

PERSAINGAN USAHA BENGGEL MOTOR RESMI  
DAN TIDAK RESMI DI KOTA PADANGSIDIMPUAN



SKRIPSI

Dijadikan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Untuk  
Mencapai Gelar Sarjana Hukum (SH)  
Dalam Bidang Hukum Ekonomi Syariah

Oleh:

SAIFUL ANWAR LUBIS  
2110200009

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2025

**PERSAINGAN USAHA BENGKEL MOTOR RESMI  
DAN TIDAK RESMI DI KOTA PADANGSIDIMPUAN**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna  
Mencapai Gelar Sarjan Hukum (SH)  
Dalam Bidang Hukum Ekonomi Syariah

Oleh:

**SAIFUL ANWAR LUBIS**  
**2110200009**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY**  
**PADANGSIDIMPUAN**  
**2025**

**PERSAINGAN USAHA BENGKEL MOTOR RESMI  
DAN TIDAK RESMI DI KOTA PADANGSIDIMPUAN**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna  
Mencapai Gelar Sarjan Hukum (SH)  
Dalam Bidang Hukum Ekonomi Syariah**

**Oleh:**

**SAIFUL ANWAR LUBIS  
2110200009**

**PEMBIMBING I**

**Dr. Habibi, S.H.M. Hum.**  
**NIP: 198008182009011020**

**PEMBIMBING II**

**Dr. Uswatun Hasanah, S.H.M.Ag**  
**NIP: 199312092020122001**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2025**





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ~**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang 22733

Telepon(0634)22080Faximile(0634)24022

Website : [fasih.uinsyahad.ac.id](http://fasih.uinsyahad.ac.id)

---

Hal : Padangsidimpuan, Juni 2025

A.n. Saiful Anwar Lubis

Lampiran : 7 (tujuh Eksamplar)

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum

UIN SYAHADA Padangsidimpuan

Di-

Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikumWr. Wb.*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi Saiful Anwar Lubis berjudul **"Persaingan Usaha Bengkel Motor Resmi Dan Tidak Resmi Di Kota Padangsidimpuan**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Hukum (S.H) dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikianlah kami sampaikan, semoga dapat memaklumi dan atas perhatiannya, diucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikumWr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

Dr. Habibi, S.H.M. Hum.  
NIP: 198008182009011020

**PEMBIMBING II**

Dr. Uswatun Hasanah, S.H.M.Ag  
NIP: 199312092020122001

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Saiful Anwar Lubis  
Nim : 2110200009  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "*Persaingan Usaha Bengkel Motor Resmi Dan Tidak Resmi Di Kota Padangsidempuan*". Dengan Hak Bebas Royaltas Non Eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/ memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan  
Pada tanggal Juni 2025  
Yang Menyatakan,



Saiful Anwar Lubis  
NIM. 2110200009

## **SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

Saya bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Saiful Anwar Lubis  
NIM : 2110200009  
Fakultas/Prodi : Syariah dan Ilmu Hukum / Hukum Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Persaingan Usaha Bengkel Motor Resmi Dan Tidak Resmi Di Kota Padangsidempuan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya serahkan ini adalah benar- benar merupakan hasil karya saya sendiri. Sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain dalam skripsi saya ini kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 ayat 4 Kode Etik Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Padangsidempuan, Juni 2025  
Menyatakan:



Saiful Anwar Lubis  
NIM: 2110200009





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM  
Jln. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sibitung 22733 Tlp (0634) 22080, Fax (0634) 24022  
Website: <http://fasih.uinsyahada.ac.id> email: [fasih@uinsyahada.ac.id](mailto:fasih@uinsyahada.ac.id)

DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Saiful Anwar Lubis  
NIM : 2110200009  
Judul Skripsi : Persaingan Usaha Bengkel Resmi dan Tidak Resmi Di Kota  
Padangsidempuan

Ketua

Sekretaris

Dr. Muhammad Arsad Nasution, M.Ag  
NIP. 19730311 200102 1 004

Drs. H. Zulpan Efendi Hasibuan, M.A  
NIP. 19640901 199303 1 006

Anggota

Dr. Muhammad Arsad Nasution, M.Ag  
NIP. 19730311 200102 1 004

Drs. H. Zulpan Efendi Hasibuan, M.A  
NIP. 19640901 199303 1 006

Dr. Kholidah, M.A  
NIP. 19720827 200003 2 002

Dr. Hj. Nursania Dasopang, S.H.I., M.S.I.  
NIP. 19891223 201903 2 012

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di

Hari/Tanggal

Pukul

Hasil/ Nilai

Indeks Prestasi Kumulatif (IPK)

Predikat

: Padangsidempuan

: Senin, 28 Juli 2025

: 09:00 WIB s/d Selesai

: 70,5 (Tujuh Puluh Koma Lima)

: 3,38

: Sangat Memuaskan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733

Telepon(0634)220800Faximile(0634)24022

Website: [fasih.uinsyahada.ac.id](http://fasih.uinsyahada.ac.id)

**PENGESAHAN**

Nomor: B- 7354 /Un.28/D/PP.00.9/09/2025

Judul Skripsi : Persaingan Usaha Bengkel Motor Resmi Dan Tidak Resmi  
Di Kota Padangsidempuan

Nama : Saiful Anwar Lubis  
NIM : 2110200009

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
Sarjana Hukum (SH.)

