliki minat tinggi untuk memulai bisnis di Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia mendorong semakin banyak pelaku usaha yang terlibat dalam sektor ini untuk mencari penghasilan. Namun, dengan semakin ketatnya persaingan di lapangan, penting bagi pelaku usaha UMKM untuk mendapatkan perlindungan hukum yang dapat menjadi pedoman dalam menjalankan bisnis mereka. Berikut ini Undang-Undang ataupun peraturan yang mengatur mengenai UMKM yaitu sebagai berikut:

- a. Undang Undang Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil.
- b. Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 Tentang Kemitraan.
- c. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1998 Tentang Pembinaan Dan Pembangunan Usaha Kecil.
- d. Intruksi Presiden Nomor 10 Tahun 1999 Tentang Pemberdayaan Usaha Menengah.
- e. Keputusan Presiden (KEPPRES) Nomor 127 Tahun 2001 Tentang Bidang Atau Jenis Usaha Yang Dicadangkan Untuk Usaha Kecil Dan

Bidang Atau Jenis Yang Terbuka Untuk Usaha Menengah Atau Besar Dengan Syarat Kemitraan.

- f. Keputusan Presiden Nomor 56 Tahun 2002 Tentang Restrukturisasi Kredit Usaha Kecil Dan Menengah.
- g. Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor PER-07/MBU/05/2015 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil Dan program Bina Lingkungan.
- h. Peraturan Menteri Negara BUMN PER-05/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan BUMN.
- i. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- j. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah.

Terdapat berbagai peraturan yang berkaitan dengan UMKM, seperti yang telah disebutkan sebelumnya, yang menunjukkan upaya pemerintah untuk memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi pelaku UMKM. Peraturan-peraturan ini disusun sesuai dengan konteks zamannya, dan jika terdapat perubahan atau ketidakakuratan dalam peraturan yang berlaku, pihak terkait akan menetapkan peraturan baru atau melakukan pembaruan terhadap peraturan yang ada sebelumnya.

Sebagai langkah pemerintah untuk meningkatkan kualitas dan kualitas UMKM dalam perekonomian nasional, semua peraturan yang

berkaitan dengan UMKM dirangkum dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Undang-undang ini bertujuan untuk melindungi pelaku UMKM dari berbagai risiko di pasar serta berfungsi sebagai panduan bagi mereka agar menjalankan usaha sesuai dengan jalur yang benar, tanpa melanggar norma, hukum, dan menginformasikan secara umum.<sup>53</sup>

Usaha kecil memiliki peran yang sangat signifikan dalam dunia bisnis, dengan reputasi, kemampuan, dan karakter yang penting untuk membangun sistem perekonomian Indonesia, sesuai dengan prinsip demokrasi ekonomi yang tercantum dalam Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945. Upaya ini harus dilakukan secara sistematis dengan dukungan yang konsisten dan jelas dari pemerintah dalam pengembangannya. Perekonomian rakyat merupakan sistem yang berlandaskan pada kekuatan ekonomi, sejalan dengan Pasal 33 ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 dan sila keempat Pancasila. Hal ini menegaskan bahwa warga negara harus terlibat secara aktif dalam menentukan kebijakan ekonomi dan tidak hanya menyerahkan keputusan kepada kekuatan atau mekanisme pasar.<sup>54</sup>

Dengan banyaknya keuntungan yang ditawarkan oleh UMKM, khususnya Toko Madura, jelas bahwa perlindungan hukum dan keadilan bagi mereka akan berkontribusi pada peningkatan perekonomian negara dan pengakuan yang lebih tinggi di masyarakat. Toko Madura dan UMKM lainnya memerlukan perlindungan hukum yang jelas serta dukungan dan

---

<sup>53</sup> Suhardi Etal, *Hukum Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia*, (Jakarta: Akademia Permata, 2012), 6.

<sup>54</sup> Julius Bobo, *Transformasi Ekonomi Rakyat*, (Jakarta: Cidesindo, 2003), 93.



pelatihan langsung dari pemerintah. Saat ini UMKM sudah mendapatkan perlindungan hukum melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, namun implementasinya masih belum optimal.

Perlindungan terhadap UMKM, khususnya Toko Madura, sangat penting mengingat besarnya tantangan dan persaingan yang semakin ketat dalam perekonomian. Prinsip perlindungan dalam hukum ekonomi, terutama untuk kegiatan UMKM seperti Toko Madura, mencakup berbagai aspek yang mendukung keberlangsungan usaha mereka anatar lain:

- a. Prinsip Ekonomi dalam Undang-Undang Dasar 1945 Prinsip ekonomi yang diatur dalam Undang-Undang Dasar 1945 merupakan dasar bagi perekonomian bangsa Indonesia untuk mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur. Pasal 33 Undang-Undang Dasar Tahun 1945 menetapkan tujuh asas prinsip ekonomi, yaitu asas keseimbangan, asas keserasian dan keselarasan, asas persamaan, asas kepemilikan bersama, asas kekeluargaan, asas musyawarah untuk mufakat, serta manfaat perlindungan dan pembinaan bagi pihak yang lemah.<sup>55</sup>
- b. Prinsip Perlindungan Kepentingan Negara Prinsip perlindungan kepentingan nasional diatur dalam Pasal 33 ayat (2) dan (3) Undang-Undang Dasar 1945, yang menetapkan rahasia negara atas cabang produksi yang mendukung kepentingan negara. Pengendalian

---

<sup>55</sup> Jimly Asshiddiqie, *Konstitusi Ekonomi*, (Jakarta : Kompas Media Nusantara, 2010), 282.

terhadap cabang produksi tersebut bertujuan untuk melindungi kepentingan masyarakat secara luas. Prinsip perlindungan kepentingan nasional yang ditetapkan harus sejalan dengan asas kebebasan berkontrak. Jika prinsip ini bertentangan, maka tidak ada perbedaan dengan tidak adanya kebebasan berkontrak yang diberikan oleh negara, meskipun dilakukan untuk melindungi kepentingan umum, karena hal ini dapat menghambat pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnis mereka.<sup>56</sup>

- c. Prinsip Perlindungan dalam Hukum Internasional dan Hukum Perdata
- Selain perlindungan yang diberikan oleh negara melalui peraturan hukum untuk mendukung UMKM secara nasional, penting juga untuk memperhatikan aspek perlindungan hukum dari perspektif internasional. Perlindungan ini mempengaruhi reputasi dan pandangan negara lain terhadap produk Indonesia, yang pada gilirannya akan berimplikasi pada perhatian terhadap Indonesia itu sendiri. Perlindungan hukum internasional dan hukum perdata internasional dalam konteks perdagangan antarnegara saling mendukung untuk menciptakan lingkungan yang aman bagi semua pihak. Selain itu, prinsip *pacta sunt servanda* harus diperhatikan, di mana perjanjian yang dibuat berfungsi sebagai aturan yang memiliki kekuatan hukum bagi pihak yang terlibat dan menyetujuinya.

---

<sup>56</sup> Laurensius Arliman S., *Perlindungan Hukum UMKM Dari Eksploitasi Ekonomi Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat*, Vol.6, No.3 (2017), 397.

- d. Prinsip Perlindungan untuk Ekonomi Lemah Perlindungan terhadap ekonomi lemah dalam konteks UMKM diatur dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Undang-undang kedua ini bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum bagi pelaku usaha UMKM yang berada dalam kondisi ekonomi yang lemah. Pengembangan UMKM sangat bergantung pada interaksi antar pelaku usaha, yang saling mendukung dan memberikan dampak positif satu sama lainnya.
- e. Prinsip Perlindungan Kepentingan Nasional dalam GATT Kepentingan penting masyarakat dalam suatu negara harus dilindungi dari berbagai praktik monopoli dan tindakan curang dalam persaingan yang tidak sehat, baik oleh pengusaha domestik maupun pelaku usaha asing. Hal ini juga berlaku bagi negara maju yang kurang mendukung kerjasama dengan negara berkembang, yang dapat mengakibatkan terhambatnya arus barang impor dan ekspor.
- f. Prinsip Persaingan Usaha yang Sehat Meningkatnya persaingan di antara para pengusaha dapat menyebabkan banyaknya praktik persaingan yang tidak sehat, karena beberapa pelaku usaha berusaha untuk unggul demi mencapai target mereka sendiri. Situasi ini sering terjadi di pasar dan lebih banyak dialami oleh pelaku usaha kecil yang memiliki posisi lebih lemah dalam hal publikasi maupun keuntungan.

Sebagai upaya untuk memberikan perlindungan hukum kepada UMKM, khususnya Toko Madura, diperlukan langkah-langkah berikut:

- a. Pemerintah perlu menetapkan peraturan baru yang dapat melindungi UMKM.
- b. Diharapkan pemerintah dapat melibatkan pihak-pihak terkait UMKM untuk memberikan pengaturan yang lebih baik dalam dunia bisnis.
- c. Proses perizinan usaha harus dipermudah dalam segala bentuknya.
- d. Pemerintah wajib memadukan semua aspek agar tidak ada celah untuk praktik curang.
- e. Kerjasama antara pemerintah dan LSM diperlukan sebagai bentuk dukungan hukum dan perlindungan bagi UMKM.

Hal ini juga selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan dalam bentuk sebuah hasil wawancara terhadap perwakilan KPPU bahwa :

“Perlindungan bagi UMKM termasuk Toko Madura sangat penting untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan usaha mereka. UMKM memiliki peran krusial dalam perekonomian terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan memberdayakan masyarakat lokal dengan perlindungan hukum Toko Madura dapat bersaing secara adil dan terlindungi dari praktek-praktek bisnis yang merugikan, seperti persaingan tidak sehat dan merugikan pihak lain.”<sup>57</sup>

KPPU juga memberikan penjelasan mengenai perlindungan hukum apa yang seharusnya diterima oleh UMKM sebagai berikut:

“Bentuk perlindungan hukum yang ideal meliputi kebijakan yang mendukung akses UMKM terhadap pasar, permodalan, dan teknologi, selain itu, perlu ada aturan yang mencegah praktik-

---

<sup>57</sup> Achmad Afifuddin, (sebagai Analis Kebijakan Muda di KPPU kanwil IV Surabaya.), 08 oktober 2024.

praktik bisnis tidak sehat, seperti monopoli atau oligopoly oleh pemain besar yang dapat menekan keberadaan toko-toko kecil. KPPU juga mendorong adanya kebijakan yang memastikan keterbukaan dan keadilan dalam distribusi barang, terutama bagi UMKM di daerah yang sering kali sulit mengakses pasokan dengan harga bersaing”<sup>58</sup>

Terlepas dari hasil wawancara ini usaha kecil berakhir dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dalam konteks Indonesia sebagai negara hukum yang menganut sistem demokrasi, penyusunan perekonomian dilakukan dengan pendekatan kekeluargaan berdasarkan prinsip demokrasi ekonomi. Oleh karena itu, Undang-Undang ini disusun untuk memberikan kesempatan yang setara bagi para pelaku usaha dalam menjalankan bisnis mereka secara adil. Selain itu, undang-undang ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi perekonomian negara serta melindungi kepentingan masyarakat umum, yang pada akhirnya berfungsi untuk memajukan kesejahteraan rakyat.

Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, terdapat pasal yang mengatur tentang penerapan ketentuan dalam undang-undang tersebut. Pengecualian ini tercantum dalam Pasal 50, yang menyatakan bahwa pelaku usaha yang tergolong usaha kecil tidak akan dikenakan kepatuhan hukum berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

---

<sup>58</sup> Achmad Afifuddin, (sebagai Analis Kebijakan Muda di KPPU kanwil IV Surabaya), 08 oktober 2024.

Sesuai dengan penjelasan dalam Pasal 50 Huruf H Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, usaha kecil tidak termasuk dalam ketentuan atau peraturan yang tercantum dalam undang-undang tersebut, termasuk Toko Madura. Pelaku usaha yang tergolong dalam kategori usaha kecil, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, diterima melalui pasal tersebut. Pengecualian ini diberikan karena usaha kecil dianggap memiliki kapasitas yang lebih rendah untuk bersaing dan masih rentan terhadap berbagai dampak yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha mereka. Dalam pasal ini dinyatakan bahwa usaha kecil bermakna, namun ada juga jenis usaha yang lebih kecil dari kategori usaha kecil, yaitu usaha mikro, yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.

Pengecualian ini tidak hanya berlaku untuk usaha kecil, tetapi juga mencakup usaha mikro yang memiliki skala kriteria jauh lebih kecil dalam hal penjualan dan kekayaan, sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Kriteria lain yang ditetapkan menyatakan bahwa usaha kecil dan mikro adalah usaha yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang tidak termasuk sebagai anak perusahaan atau cabang dari perusahaan lain, serta tidak menjadi bagian, baik secara langsung maupun tidak langsung, dari usaha yang lebih besar. Pasal 6 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor 20

Tahun 2008 tentang UMKM menguraikan kriteria untuk jenis usaha mikro dan kecil dalam hal permodalan sebagai berikut:<sup>59</sup>

- a. Kriteria Usaha Mikro adalah memiliki aset maksimum sebesar Rp 50.000.000 dan omset tahunan tidak lebih dari Rp 300.000.000.
- b. Kriteria Usaha Kecil adalah memiliki aset di atas Rp 50.000.000 hingga maksimum Rp 500.000.000, dengan omset tahunan antara Rp 300.000.000 hingga Rp 2.500.000.000. Berdasarkan kategori yang telah disebutkan, jika suatu usaha memiliki hasil penjualan atau kekayaan bersih yang melebihi ketentuan yang ditetapkan dalam Pasal 1 dan 2 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, maka usaha tersebut tidak akan dimuat dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Suyud Margono menjelaskan bahwa larangan dan sanksi yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tidak diterapkan pada usaha yang tergolong kecil. Dengan memperkenalkan hal tersebut, pengusaha kecil dapat melakukan praktik seperti diskriminasi harga, kartel (terkait harga, produksi, dan wilayah), serta boikot dalam menjalankan kegiatan usaha mereka.<sup>60</sup>

Dalam proses pengembangannya, terdapat berbagai pandangan yang pro dan kontra mengenai hal ini. Beberapa pihak sepakat dengan

---

<sup>59</sup> Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Pasal 6 ayat 1 dan 2.

<sup>60</sup> Suyud Margono, *Hukum Anti Monopoli*, (Jakarta : Sinar Grafiaka, 2009), 34.

alasan bahwa usaha kecil sangat rentan dan memerlukan perlindungan agar dapat berkembang. Mereka berpendapat bahwa usaha kecil yang kedudukannya masih lemah tidak mampu melakukan praktik monopoli terhadap pelaku usaha lainnya, terutama yang berada pada tingkatan yang lebih tinggi, seperti pelaku usaha menengah ke atas. Selain itu, perlindungan ini juga bertujuan untuk memberikan kesempatan bagi pelaku usaha kecil agar dapat bersaing dan maju dalam bisnis mereka, sehingga tidak lagi diklasifikasikan sebagai usaha kecil.<sup>61</sup>

Di sisi lain, ada juga yang mengungkapkan keberatan terhadap hal ini karena dianggap dapat memicu terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat di kalangan pengusaha kecil. Hal ini diperparah oleh kurangnya gambaran mengenai kriteria usaha kecil, yang dapat menyebabkan sampul posisi oleh pihak-pihak tertentu untuk meraih keuntungan pribadi. Mereka berpendapat bahwa menyampaikan hal tersebut tidak diperlukan. Jika memang harus diterapkan, menyampaikan itu sebaiknya diterapkan dalam jangka waktu tertentu dan berjanji secara ketat dan konsisten untuk mencegah terjadinya kejadian atau pelanggaran yang dapat menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat.

Tujuan dibentuknya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah untuk mengatur segala bentuk kegiatan usaha dan menciptakan iklim persaingan bisnis yang lebih adil dan merata. Dengan demikian,

---

<sup>61</sup> Desi Apriani, Zulherman Idris, *Relevansi Pengecualian Pelaku Usaha Kecil Menurut Hukum Persaingan Indonesia Di Era Globalisasi Ekonomi. Jurnal Legislasi Indonesia*, Vol.17, No.4 (2020), 478.



diharapkan industri bisnis dalam negeri dapat berkembang lebih baik dan mampu bersaing di pasar internasional. Semangat kompetitif yang muncul dalam diri para pebisnis akan mendorong mereka untuk menghasilkan ide-ide inovatif, sehingga usaha yang mereka jalankan dapat tumbuh lebih besar dan diterima oleh masyarakat. Hal ini berpotensi meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mengurangi tingkat kemiskinan di Indonesia melalui penciptaan banyak lapangan kerja.

Berdasarkan hal tersebut, ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat hanya berlaku untuk pengusaha besar dan menengah, sementara usaha kecil mendapatkan jabatan rendah. Pengecualian ini bertujuan untuk mendukung UMKM dalam meningkatkan kualitas kerja mereka dalam menjalankan usaha. Implikasi dari penyampaian yang diberikan kepada usaha kecil berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah sebagai berikut:<sup>62</sup>

- a. Munculnya keberanian untuk memulai usaha di kalangan pengusaha atau pelaku UMKM di Indonesia disebabkan oleh perasaan terlindungi yang diberikan oleh undang-undang. Hal ini berkontribusi pada pertumbuhan UMKM yang semakin pesat di masyarakat.
- b. Pengecualian ini berdampak pada masyarakat yang memulai usaha melalui usaha kecil, sehingga mereka cenderung tidak terlalu berambisi untuk beralih menjadi jenis usaha menengah atau lebih besar.

---

<sup>62</sup> Ayup Suran Ningsih, *Implikasi Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Vol. 19, No.2 (2019), 210.

Selain adanya hal tersebut, para pelaku usaha yang tetap fokus pada usaha kecil juga diuntungkan oleh kebijakan pemerintah yang telah ditetapkan sebelumnya mengenai pendanaan, baik dalam hal modal maupun keringanan pajak. Tentu saja, tidak semua pihak setuju dengan usaha kecil ini, akan selalu ada pendapat pro dan kontra mengenainya. Namun, pemerintah tidak dapat mengabaikan berbagai manfaat yang diberikan oleh usaha kecil, terutama dalam sektor UMKM seperti Toko Madura, terhadap perekonomian Indonesia. Di tengah tantangan pandemi, Indonesia tetap dapat menjaga stabilitas perekonomiannya, meskipun banyak negara maju mengalami kesulitan. Hal ini sebagian besar kontribusi usaha kecil, terutama UMKM seperti Toko Madura. Meskipun banyak pelaku usaha kecil yang ingin terus menjalankan bisnis mereka, semangat kompetitif di dalam diri para pebisnis tetap ada, sehingga mereka tidak ingin usaha yang dijalankan terjebak dalam zona nyaman yang dianggap kuno.

## **2. Pandangan Hukum Ekonomi Syariah tentang perdagangan usaha Mikro Kecil dan Menengah Toko Madura di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo**

Strategi penetapan harga dalam konteks hukum ekonomi syariah sangatlah penting. Kejujuran dalam menetapkan harga jual menjadi hal yang krusial, karena hal ini mencerminkan nilai-nilai kebenaran dan kemaslahatan umat manusia. Namun, berbisnis hanya untuk meraih keuntungan jangka pendek dengan mengabaikan prinsip kebenaran dan

kepentingan umum dapat membawa konsekuensi negatif, baik saat ini maupun di masa depan. Intinya, Islam mengajarkan bahwa keuntungan yang dicari oleh seorang pedagang seharusnya mencakup keuntungan di dunia dan akhirat, bukan hanya keuntungan duniawi semata. Keuntungan akhirat ini mencakup beberapa aspek: pertama, harga yang ditetapkan oleh penjual tidak boleh berlipat ganda dari modal, sehingga tidak memberatkan konsumen; kedua, perdagangan merupakan bentuk realisasi ta'awun (tolong-menolong) yang dianjurkan dalam Islam, di mana pedagang memperoleh keuntungan sementara konsumen mendapatkan barang yang dibutuhkannya; ketiga, praktik perdagangan harus mematuhi prinsip-prinsip ekonomi syariah.

Konsep keadilan telah dikenal sejak awal perkembangan Islam dan dalam literatur fiqih. Ketika membahas mengenai harga yang adil menurut Islam, kita tidak bisa lepas dari pemahaman para ulama tentang konsep harga dalam sastra fiqih awal. Al-Qur'an sangat menekankan pentingnya keadilan dan kejujuran. Menurut Yahya bin Umar, penetapan harga adalah aspek yang sangat krusial dalam sebuah transaksi, dan pengabaianya dapat menyebabkan kerusakan dalam kehidupan masyarakat, terutama jika pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi tidak mengikuti ketentuan yang telah disepakati sebelumnya.

Oleh karena itu untuk mencapai tujuan dari ketentuan yang ada dalam hukum ekonomi syariah di pembahasan jual beli harus memenuhi asas-asas atau perinsip-perinsip muamalah sebagai berikut:

- a. Secara fundamental, semua bentuk muamalah dianggap mubah, kecuali jika ada ketentuan lain yang ditetapkan oleh Al-Qur'an dan sunnah Rasul. Hal ini menunjukkan bahwa hukum Islam memberikan ruang yang luas untuk perkembangan berbagai bentuk dan jenis muamalah baru sesuai dengan kebutuhan hidup masyarakat yang terus berkembang.
- b. Muamalah dilakukan berdasarkan kesepakatan secara sukarela, tanpa adanya unsur paksaan. Prinsip ini mengingatkan bahwa kebebasan semua pihak yang terlibat harus selalu diperhatikan. Misalnya, transaksi jual beli yang dilakukan dengan paksaan dianggap tidak sah.
- c. Muamalah seharusnya dilakukan dengan mempertimbangkan manfaat yang dapat diperoleh serta upaya untuk menghindari mudharat bagi masyarakat umum. Dalam konteks jual beli, penting untuk mempertimbangkan kemaslahatan, karena setiap tindakan harus memberikan manfaat. Namun tindakan yang tidak diperbolehkan karena dapat merusak kehidupan masyarakat harus dihindari.
- d. Muamalah harus dilaksanakan dengan prinsip menjaga keadilan dan menghindari unsur-unsur yang dapat merugikan pihak lain. Contohnya, jika seorang penjual menetapkan harga jual barang di bawah nilai yang wajar hanya karena ia membutuhkan uang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, maka hal tersebut tidak sesuai dengan prinsip keadilan.

Oleh karena itu sangat penting untuk para pedagang memperhatikan asas-asas maupun prinsip yang sudah tertuang ataupun

yang sudah ditentukan, guna mencapai pasar yang kompak dalam hal apapun.

Data yang diperoleh oleh peneliti dari hasil wawancara yang disampaikan oleh Bapak Fathurrohman sebagai pemilik Toko Madura mengatakan:

“kadang mas jualan itu tidak selalu ramai disaat kadang sifat-sifat nakal kita ada disitu kadang ada orang baru pake mobil, pake jas, kadang disitulah sifat nakal seseorang itu keluar, saya aja pribadi kadang seperti itu, disaat ada orang baru yang sekiranya ngak balik lagi kadang ada juga pelanggan saya yang pake gaya sombong banget disitulah yang harganya biasanya Rp.25.000 di hajar aja Rp.26.000, ada lagi pelanggan kita yang cerewet kadang kesini itu pertama kalo ada maunya pengen ngutang dan yang ke dua pelanggan kita itu yang aneh-aneh yang sok-sok an jadi biar ajalah pelanggan yang seperti itu yang biasanya ngak mau belanja ke kita kan, kalo mau belanja ke kita kalo ada maunya aja jadi kalo dapat pelanggan yang seperti itu tuh, kita sebenarnya sudah tidak berharap mendapatkan pelanggan yang seperti itu masalahnya ya itu kalo ada maunya doang, jadi hajar ajalah harganya biasanya segini kita kasih harga segitu biar dia kapok ngak belanja kesini lagi jadi banyak kemungkinan lah kita itu naikin harga dan nurunin harga disaat pelanggan kita enak ya kita enak, disaat pelanggan kita pedandang-pedandang kaya orang sok-sok an ya beda lagi urusannya.”<sup>63</sup>

Dari hasil waawancara tersebut dalam sistem perdagangan (muamalah) yang dilakukan oleh Bapak Fathurrohman tidak sesuai dengan asas-asas atau perinsip-perinsip muamalah yaitu harus dilakukan berdasarkan pertimbangan yang bisa mendatangkan manfaat dan mampu menghindarkan mudharat dalam hidup masyarakat pada umumnya, tetap

---

<sup>63</sup> Fathurrohman (pedagang), Wawancara di Toko Madura Kecamatan Taman, 03 juni 2024

memelihara nilai keadilan dan dilakukan atas dasar suka rela, tanpa mengandung unsur paksaan.

Sedangkan yang dilakukan oleh Bapak Fathurrohman sebagai pemilik Toko Madura tidak mempertimbangkan asas-asas atau prinsip diatas sehingganya perdagangan (muamalah) yang dilakukaka Bapak Fathurrohman sebagai pemilik Toko Madura bukan mendatangkan masalah bagi masyarakat umum tapi malah membuat mudharat. Sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, Bapak Fathurrohman memanfaatkan situasi karena ada orang baru yang menggunakan mobil, pakainnya ber- jas. Lalu harga yang pada umumnya dinaikkan sesuka hatinya, hal ini jelas melanggar prinsip-prinsip yang di anjurkan dalam berdagang (muamalah). Tidak hanya itu Bapak fathurrahman juga bersifat nakal ketika ada orang baru yang dianggap tidak akan kembali untuk berbelanja ditokonya juga diberi harga yang tidak pada umumnya karna Bapak Fathurrohman melihat gaya pelanggan yang sombong dan dianggap tidak baik, padahal hal ini bukan alasan untuk memperbolehkan menaikkan harga sesuka hati dalam berdagang (muamalah).

Sifat nakal Bapak Fathurrohman dalam menaikkan harga tidak berhenti disana tapi tetap berlangsung ketika ada pelanggan yang dianggap cerewet dan berbelanja karena ada maunya seperti ingin berhutang. Semua prilaku Bapak Fathurrohman yang menyalahi asas-asas atau prinsip berdagang (muamalah) ini dilakukan didasari hanya karena kondisi jualannya yang dilihat kurang ramai, hal inilah yang kemudian peneliti

anggap tidak sesuai dengan asas-asas atau prinsip yang ditetapkan dalam berdagang (muamalah) yang pada intinya diajarkan bagaimana bukan hanya mendapatkan keuntungan dunia saja, tapi juga keuntungan akhirat.

Hal ini juga serupa disampaikan oleh Ibu Qomariyah selaku korban pelanggan yang pernah berbelanja di Toko Maduranya Bapak Fathurrohman sebagai pemilik Toko Madura mengatakan:

“saya sangat terkejut dan kecewa ketika berbelanja minyak di toko Bapak Fathurrohman biasanya harga minyak disini untuk ukuran minyak 1 kg seharga Rp.15.000.00 pas saya beli ternyata harganya naik sampai Rp.22.000.00 yang lebih membuat sedih pak Fathurrohman sebagai pemilik toko hanya menaikkan harga untuk orang-orang tertentu saja, termasuk saya padahal saya orang biasa.saya merasa diperlakukan tidak adil dan berharap ada tindakan yang bisa diambil agar hal ini tidak terjadi lagi”<sup>64</sup>

Dari hasil wawancara tersebut temuan dari peneliti diketahui bahwa Ibu Qomariyah selaku korban yang pernah berbelanja di tokonya Bapak Fathurrohman mengeluh bahwa harga minyak yang biasanya murah tiba-tiba naik drastis padahal ini termasuk dari warung lokal. Yang lebih mengejutkan korban. Kenaikan harga ini tampaknya hanya diperlakukan kepada konsumen tertentu. Hal ini menunjukkan adanya praktek diskriminatif yang dapat berdampak negatif pada daya beli dan kesejahteraan konsumen yang hal ini tentu tidak sesuai dengan prinsip-prinsip atau asas berdagang.

Dalam perdagangan memiliki sistem yang baik dan terukur merupakan salah satu kunci untuk mengembangkan usaha menjadi lebih

---

<sup>64</sup> Qomariyah, Pembeli di Toko Madura Kecamatan Taman, 04 juni 2024.

baik, salah satu yang juga perlu untuk dirancang dengan baik adalah Strategi pemasaran. Karna menentukan strategi pemasaran yang baik dan tepat merupakan kunci keberhasilan utama bagi UMKM khususnya bagi Toko Madura Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo, tentu hal ini dilakukan untuk mencapai tujuan bisnis dari UMKM tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dikumpulkan dalam bentuk sebuah hasil wawancara strategi yang digunakan oleh Bapak Sayyidi selaku pedagang di Toko Madura Desa Kedungturi Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo sebagai berikut:

“Berbicara target ya mas, semua orang yang lewat disini itu jadi target kita bukan hanya di tetangga saja, dan target saya pribadi itu para ojol masalahnya ojol ini 24 jam, ojol ini yang sering saya layani, ojol itu jarang turun dari sepedanya dia kan buru-buru terutama para kurir dia kan banyak bawa barang jadi dia itu saya usahakan biar dia enak belanja ke kita, saya yang nyamperin dia bukan kurirnya yang nyamperin saya jadi ya siapa yang belanja ke saya, saya bikin nyaman biarlah si ojol sama kurir itu tidak suruh saya turun dan saya yang samperin kalo dia beli rokok saya ambilin dang saya langsung kasih ke dia. Jadi siang malam si ojol dan si kurir banyak yang beli kesini.”<sup>65</sup>

Secara umum UMKM khususnya Toko Madura yang ada di kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo menggunakan strategi pemasaran yang sama dengan metode yang berbeda-beda. hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada setiap UMKM khususnya Toko Madura yang ada di kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo.

---

<sup>65</sup> Moh. Sayyiidi (pedagang), Wawancara di Toko Madura di Kecaamatan Taman, 03 juni 2024.



Hal ini sesuai data yang didapatkan oleh peneliti dari Ibu Qurrotul aini yaitu:

“Kalo disini mas, yang jadi sasaran saya anak sekolah, kalo anak sekolah itu gampang kata orang jawa itu “ hanya cukup di bandani rokok eceran” jadi kebanyakan sekarang itu rokok yang rasa-rasa gitu untuk menarik anak sekolah, kan kalo anak-anak sekolah sukanya harga yang murah rasanya yang enak, ya jadi anak-anak itu simpang siur yang beli kesini, itu yang saya alami di lapangan.”<sup>66</sup>

Selain melakukan pemasaran yang baik dan tepat UMKM khususnya Toko Madura yang ada di kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo mereka juga menggunakan strategi pemasaran visual atau yang biasa dikenal dengan *visual merchandising* strategi ini adalah bagian dari upaya untuk menciptakan daya tarik visual yang positif yang dapat meningkatkan citra dan reputasi bisnis serta dapat menarik minat dan kepercayaan pelanggan.

Hal ini didasarkan dari penelitian yang dilakukan dalam bentuk sebuah hasil wawancara terhadap Ibu Qorrotul aini selaku pedagang di Toko Madura Desa Kedungturi Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo sebagai berikut:

“Sebenarnya gampang untuk menarik pelanggan. Pertama jangan samapai kita terlihat lusuh dan jangan sampai kita gak pake baju, otomatis orang geli melihat kita apalagi yang dijual makanan”.

Sistem yang kedua yang digunakan oleh Ibu qurrotul aini untuk menarik pelanggan adalah melakukan penataan barang yang rapi hal ini dalam dunia usaha disebut sebagai *marchandising* atau lebih spesifik lagi

---

<sup>66</sup> Qurrotul Aini (pedagang), Wawancara di Toko Madura Kecamatan Taman, 03 juni 2024.

disebut *visual merchandising*. *Visual merchandising* adalah seni dan ilmu untuk menampilkan produk secara menarik dan strategis untuk meningkatkan penjualan.

Hal ini didasarkan dari penelitian yang dilakukan dalam bentuk sebuah hasil wawancara terhadap Ibu Qurrotul Aini selaku pedagang di Toko Madura Desa Kedungturi Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo sebagai berikut:

“Yang kedua penataan barang di etalase sama di rak itu harus kelihatan rapi dan bagus, jadi orang tertarik dan orang itu tidak kecewa beli ke kita”.<sup>67</sup>

Dan untuk strategi yang ketiga yang digunakan oleh Ibu Qurrotul Aini untuk menarik pelanggan adalah dengan sikap yang ramah dan penuh kesenangan dalam dunia usaha hal ini disebut *customer service* yang menyenangkan. Istilah yang lebih khusus untuk pendekatan ini adalah *hospitality* atau servis dengan pendekatan personal ini adalah salah satu cara untuk menciptakan pengalaman yang positif yang menyenangkan bagi pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka.

Hal ini didasarkan dari penelitian yang dilakukan dalam bentuk sebuah hasil wawancara terhadap Ibu Qurrotul Aini selaku pedagang di Toko Madura Desa Kedungturi Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo sebagai berikut:

“Yang ketiga kita berusaha melayani pelanggan itu *have fun* supaya pelanggan itu bisa ketawa dan juga kita biasanya sering ajak mereka ngobrol supaya mereka tidak merassa kaku dan

---

<sup>67</sup> Qurrotul Aini (pedagang), wawancara di Toko Madura Kecamatan Taman, 03 juni 2024.

nyaman ketika belanja di kita, jadi yang asalnya orang ingin belanja di kita Rp.5000 dengan uang Rp.10.000 sisanya akhirnya dibelanjakan ke kita karena mereka merasa nyaman.”<sup>68</sup>

Strategi yang juga digunakan dalam usaha UMKM khususnya Toko Madura yang ada di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo adalah menggunakan strategi margin rendah atau strategi harga rendah. Ini adalah pendekatan dimana pelaku usaha menetapkan harga jual produknya dengan margin keuntungan yang tipis, dengan tujuan menarik volume penjualan yang lebih tinggi.

Hal ini didasarkan dari penelitian yang dilakukan dalam bentuk sebuah hasil wawancara terhadap Bapak Fathurrohman selaku pedagang UMKM khususnya Toko Madura yang ada di Desa Kedungturi Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo sebagai berikut:

“Sebenarnya kalo dari segi harga itu mengambil keuntungan tidak banyak. Kalo di rokok itu keuntungan laba itu Rp.1000 minim maksimal Rp.1.500.”<sup>69</sup>

Selain menggunakan strategi pemasaran yang tepat dan baik UMKM khususnya Toko Madura yang ada di kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo juga menggunakan strategi penyimpanan hasil keuntungan penjualan, yang dalam dunia usaha disebut sebagai strategi manajemen keuangan atau strategi pengelolaan keuangan. Dengan menggunakan sistem manajemen keuangan yang baik, UMKM khususnya Toko Madura dapat memastikan bahwa keuntungan dari penjualan

---

<sup>68</sup> Qurrotul Aini (pedagang), wawancara di Toko Madura Kecamatan Taman, 03 juni 2024.

<sup>69</sup> Fathurrohman (pedagang), wawancara di Toko Madura Kecamatan Taman, 03 juni 2024.

dikelola dengan efisien dan efektif sehingganya dapat mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan stabilitasnya *finansial*.

Hal ini didasarkan dari penelitian yang dilakukan dalam bentuk sebuah hasil wawancara terhadap Bapak Fathurrohman selaku pedagang UMKM khususnya Toko Madura yang ada di Desa Kedungturi Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo sebagai berikut:

“Kita kan mas sistemnya nyimpen 10% disaat misalnya sehari dapat Rp. 3.000.000 kita simpan 10% jadi Rp.300.000 perhari. Dan mayoritas pendapatan itu Rp. 3.000.000 keatas, maksimal kalo hari sabtu, minggu, jum’at bisa nyampe ke Rp.5.000.000 tapi ya gak nentu namanya juga orang usaha tapi minim lah dapat Rp.3.000.000 keatas. Kalau pendapatan perbulannya, kalau perhari dapat Rp.3.000.000 kan otomatis simpanan 10% jadi Rp.300.000 hitunglah minim perbulannya kurang lebih sekitar Rp.9.000.000 itu simpanan kita, itu bukan laba di barang. Masalahnya kan orang bisnis yang kita simpan yang 10% belum lagi ada lebih barang, misalnya kita jual milko harga Rp.3.000 dari sana kita jual Rp.3.500 otomatis kita simpan 10% itu ada lebihnya kalo kauntungan kita itu masih beda, simpanan sama kauntungan itu masih beda, simpanan itu kan yang 10% kalo keuntungan itu di lebihnya barang yang kita jual atau laba di barang itu Rp.3.000.000 sampai Rp.3.500.000 ini kan kelebihan barang otomatis kan barang semakin bertambah. Kalau misalnya modal awal minim Rp.50.000.000 disaat 5 bulan kita ukur selain yang kita simpan 10% itu bisa sampai Rp.70.000.000 sampai Rp.80.000.000. setelah 5 bulan kan harus ada audit setiap bulannya biar jelas hitungannya, kalo dapat disimpanan doang kan kelebihan barang tidak terhitung, ini kan termasuk keuntungan atau laba, makanya kalau disaat Toko Madura ini hitung rugi itu berarti di korupsi, masalahnya yang kita jual itu dapat untung kecuali tidak dapat untung.”<sup>70</sup>

Berdasarkan informasi yang ditemukan selama melakukan penelitian dilapangan bahwa UMKM khususnya Toko Madura yang ada di

---

<sup>70</sup> Fathurrohman (pedagang), wawancara di Toko Madura Kecamatan Taman, 03 juni 2024.

Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo menerapkan lima strategi sistem perdagangan. Dari lima strategi sistem perdagangan tersebut adalah strategi pemasaran, strategi *visual merchandising*, strategi *customer service*, strategi *margin* rendah dan strategi manajemen keuangan.

Pertama strategi pemasaran dalam pengertiannya strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Analisis yang diperoleh oleh peneliti melalui wawancara Dalam usaha UMKM khususnya Toko Madura Bapak sayyidi Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo adalah menggunakan gaya pemasaran *segmentasi geografis* dan *segmentasi demografis*. Menurut analisis peneliti Bapak sayyidi memilih strategi ini karena menganggap bahwa *segmentasi geografis* sangat relevan untuk digunakan, disamping karna antara tetangga dan toko yang sangat dekat juga didukung dengan anggapan mereka jika berbelanja di toko ini bisa menghemat waktu dan biaya transportasi. Sementara untuk gaya pemasaran *segmentasi demografis*, menurut peneliti Bapak sayyidi memilih gaya ini karena dari hasil pengamatannya yang membutuhkan tempat belanja yang cepat dan praktis selain tetangga adalah ojol dan kurir. Diketahui bahwa ojol dan kurir adalah salah satu profesi yang memiliki waktu terbatas dan sering berada di jalan, sehingganya pertimbangan mereka berbelanja di Toko Madura adalah pilihan yang sangat tepat.

Kedua *visual merchandising* dalam pengertiannya *visual merchandising* adalah salah satu alat komunikasi pemasaran yang berguna untuk menyampaikan pesan citra produk Sebuah merek kepada calon pelanggan dengan pendekatan *artistic* yang bisa di jamah oleh panca indra. Analisis yang diperoleh oleh peneliti melalui wawancara Dalam usaha UMKM khususnya Toko Madura Ibu qurrotu aini Kecamatan Taman kabupaten Sidoarjo menggunakan *visual merchandising* bermodel tata letak produk hal ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan menarik perhatian pelanggan, karena tidak dapat dipungkiri bahwa model ini adalah aspek penting dalam ritel yang mempengaruhi cara pelanggan berinteraksi dengan produk dan toko secara keseluruhan, sehingganya dapat menciptakan lingkungan belanja yang menarik dan meningkatkan peluang penjualan yang lebih signifikan.

Ketiga *customer service* dalam pengertiannya *customer service* adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh UMKM untuk melayani, mendukung, dan memuaskan pelanggan mereka. Analisis yang diperoleh oleh peneliti melalui wawancara Dalam usaha UMKM khususnya Toko Madura Ibu qurrotul aini Kecamatan Taman kabuten Sidoarjo menggunakan strategi *customer engagement* atau *engaging customer service* hal ini bertujuan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan menciptakan pengalaman positif yang mendorong loyalitas pelanggan sehingganya Toko Madura Ibu qurrotul aini dapat menciptakan

pengalaman berbelanja yang lebih menarik dan memuaskan yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Keempat strategi *margin* rendah dalam pengertiannya strategi *margin* rendah adalah pendekatan bisnis dimana UMKM menetapkan harga produk atau layanannya dengan margin keuntungan yang lebih rendah dari rata-rata pasar. Analisis yang diperoleh oleh peneliti melalui wawancara Dalam usaha UMKM khususnya Toko Madura Bapak Fathurrohman Kecamatan Taman kabuten Sidoarjo bertujuan untuk menarik lebih banyak pelanggan melalui harga yang lebih kompetitif, meningkatkan volume penjualan dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan secara keseluruhan. Dengan menerapkan strategi *margin* rendah secara efektif Bapak Fathurrohman dapat meningkatkan daya saing, menarik lebih banyak pelanggan dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan pada tokonya.

Kelima strategi manajemen keuangan dalam pengertiannya strategi manajemen keuangan adalah pendekatan terhadap pengelolaan sumber daya keuangan dengan fokus pada pengaturan dana, pemantauan arus kas, pengelolaan resiko keuangan, dan pengambilan keputusan keuangan yang tepat. Analisis yang diperoleh oleh peneliti melalui wawancara Dalam usaha UMKM khususnya Toko Madura Bapak Fathurrohman Kecamatan Taman kabuten Sidoarjo bertujuan untuk mencapai hasil yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis dengan mencapai tujuan ini Bapak Fathurrohman meyakini dapat memperkuat posisi tokonya di pasar,

meningkatkan daya saing, dan menciptakan nilai tambah bagi bisnis tokonya.

**Tabel 4.3**  
**Pendapatan dan simpanan Toko Madura**  
**Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo**

Pendapatan/ <i>income</i>		Simpanan/ <i>reserves</i>
Per-Hari	Rp.3.000.000.00-Rp.5.000.000.00	10%
PerMinggu	Rp.12.000.000.00-Rp15.000.000.00	70%
Per-Bulan	Rp.192.000.000.00-Rp.180.000.000.00	280%
Per-Tahun	Rp.4.464.000.000.00	3,360%

Data Toko Madura di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo, sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Data Toko Madura**

Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo Tahun 2022

No	Nama Desa	Jumlah toko Madura	No	Nama Desa	Jumah Toko Madura	No	Nama Desa	Jumlah Toko Madura
1	Keramat Jegu	75	9	Krembangan	22	17	Kedungturi	63
2	Trosbo	67	10	Tawang Sari	32	18	Taman	102
3	Pertapan Maduretno	25	11	Kletek	58	19	Kalijaten	111
4	Tanjungsari	68	12	Jemundo	38	20	Ngelom	40
5	Sidodadi	35	13	Sadang	31	21	Wonocolo	65
6	Bringinbendo	50	14	Geluran	196	22	Ketagen	50
7	SambIbulu	55	15	Bohar	27	23	Bebekan	70
8	Gilang	41	16	Wage	118	24	sepanjang	80
<b>Jumlah : 1.519</b>								



**Tabel 4.5**  
**Data Toko Madura**  
**Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo Tahun 2023**

No	Nama Desa	Jumlah Toko Madura	No	Nama Desa	Jumah Toko Madura	No	Nama Desa	Jumlah Toko Madura
1	Keramat Jegu	37	9	Krembangan	37	17	Kedungturi	99
2	Trosbo	60	10	Tawang Sari	48	18	Taman	43
3	Pertapan Maduretno	65	11	Kletek	136	19	Kalijaten	76
4	Tanjungsari	36	12	Jemundo	103	20	Ngelom	67
5	Sidodadi	46	13	Sadang	94	21	Wonocolo	73
6	Bringinbendo	135	14	Geluran	55	22	Ketagen	50
7	SambIbulu	65	15	Bohar	27	23	Bebekan	70
8	Gilang	25	16	Wage	118	24	Sepanjang	80
<b>Jumlah : 1.645</b>								

Dari data tabel diatas, pada tahun 2022 sampai 2023 Toko Madura di Desa Kedungturi Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo mengalami peningkatan dari 1.519 menjadi 1.645.

### C. Pembahasan temuan

Dari hasil waawancara tersebut terungkap adanya masalah signifikan dalam sistem perdagangan di toko madara yang ada di Kecamatan Taman Kabupaten sidoarjo. Pembahasan ini akan mengidentifikasi pola dan mekanisme sitem perdagangan di Toko Madura dan juga akan mengeksplorasi faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi keputusan oknum pemilik toko dalam menetapkan harga, termasuk kemungkinan adanya motif ekonomi dan sosial dibalik praktek ini.

## **1. Pandangan Hukum Persaingan Usaha terhadap UMKM Toko Madura Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo**

Perlindungan bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau biasa dikenal dengan singkatan UMKM seperti Toko Madura sebenarnya adalah salah satu hal yang perlu diperhatikan, karena suatu kelompok ini adalah jenis usaha yang cukup punya banyak minat dalam memulai bisnis bagi masyarakat di Indonesia. Dampak yang dihasilkan pada perekonomian Indonesia tentu sangat signifikan hal ini yang membuat UMKM khususnya Toko Madura semakin banyak diminati dan Dilakukan oleh para pelaku usaha untuk menghasilkan pendapatan, dengan banyaknya persaingan di pasar, hal ini harus diimbangi dengan adanya perlindungan hukum yang dapat menjadi pedoman bagi pelaku UMKM, khususnya Toko Madura.

Berikut perlindungan hukum yang peneliti temukan yaitu Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan, Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pembangunan Usaha Kecil, Instruksi Presiden Nomor 10 Tahun 1999 tentang Pemberdayaan Usaha Menengah, Keputusan Presiden (KEPPRES) Nomor 127 Tahun 2001 yang mengatur bidang atau jenis usaha yang diperuntukkan bagi usaha kecil serta bidang atau jenis yang terbuka untuk usaha menengah atau besar dengan syarat kemitraan, dan Keputusan Presiden Nomor 56 Tahun 2002 tentang Restrukturisasi Kredit Usaha Kecil dan Menengah.

Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor PER-07/MBU/05/2015 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil Dan program Bina Lingkungan, Peraturan Menteri Negara BUMN PER-05/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan BUMN, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah.

Terdapat berbagai regulasi terkait UMKM, khususnya untuk Toko Madura, yang menunjukkan bahwa pemerintah terus berupaya memberikan perlindungan hukum yang efektif bagi para pelaku UMKM. Peraturan-peraturan ini dibuat pada masanya dan jika ada perubahan atau ketidakakuratan, pihak terkait akan memperbarui atau membuat peraturan baru. Sebagai langkah pemerintah dalam meningkatkan kualitas dan mutu UMKM, termasuk Toko Madura, semua regulasi yang relevan dimuat dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Tujuan dari undang-undang ini adalah untuk melindungi pelaku UMKM seperti Toko Madura dari segala kemungkinan risiko di pasar dan juga sebagai pedoman agar mereka dapat menjalankan usaha sesuai dengan prinsip moral, hukum, dan mewajibkan yang berlaku umum.

## 2. Pandangan Hukum Ekonomi Syariah terhadap UMKM Toko Madura di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo

Dalam melakukan transaksi perdagangan, Allah memerintahkan umat manusia untuk melakukannya dengan jujur dan adil. Prinsip-prinsip tata tertib dalam perdagangan ini dijelaskan dalam Surat Hud ayat 84-85:<sup>71</sup>

﴿ وَإِلَىٰ مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا ۚ قَالَ يَنْقُومِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنِّ إِلَهِ غَيْرُهُ ۗ وَلَا تَنْقُصُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ ۚ إِنِّي أُرْسِلُكُمْ بِخَيْرٍ وَإِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ مُّحِيطٍ ﴿٨٤﴾ وَيَنْقُومِ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَمْثِيَّتَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿٨٥﴾ ۗ ﴾

Artinya : “Dan kepada (penduduk) Mad-yan (kami utus) saudara mereka, Syu'aib. ia berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tiada Tuhan bagimu selain Dia. dan janganlah kamu kurangi takaran dan timbangan, Sesungguhnya aku melihat kamu dalam Keadaan yang baik (mampu) dan Sesungguhnya aku khawatir terhadapmu akan azab hari yang membinasakan (kiamat)." dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan.” (Qs. Hud, Ayat.84-85).

Demikian pula dalam Surat Al-An'am 152, yang mengatur tentang takaran dan timbangan dalam perniagaan.<sup>72</sup>

<sup>71</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan terjemahan*, (Bandung: Al-Qur'an Al-Qosbah, 2021), 231.

<sup>72</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan terjemahan*, (Bandung: Al-Qur'an Al-Qosbah, 2021), 149.

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ<sup>ط</sup> وَأَوْفُوا<sup>ط</sup>  
 الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ<sup>ط</sup> لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا<sup>ط</sup> وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدُوا<sup>ط</sup>  
 وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ<sup>ط</sup> وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا<sup>ط</sup> ذَلِكُمْ وَصَّيْنَاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ  
 تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾

Artinya : “Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu Berlaku adil, Kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.” (Qs. Al-An’am, Ayat:152).

Makna dari ayat tersebut adalah untuk menyampaikan kebenaran meskipun hal itu dapat merugikan kerabat sendiri. Oleh karena itu, dalam bermuamalah, penting untuk menyampaikan informasi secara jujur dan tidak menyembunyikan detail yang relevan dalam proses permintaan dan penawaran. Menyembunyikan informasi dapat merugikan pihak lain. Intinya, penuhilah semua perintah-Nya agar tidak ada di antara kalian yang dirugikan.

Etika perdagangan bagi seorang Muslim diatur dalam berbagai ayat yang telah disebutkan sebelumnya. Penulis ingin menyoroti beberapa hal yang perlu dihindari dalam perdagangan agar nilai-nilai kejujuran tetap

terjaga. Menurut Syekh Muhammad Yusuf Qardhawi, terdapat beberapa larangan dalam perdagangan yang harus diperhatikan :<sup>73</sup>

- a. Menjual Sesuatu yang Haram, hal ini sesuai dengan Sabda Rasulullah: *"Sesungguhnya Allah dan RasulNya telah mengharamkan memperdagangkan arak, bangkai, babi dan patung."* (Riwayat Bukhari dan Muslim), jadi secara hukumnya Haram untuk dilakukan.
- b. Menjual barang yang masih belum jelas. Setiap transaksi perdagangan memiliki potensi untuk menimbulkan masalah, terutama jika barang yang dijual tidak diketahui dengan jelas atau terdapat unsur penipuan yang dapat menyebabkan konflik antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu, praktik perdagangan semacam ini dilarang. Namun jika ketidakjelasan tersebut tidak signifikan dan berdasarkan pada kebiasaan yang berlaku (urfiah), maka hal itu tidak dianggap haram. Contohnya termasuk menjual barang-barang yang ada di dalam tanah, seperti wortel, lobak, dan bawang, serta menjual buah-buahan seperti mentimun semangka dan sebagainya. Begitulah menurut madzhab Malik, yang membolehkan menjual semua yang sangat dibutuhkan yang kiranya kesamarannya itu tidak banyak dan memberatkan di waktu terjadinya aqad.
- c. Mempermainkan Harga, dalam Islam memberikan kebebasan pasar, dan menyerahkannya kepada hukum naluri yang kiranya dapat melaksanakan fungsinya selaras dengan penawaran dan permintaan.

---

<sup>73</sup> Windri, *Perdagangan Dalam Islam, Al-Masharif*, Vol.3, No.2 ( Desember 2015), 29.

Hal ini sesuai dengan hadis Rasulullah s.a.w.: *“Allahlah yang menentukan harga, yang mencabut, yang meluaskan dan yang memberi rezeki. Saya mengharap ingin bertemu Allah sedang tidak ada seorang pun di antara kamu yang meminta saya supaya berbuat zalim baik terhadap darah maupun harta benda.”* (Riwayat Ahmad, Abu Daud, Tarmizi, Ibnu Majah, ad-Darimi dan Abu Ya'la).

- d. Menimbun harta, menimbun harta sangat dilarang, hal ini sesuai dengan hadis Rasulullah s.a.w. melarang menimbun dengan ungkapan yang sangat keras. *“Barangsiapa menimbun bahan makanan selama empat puluh malam, maka sungguh Allah tidak lagi perlu kepadanya.”* (Riwayat Ahmad, Hakim, Ibnu Abu Syaibah dan Bazzar).

Dalam kesempatan yang lain peneliti juga mewawancarai seorang ustad Zulkifli mengenai pandangan islam terkait dengan kenaikan harga barang yang tidak adil oleh oknum Toko Madura sebagai berikut:

“Dalam islam, prinsip keadilan sangat ditekankan, terutama dalam muamalah atau hubungan antar sesama manusia, termasuk dalam jual beli. Nabi Muhammad SAW telah memberikan contoh dalam menjaga kejujuran dan keadilan dalam berdagang salah satu hadis beliau menyebutkan “barang siapa menipu maka ia bukan dari golonganku” ini mengindikasikan netapa beratnya dosa menipu termasuk menaikkan harga secara tidak wajar.”<sup>74</sup>

Tidak hanya itu Ustadz Zulkifli juga menjelaskan dampak dari prilaku tersebut menurut pandangan Islam sebagai berikut:

---

<sup>74</sup> Ustadz Zulkifli, (sebagai pemuka agama), 12 Oktober 2024.

“Dampaknya sangat besar, baik secara sosial maupun agama. Pertama tindakan tersebut merugikan masyarakat yang membutuhkan barang dengan harga wajar. Dalam islam, prinsip masalah ayau kemaslahatan umum sangat dijunjung tinggi jika ada pedagang yang sengaja menaikkan harga untuk mengambil keuntungan besar dari kesusahan orang lain, maka itu bertentangan dengan prinsip masalah. Kedua prilaku tersebut dapat merusak kepercayaan masyarakat terhadap para pedagang.”<sup>75</sup>

Dari hasil waawancara tersebut dalam sistem perdagangan (muamalah) yang dilakukan oleh Bapak Fathurrohman tidak sesuai dengan asas-asas atau perinsip-perinsip muamalah yaitu harus dilakukan berdasarkan pertimbangan yang bisa mendatangkan manfaat dan mampu menghindarkan mudharat dalam hidup masyarakat pada umumnya, tetap memelihara nilai keadilan dan dilakukan atas dasar suka rela, tanpa mengandung unsur paksaan.

Sedangkan yang dilakukan oleh mayoritas pemilik Toko Madura tidak mempertimbangkan asas-asas atau prinsip diatas sehingganya perdagangan (muamalah) yang dilakukan pemilik Toko Madura bukan mendatangkan masalah bagi masyarakat umum tapi malah membuat mudharat. Sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, mayoritas peilik toko memanfaatkan situasi karena ada orang baru yang menggunakan mobil, pakainnya ber- jas. Lalu harga yang pada umumnya dinaikkan sesuka hatinya, hal ini jelas melanggar prinsip-prinsip yang di anjurkan dalam berdagang (muamalah). Tidak hanya itu sifat nakal mayoritas pedagangan muncul ketika ada orang baru yang dianggap tidak

---

<sup>75</sup> Ustadz Zulkifli, (sebagai pemuka agama), 12 oktober 2024.



akan kembali untuk ber-belanja ditokonya juga diberi harga yang tidak pada umumnya karna mereka melihat gaya pelanggan yang sombong dan dianggap tidak baik, padahal hal ini bukan alasan untuk memperbolehkan menaikkan harga sesuka hati dalam berdagang (muamalah).

Sifat nakal dalam menaikkan harga tidak berhenti disana tapi tetap berlangsung ketika ada pelanggan yang dianggap cerewet dan berbelanja karena ada maunya seperti ingin berhutang. Semua hal inilah yang meyakinkan peneliti bahwa sistem perdangan yang dilakukan sudah menyalahi asas-asas atau prinsip berdagang (muamalah).

Padahal dalam melakukan perdagangan seseorang dianjurkan untuk bersikap jujur sebagaimana dalam sebuah hadis yang diriwayakan oleh Mu'adz bin Jabal radhiyallahu 'anhu, ia berkata: Rasulullah shallallahu alaihi wasallam bersabda:<sup>76</sup>

ان أطيّب الكسب كسب التجار الذي اذا حدثوا لم يكذبوا و اذا ائتمنوا لم يخونوا و اذا وعدوا لم يخلفوا و اذا اشتروا لم يذموا و اذا باعوا لم يظروا و اذا كان عليهم لم يظلموا و اذا كان لهم لم يعسروا.

Artinya: “Sesungguhnya sebaik-baik penghasilan ialah penghasilan para pedagang yang mana apabila berbicara tidak bohong, apabila diberi amanah tidak khianat, apabila berjanji tidak mengingkarinya, apabila membeli tidak mencela, apabila menjual tidak berlebihan (dalam menaikkan harga), apabila berhutang tidak menunda-nunda pelunasan dan apabila menagih hutang tidak memperberat orang yang sedang kesulitan”

Menanggapi hadits di atas, para pedagang sebaiknya bersikap jujur, menghindari penipuan, tidak berbohong, dan tidak ingkar janji.

<sup>76</sup> Alwi Musa Muzaiyin, *Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus di Pasar Loak Jagalan Kediri)*, Vol.2, No.1 (Januari 2018), 78.

Intinya, para pedagang diharapkan untuk berpikir transparan dalam setiap transaksi. Mereka harus memberikan informasi yang akurat mengenai kondisi barang, harga, dan memberikan informasi positif kepada pembeli. Banyak pembeli yang kurang memahami situasi pasar, informasi harga, dan kondisi sosial yang ada. Dalam situasi seperti ini, penjual seharusnya berperan sebagai mitra yang kooperatif dalam bisnis, bukan memanfaatkan keadaan untuk meraih keuntungan maksimal, yang dapat menimbulkan dampak negatif di masa depan.

Berdasarkan hal di atas bahwa hal ini dilakukan didasari hanya karena kondisi jualannya yang dilihat kurang ramai, hal inilah yang kemudian menyebabkan mereka mengambil keputusan yang tidak sesuai dengan asas-asas atau prinsip yang ditetapkan dalam berdagang (muamalah) yang pada intinya diajarkan bagaimana bukan hanya mendapatkan keuntungan dunia saja, tapi juga keuntungan akhirat.

Menurut peneliti strategi yang digunakan khususnya bagian pemasarannya adalah menerapkan gaya pemasaran *segmentasi geografis* dan *segmentasi demografis*. Menurut analisis peneliti strategi ini sudah sangat relevan untuk digunakan, disamping karena antara tetangga dan toko yang sangat dekat juga didukung dengan anggapan mereka jika berbelanja di toko ini bisa menghemat waktu dan biaya transportasi. gaya pemasaran *segmentasi demografis*, menurut peneliti diperoleh dari hasil pengamatan pemilik toko yang beranggapan bahwa yang membutuhkan tempat belanja yang cepat dan praktis selain tetangga adalah ojol dan kurir.

Diketahui bahwa ojol dan kurir adalah salah satu profesi yang memiliki waktu terbatas dan sering berada di jalan, sehingganya pertimbangan mereka berbelanja di Toko Madura adalah pilihan yang sangat tepat. Sedangkan untuk strategi *visual merchandising* yang digunakan dalam Analisis peneliti termasuk pilihan yang tepat karena model tata letak produk tentu bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan menarik perhatian pelanggan, karena tidak dapat dipungkiri bahwa model ini adalah aspek penting dalam ritel yang mempengaruhi cara pelanggan berinteraksi dengan produk dan toko secara keseluruhan, sehingganya dapat menciptakan lingkungan belanja yang menarik dan meningkatkan peluang penjualan yang lebih signifikan.

Tidak hanya itu. Toko Madura Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo juga menggunakan strategi *customer service* dalam pengertiannya *customer service* adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh UMKM untuk melayani, mendukung, dan memuaskan pelanggan mereka. Analisis yang diperoleh oleh peneliti melalui wawancara Dalam usaha UMKM khususnya Toko Madura lebih mengarah ke strategi *customer engagement* atau *engaging customer service* hal ini tentu juga bertujuan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan menciptakan pengalaman positif yang mendorong loyalitas pelanggan sehingganya dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menarik dan memuaskan yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Strategi-strategi diatas juga tidak akan berjalan efektif jika tidak didukung dengan krakter yang berbeda. Sudah umum kirannya jika orag berdagang tentu menginginkan keuntungan yang banyak, namun berbeda dengan Toko Madura yang ada di kawasan Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo. mereka lebih memilih strategi *margin* rendah dengan tujuan untuk menarik lebih banyak pelanggan melalui harga yang lebih kompetitif, meningkatkan volume penjualan dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan secara keseluruhan. Dengan menerapkan strategi *margin* rendah secara efektif tentu juga akan manjadikan strategi-strategi sebelumnya menjadi lebih lengkap dan sempurna karna hal ini dapat meningkatkan daya saing yang baik bahkan karena ini lah pelanggan lebih ingin berbelanja pada UMKM skitar khususnya Toko Madura. Tidak cukup dengan strategi yang baik dan matang.

Berdagang juga membutuhkan yang namanya strategi manajemen keuangan dalam pengertiannya strategi manajemen keuangan adalah pendekatan terhadap pengelolaan sumber daya keuangan dengan fokus pada pengaturan dana, pemantauan arus kas, pengelolaan resiko keuangan, dan pengambilan keputusan keuangan yang tepat. Analisis yang diperoleh oleh peneliti melalui wawancara Dalam usaha UMKM khususnya Toko Madura manajemen keuangan sangat berperan penting dalam berdagang, tentu hal ini dilakukan bertujuan untuk mencapai hasil yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis sehingganya bisnis yang ditekuni

dapat memperkuat posisi tokonya di pasar, meningkatkan daya saing, dan menciptakan nilai tambah bagi bisnisnya.

Dalam perspektif Islam, perdagangan merupakan bagian penting dari kehidupan yang termasuk dalam kategori muamalah, yaitu hubungan horizontal antara manusia. Meskipun demikian, sektor ini mendapat perhatian khusus dalam ekonomi Islam karena keterkaitannya yang langsung dengan sektor riil. Sistem ekonomi Islam lebih mengutamakan sektor riil dibandingkan sektor moneter, dan transaksi jual beli menjadi jembatan antara kedua sektor tersebut. Untuk menjalankan kedua sektor ini secara efektif dan efisien, sebaiknya diterapkan metode ilmiah dan prinsip-prinsip manajemen.

Dalam Al-Qur'an, perdagangan secara jelas dinyatakan sebagai salah satu cara yang diperintahkan oleh Allah untuk menjauhkan manusia dari praktik yang tidak benar dalam pertukaran barang di antara sesama.

Hal ini tercermin dalam Surat An-Nisa' ayat 29:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu,

Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”  
(Qs. An-Nisa’, Ayat: 29).<sup>77</sup>

Maksud ayat diatas menjelaskan larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan, sama halnya dengan memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.

Dalam sistem perdagangan yang ada di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo yang menjadi objek penelitian peneliti sudah memenuhi karakter yang mengikuti kaidah-kaidah dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Allah hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara bahwa pemilik toko yang ada di kawasan Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo lebih fokus untuk bagaimana usaha yang dilakukan bisa berjalan dengan lancar berdasarkan strategi yang ada tanpa ada niatan menjatuhkan pesaing-pesain yang ada. Dengan demikian, aktivitas perdagangan yang dilakukan sesuai dengan ketentuan agama memiliki nilai ibadah. Selain memperoleh keuntungan materi untuk memenuhi kebutuhan ekonomi, pemilik toko juga dapat mendekatkan diri kepada Allah SWT. Setiap usaha perdagangan yang mengandung tujuan eskatologis seperti ini secara otomatis memiliki karakteristik khusus yang berasal dari nilai-nilai ilahi. Karakteristik tersebut menjadi ciri khas perdagangan yang Islami, yang membedakannya dari pola perdagangan lainnya yang tidak sesuai dengan prinsip Islam.

---

<sup>77</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan terjemahan*, (Bandung: Al-Qur'an Al-Qosbah, 2021), 83.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan analisis yang dilakukan peneliti perdagangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) Toko Madura menurut hukum persaingan usaha dan hukum ekonomi syariah dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Bahwa Perlindungan bagi UMKM seperti Toko Madura menurut hukum persaingan usaha di atur dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan, Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pembangunan Usaha Kecil, Instruksi Presiden Nomor 10 Tahun 1999 tentang Pemberdayaan Usaha Menengah, serta Keputusan Presiden (KEPPRES) Nomor 127 Tahun 2001 yang mengatur bidang atau jenis usaha yang diperuntukkan bagi usaha kecil dan jenis usaha yang terbuka untuk usaha menengah atau besar dengan syarat kemitraan, dan Keputusan Presiden Nomor 56 Tahun 2002 tentang Restrukturisasi Kredit Usaha Kecil dan Menengah. Selain itu terdapat juga Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor PER-07/MBU/05/2015 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN, serta Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Terakhir, ada juga Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 yang mengatur pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

2. Bahwa perdagangan Toko Madura dalam sudut pandang hukum ekonomi syari'ah yang ada di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo tidak sesuai dengan prinsip syariah yang mana pedagang perlu bersikap jujur, menghindari penipuan, dan tidak ingkar janji. Intinya, para pedagang diharapkan untuk berpikir transparan dalam setiap transaksi. Mereka harus memberikan informasi yang akurat mengenai kondisi barang, harga, dan memberikan informasi positif kepada pembeli. Banyak pembeli yang kurang memahami situasi pasar, informasi harga, dan kondisi sosial yang ada. Dalam situasi seperti ini, penjual seharusnya berperan sebagai mitra yang kooperatif dalam bisnis, bukan memanfaatkan keadaan untuk meraih keuntungan maksimal, yang dapat menimbulkan dampak negatif di masa depan.

#### **B. Saran**

Dari seluruh pemaparan dan juga kesimpulan diatas, terdapat

beberapa saran yang disampaikan oleh eneliti yaitu:

1. UMKM seperti Toko Madura dapat mendaftarkan usaha secara resmi sehingga dapat memberikan perlindungan hukum dan menghindarkan dari resiko sengketa atau masalah pajak yang mungkin timbul dimasa depan.
2. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen di Toko-Toko Madura, serta efektivitas



berbagai strategi pemasaran yang digunakan. Penelitian ini dapat membantu pedagang dalam memahami kebutuhan dan preferensi konsumen dengan lebih baik selain itu Toko-Toko Madura di Kecamatan Taman sebaiknya fokus pada peningkatan kualitas layanan konsumen. Hal ini termasuk transparansi harga, pelayanan yang ramah, dan kebijakan pengembalian barang yang jelas. Peningkatan layanan konsumen dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdul, Muhammad Manan, *Teori Dan Praktik Ekonomi Islam* Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1997.
- Abdussomad, Zuchri, *Metode Penelitian Kualitatif*, Makassar: CV.Syakir Media Presss, 2021.
- Al- Qaradhwi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Syariah*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Amir, Amir., *Ekonomi Dan Keuangan Islam*, Jakarta: Pustaka Muda, 2015.
- Asshiddiqie, Jimly, *Konstitusi Ekonomi*, Jakarta : Kompas Media Nusantara, 2010.
- Bobo, Julius, *Transformasi Ekonomi Rakyat*, Jakarta: Cidesindo, 2003.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan terjemahan*, Bandung: Al-Qur'an Al-Qosbah, 2021.
- Diphayana., Wahono, *Perdagangan internasional*, Sleman: CV. Budi Utama, 2018.
- Efendi, Jonaedi, prasetijo rijadi, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Jakarta: kencana, 2016.
- Etal, Suhardi, *Hukum Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia*, Jakarta: Akademia Permata, 2012.
- Fahmi, Andi Lubis, Anna Maria Tri Anggraini, Budi Kangramanto, Ningrum Natasya Sirait, Sukarmi, Syamsul Maarif, Udin Silalahi., *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks Dan Konteks*, Jakarta: Creative Media, 2009.
- Hadi, Sjaichul Purnomo, *Formula Zakat, Menuju Kesejahteraan Sosial*, Surabaya: Aulioa, 2005.
- Idri, *Hadis Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*, Jakarta: Kencana, 2015.
- Kagramanto, Budi, *Mengenal Hukum Persaingan Usaha*, Sidoarjo: Laras, 2010.
- Kamal, Mustafa Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya Di Indonesia*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2010,76.

- Kholida, Putra Haloman, Nurhotia Harahap, Ihsan Helmi Lubis, Agustina Damanik, Santi Marito hasIbuan, Yarham, Darania Anisa, Misbah Mardiah, Nasruddin Khalil Harahap, Neila Hifzhi Siregar, Nada Putri Rohana, *Hukum Ekonomi Syariah*, Yogyakarta; Semetsa aksara, 2023.
- Manan, Abdul., *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, Jakarta: Kencana, 2016.
- Margono, Suyud, *Hukum Anti Monopoli*, Jakarta: Sinar Grafiaka, 2009.
- Mufid, *Kaidah Fiqh Ekonomi Syariah Teori dan Aplikasi Praktek*, Makassar: Zahra Litera, 2017.
- Murdiyanto, Eko, *metode penelitian kualitatif*, Yogyakarta: UPN Veteran, 2020.
- Nadapdap, Binoto, *Hukum Acara Persaingan Usaha*, Jakarta: Jala Permata Aksara, 2009.
- Natasya, Ningrum Sirait, *Ikhtisar Ketentuan Persaingan Usaha*, Jakarta: PT.Gramedia, 2010.
- Nazir, Moh., *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- Prasetyo, Yoyok, *Ekonomi Islam*, Bandung: Aria Mandiri Group, 2018.
- Qustulani, Muhammad, *Hukum Dagang*, Tangerang: PSP Nusantara Press, 2018.
- Raharjo, Handri. *Hukum Perjanjian di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2009.
- Rawasi, Muhammad Qal'aji, *Mahabis Fil Iqtishad Al-Islamiyah*, Kairo: Matba'ah al-Istiqomah, 1939.
- Rumadi, Ahmad, M. Afif Hasbullah, Marzuki Wahid, Khamami Zada, Mahbub Ma'arif, Irwan Masduki, Idris Masudi, Abdullah Ubaid, *Fikih Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: Lakpesdam PBNU, KPPU, 2019.
- Saefullah, Encep., Nani Rohaeni, Tabroni, *manajemen usaha mikro kecil dan menengah umkm*, Purbalingga: CV. Eureka media aksara, 2022.
- Sekretariat Negara Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*, Pasal 6 ayat (1) dan (2).
- Shomad, Abdul, *Hukum Islam Penormaan Prinsip Syariah Dalam Hukum Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Solikin, Nur, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Pasuruan: CV.Penerbit Qiara Media, 2019.

Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: PT.Intermasa, 2002.

Tanjung, Hendri, *Pilar-Pilar Ekonomi Islam* Jakarta: Gramata Pub, 2013.

Tim Penyusun, *Pedoman Karya Ilmiah*, Jember: UIN KHAS Jember press, 2020.

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember:  
*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, UIN KHAS Jember Press, 2024.

### **Skripsi**

Asror, Khazinatul. "Analisis Strategi Persaingan Usaha Pada UD. Berkah Anugrah Dalam Meningkatkan Pendapatan." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022.

Firmansyah. "Tinjauan Yuridis Terhadap Penerapan Prinsip Keseimbangan Dalam Persaingan Usaha Minimarket di Kota Makassar." Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017.

Marista, Dina. "Analisis Persaingan Usaha di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam." Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.

Rahayu, Sri Dina Rossi Utami, *Teori Ekonomi Mikro*, Palembang: Universitas Muhammadiyah, 2015.

Reza, Indria pramesty. "Analisis Dampak Keberadaan Mini Market Untuk Keberlangsungan Toko Kelontong di Desa Pringgowiran Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember." Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023.

### **Jurnal**

Nuradifa, Fenda Cikha, Agus Machfud Fauzi, "Modal Sosial Pedagang Toko Kelontong Madura Diperatauan," Vol.12, No.1 (2023): 242.

Maharani, Adellia, adie dwiyanto nurlukman, "peran pemerintah dalam pengembangan UMKM melalui sosial media dan e-commerce," tanggerang, sebatik, vol.27.

Lestari, Sri, Burhanudin Ahmad Yani, Ida Aryati DPW, "Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Minimarket Modern Dan Toko Kelontong Di Desa Kartonatan, Karta Sura, Sukoharjo," Vol.05, No.02 (2021): 1033.

- Sarwoko, Endi, *“Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Diwilayah Kabupaten Malang,”* Vol.4, No.2 (Juni 2008): 99.
- Ani, Heni Nuraeni, Shafwatun Nada, *“Etika Perdagangan Perspektif Islam,”* Vol.9, No.02, (2023): 2894.
- Noyyan, Risky Putra, *”Urgensi Keberadaan Hukum Persaingan Usaha Dan Anti Monopoli Di Indonesia,”* Vol.1, 39.
- Rahmini, Yuli Suci, *“Perkembangan UMKM Di Indonesia,”* Vol.6 (2017): 54.
- Cahlanang, Muhammad Prandawa, Hasse Jubba, Fahmi Robiatun NB, Tri Ulfa Wardani, *“perkembangan ekonomi islam di indonesia antara peluang dan tantangan,”* Vol.8, No.1 (Januari 2022): 32.
- Maharani, Adellia, Adie Dwiyanto Nurlukman, *“Peran Pemerintah Dalam Pengembangan UMKM Melalui Sosial Media dan E-Commerce,”* Vol.27, No.1 (Juni 2023): 335.
- Al-hasan, Zaki, Fauzi Arifin, *“Analisis Kontribusi UMKM Terhadap Tenaga Kerja Dan Ekspor,”* Vol.1, No.1 (Juni 2023): 2.
- Arliman, Laurensius S., *“Perlindungan Hukum UMKM Dari Exploitasi Ekonomi Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat,”* Vol.6, No.3 (2017), 397.
- Apriani, Desi, Zulherman Idris, *“Relevansi Pengecualian Pelaku Usaha Kecil Menurut Hukum Persaingan Indonesia Di Era Globalisasi Ekonomi. Jurnal Legislasi Indonesia,”* Vol.17, No.4 (2020), 478.
- Suran, Ayup Ningsih, *“Implikasi Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM),”* Vol. 19, No.2 (2019), 210.
- Windri, *“Perdagangan Dalam Islam, Al-Masharif,”* Vol.3, No.2 ( Desember 2015), 29.
- Musa, Alwi Muzaiyin, *“Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus di Pasar Loak Jagalan Kediri),”* Vol.2, No.1 (Januari 2018), 78.
- Wawancara**
- Afifuddin, Achmad, (sebagai Analis Kebijakan Muda di KPPU kanwil IV Surabaya), 08 oktober 2024.

Fathurrohman, pedagang, wawancara di Toko Madura Kecamatan Taman, 03 juni 2024.

Sayyiidi, Moh., pedagang, wawancara di Toko Madura di kecaamatan Taman, 03 juni 2024.

Qomariyah, pembeli di Toko Madura Kecamatan Taman, 04 juni 2024.

Aini, Qurrotul, pedagang, wawancara di Toko Madura Kecamatan Taman, 03 juni 2024.

Zulkifli, Ustadz, (sebagai pemuka agama), 12 Oktober 2024.

### Website

Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo, *Kecamatan Taman Dalam Angka 2021*, Di Akses Pada Tanggal 28 Oktober 2024. <https://Sidoarjokab.bps.go.id/publication/2021/09/24/ee5eb916ecf07500bd5171be/Kecamatan-Taman-dalam-angka-2021.html>.

Imam Mahdi, *Toko Kelontong Madura Sang Penguasa Mini Retail di Ibu Kota*, Di Akses Pada Tanggal 28 Oktober 2024. <https://kumparan.com/imam-mahdi-1641786241568885689/toko-kelontong-madura-sang-penguasa-mini-retail-di-Ibu-kota-1xO5eO8rnXg/1>.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### PEDOMAN OBSERVASI

Dalam pengamatan (observasi) yang dilakukan adalah mengamati beberapa sistem perdagangan dan kejangalan yang dilakukan pemilik Toko Madura di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo :

#### A. Tujuan

Untuk memperoleh data-data dan informasi tentang sistem perdagangan yang dilakukan Toko Madura di kawasan Taman Kabupaten Sidoarjo.

#### B. Aspek yang diamati

- 1 Strategi pemasaran Toko Madura.
- 2 Strategi *visual merchandising* Toko Madura.
- 3 Strategi *customer service* Toko Madura.
- 4 Strategi *margin* rendah Toko Madura.
- 5 Strategi manajemen keuangan Toko Madura.
- 6 Persoalan kenaikan harga yang di lakukan pedangang di Toko Madura pada orang tertentu.

## PEDOMAN WAWANCARA

### A. Tujuan

Untuk mengetahui bagaimana sistem perdagangan yang dilakukan pedagang Toko Madura dan persoalan kenaikan harga yang diakukan oleh pedagang tersebut di Toko Madura Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo.

### B. Pertanyaan panduan wawancara

- 1 Mengapa UMKM seperti toko tradisional Madura perlu mendapatkan perlindungan Hukum?
- 2 Apa perlindungan Hukum yang seharusnya diberikan kepada UMKM seperti Toko Madura?
- 3 Bagaimana sistem pemasaran yang diterapkan pada Toko Madura di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo?
- 4 Bagaimana cara supaya pembeli bisa tertarik untuk berbelanja di Toko Madura Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo?
- 5 Apakah ada trik khusus yang dilakukan supaya pelanggan bisa tertarik untuk membeli kebutuhannya di Toko Madura ini?
- 6 Apakah ada cara yang dilakukan untuk melayani pelanggan sehingga dia merasa senang untuk berbelanja di Toko Madura ini?
- 7 Bagaimana sistem penentuan harga yang ditetapkan pada barang yang ingin dijual di Toko Madura ini?
- 8 Bagaimana sistem pengelolaan keuangan yang dilakukan sehingga Toko Madura ini bisa tetap bertahan dan berkembang?



- 9 Apakah ada perilaku yang kurang jujur yang pernah dilakukan dalam berdagang ini?
- 10 Apa yang dirasakan ketika mendapatkan perilaku yang tidak jujur dari pedagang Toko Madura dan apa harapan yang ingin disampaikan supaya perilaku ini tidak terjadi lagi?
- 11 Bagaimana pandangan Islam terkait dengan kenaikan harga barang yang dilakukan secara tidak adil oleh oknum pedagang khususnya di Toko-Toko Madura?
- 12 Apa dampak dari perilaku tersebut menurut pandangan Islam?





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Mataram No. 1 Mangli, Jember, Kode Pos 68136 Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005  
e-mail: [syariah@uinkhas.ac.id](mailto:syariah@uinkhas.ac.id) Website: [www.fsyariah.uinkhas.ac.id](http://www.fsyariah.uinkhas.ac.id)



No : B- 4196/Un.22/ 4/ PP.00.9/09/2024

23 September 2024

Hal : Permohonan Izin Penelitian Lapangan

Yth : Kepala Biro Hubungan Masyarakat dan Kerjasama  
Komisi Pengawas Persaingan Usaha Surabaya  
di  
Tempat

Diberitahukan dengan hormat bahwa untuk penyelesaian Program Sarjana Strata Satu di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin kegiatan lapangan kepada mahasiswa berikut :

Nama : Abd.Waris  
NIM : 204102020039  
Semester : 9 (sembilan)  
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : PERDAGANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) TOKO MADURA MENURUT HUKUM PERSAINGAN USAHA DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH (STUDI KASUS DESA KESA KEDUNGTURI KECAMATAN TAMAN KABUPATEN SIDOARJO)

Demikian surat permohonan ini, atas perhatian dan kerjasamanya, disampaikan terimakasih.

Dekan,



Wildani Hefni



## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Abd. waris

Nim : 204102020039

Jurusan/prodi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Memberi pernyataan bahwa hasil dari penelitian yang dilakukan tidak mengandung unsur menjiplak hasil dari orang lain. Hal tersebut dikecualikan bagi kutipan-kutipan yang disertai dengan sumber rujukan baik berbentuk footnote maupun daftar pustaka.

Jika dikemudian hari hasil dari penelitian ini mengandung unsur-unsur yang menjiplak hasil karya orang lain. Maka saya siap proses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Dengan surat ini dibuat sebagai bentuk pernyataan keaslian tulisan. Surat ini dibuat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Jember, 23 oktober 2024

Saya yang menyatakan



Abd. Waris

NIM. 204102020039



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS SYARIAH



Jl. Mataram No. 1 Mangli, Jember, Kode Pos 68136 Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005  
e-mail: [syariah@uinkhas.ac.id](mailto:syariah@uinkhas.ac.id) Website: [www.fsyariah.uinkhas.ac.id](http://www.fsyariah.uinkhas.ac.id)

No : B-1022/ Un.22/ 4/ PP.00.9/ 3 / 2024 29 Mei 2024

Hal : Permohonan Izin Penelitian Lapangan

Yth : Pimpinan (toko madura di kecamatan taman)

di

Tempat

Diberitahukan dengan hormat bahwa untuk penyelesaian tugas akhir semester mata kuliah Skripsi di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan (toko Madura di kecamatan taman) untuk memberikan izin kegiatan Penelitian Lapangan kepada mahasiswa berikut :

1. Abd.waris (204102020039)

Demikian surat permohonan ini, atas perhatian dan kerjasamanya, disampaikan terimakasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Dekan,



Wildani Hefni





**KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA REPUBLIK  
INDONESIA**

**KANTOR WILAYAH IV**

(Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur)

Jalan Embong Sawo No 36, Embong Kaliasin

Kec Genteng, Surabaya, Jawa Timur - 60271

Telepon : (031) 35979077

Nomor : 232.1/Wil.IV/S/X/2024  
Sifat : Penting  
Perihal : surat selesai penelitian  
Lampiran :-

Surabaya, 07 Oktober 2024

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Syariah  
Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Jl Karang Miuwo, Mangli, Kec. Kaliwates,  
Kabupaten Jember, Jawa Timur 68131

Sehubungan diskusi permohonan Penelitian dan Wawancara Mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember di Kanwil IV Surabaya, dengan ini kami mengundang untuk hadir pada kegiatan dimaksud yang akan diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Selasa, 08 Oktober 2024  
Waktu : 13.00 - 15.00 WIB  
Acara : Diskusi permohonan Penelitian dan Wawancara Mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Tempat : Ruang Kanwil IV

Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.



Kepala Kantor Wilayah IV,



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## Dokumentasi



Wawancara Dengan Ibu Qomariyah Selaku Pembeli di Toko Madura.



Wawancara Dengan Ustad Zulkifli Selaku Pemuka Agama.



Wawancara Dengan Ibu Qurrotul Aini selaku Pedagang di Toko Madura.



Wawancara dengan Bapak Moh. Sayyidi selaku pedagang di Toko Madura.



Wawancara dengan Bapak fathurrahman selaku pedagang di Toko Madura.



Wawancara Dengan Achmad Afifuddin, (Sebagai Analis Kebijakan Muda di KPPU  
kanwil IV Surabaya.).



## BIODATA PENULIS



Nama : ABD WARIS  
NIM : 204102020039  
Tempat/Tanggal lahir : Pamekasan, 26 april 2000  
Alamat : Dsn. Tobajah, Desa. Bungabaruh, Kec. Kadur,  
Kab. Pamekasan.  
Jurusan, fakultas : Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas syariah  
Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (UIN  
Khas)  
Email : [warisalfadores@gmail.com](mailto:warisalfadores@gmail.com)  
**Riwayat Pendidikan** :

1. TK Nurul Falah (2005-2006)
2. MI Nurul Falah (2006-2012)
3. MTS Nurul Falah (2012-2015)
4. MA Darul Ulum Banyuanyar (2016-2019)
5. UIN KH. Achmad Siddiq Jember (2020-2024)