Padangsidempuan, 08 September 2025

Dekan,

Prof. Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag.  
NIP: 19731128 200112 1 001



## ABSTRAK

Nama : Saiful Anwar Lubis  
NIM : 2110200009  
Judul Skripsi : Persaingan Usaha Bengkel Motor Resmi Dan Tidak Resmi Di Kota Padangsidempuan

Perkembangan dunia bisnis atau usaha pada masa dulu dan masa saat ini menunjukkan adanya gejala persaingan usaha yang semakin meningkat kearah penguasaan pasar secara besar, yang dimana pelaku usaha mencari strategi yang tepat agar tidak kalah saing untuk memaksimalkan pendapatan atau laba. Tujuannya untuk mengetahui bagaimana praktik-praktik persaingan usaha bengkel resmi dan tidak resmi di Kota Padangsidempuan, dan bentuk-bentuk persaingan usaha bengkel motor resmi dan tidak resmi di Kota Padangsidempuan. Persaingan usaha merupakan rivalitas yang terjadi di antara para pelaku usaha untuk dapat memperoleh konsumen dengan menawarkan barang yang berkualitas baik dan dengan harga yang baik pula. Metode yang saya gunakan yaitu kualitatif ini dapat diteliti melakukan pengali data yang bersumber dari lapangan melalui observasi dan wawancara di bengkel resmi dan tidak resmi adapun yang diwawancarai adalah pada karyawan bengkel atau pemilik bengkel motor resmi dan tidak resmi di Kota Padangsidempuan. Hasil penelitian saya yaitu praktik persaingan usaha antara bengkel resmi dan tidak resmi di Kota Padangsidempuan, dan bentuk-bentuk persaingan usaha bengkel motor resmi dan tidak resmi di Kota Padangsidempuan.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis Islam, *Persaingan Usaha*, Harga jual jasa atau barang.

## KATA PENGANTAR



Syukur *Alhamdulillah* peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayah, taufik, dan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PERSAINGAN USAHA BENGKEL MOTOR RESMI DAN TIDAK RESMI DI KOTA PADANGSIDIMPUAN”**.

Shalawat serta salam senantiasa pula tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan para pengikutnya dengan harapan semoga selalu mendapatkan pencerahan Ilahi yang dirisalahkan kepadanya hingga hari akhir nanti. Dalam kesempatan ini, perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik dalam penelitian maupun dalam penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Bapak Dr. Erawadi, M.Ag sebagai Wakil Rektor bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga. Bapak Dr. Anhar, M.A sebagai Wakil Rektor bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan. Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag sebagai Wakil Rektor bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Prof. Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag, sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Bapak Dr. Ahmatnihar, M.Ag, sebagai Wakil Dekan

bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga. Ibu Dra. Asnah, M.A, sebagai Wakil Dekan Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan. Bapak Dr. Zul Anwar Ajim Harahap, M.A, sebagai Wakil Dekan bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Nurhotia Harahap, M.H.,S.H.I., sebagai Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Bapak Dr. Habibi, M. Hum, sebagai Pembimbing I dan Ibu Dr.Uswatun Hasanah,S.H,M.Ag. sebagai Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada segenap Dosen Hukum Ekonomi Syariah yang memberikan nasehat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen, serta karyawan di lingkungan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
7. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum, sebagai Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan dan buku-buku pendukung.
8. Ungkapan terimakasih yang paling istimewa kepada Ayahanda tercinta Alm.Abu Hasan Azhari lubis dan Ibunda tersayang Irma Suryani Nasution, yang telah melahirkan kami dan mengasuh dari belum lahir sampai sudah besar dan menjadi ayah untuk kami, mendidik, membimbing dan memotivasi peneliti untuk menyelesaikan pendidikan saya sampai ke



perguruan tinggi, dan kepada saudara/saudari tercinta yang telah mendukung hingga sampai sekarang yaitu kakak Nur Muslimah Lubis yang selalu memberi semangat yang begitu besar untuk menyelesaikan program S1.

9. Ungkapan terima kasih juga kepada pacar saya faddiyah sukma hafifi yang telah mendukung dan mensupport saya untuk menyelesaikan program S1.
10. Ungkapan terima kasih juga kepada keluarga besar dari Ayahanda dan keluarga besar Ibunda, Sepupu, Keponakan yang telah membantu dan memberikan semangat kepada peneliti baik material maupun doa.
11. Ungkapan Terimakasih kepada para sahabat dan kawan tercinta seperjuangan Prodi Hukum Ekonomi Syariah dan kawan yang telah memberikan motivasi yang sangat indah yang tidak bisa di balas dengan kata kata ,dengan rasa cinta dan dukungan yang tidak bisa saya balas dengan kata kata hingga perbuatan kecuali Doa yang selalu di panjatkan setiap sholat agar mereka sukses hingga menempuh hidup yang bahagia di kehidupan hari nanti.
12. Seluruh rekan-rekan mahasiswa prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Angkatan 2021 yang telah memberikan motivasi, bantuan dan dorongan baik moral maupun materil dalam menyelesaikan pendidikan strata satu ini.
13. Dan seluruh kakak/ Abang senior, adek-adek mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2019, angkatan 2020 dan angkatan 2022 yang memberikan semangat dan memberikan arahan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.

Akhirnya dengan berserah diri dan memohon ridho Allah SWT, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis, pembaca dan masyarakat luas.

Padangsidempuan, September 2025  
Penulis,

**SAIFUL ANWAR LUBIS**  
NIM. 2110200009

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin yaitu:

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak di lambangkan	Tidak di lambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik diatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet



## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong, vokal rangkap atau diftong dan vokal panjang.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ـَ	fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ـِـي	fathahdanya	Ai	a dan i
ـِـو	fathahdanwau	Au	a dan u

- c. Vokal panjang adalah vokal panjang bahasa Arab yang lambangnya berupa harkat, huruf dan tanda, transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ـَـا	fathah dan alif	A	A
ـِـي	Kasrah dan ya	I	I
ـُـو	dommah dan wau	U	U

### 3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua:

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat *fathāh*, *kasrah* dan *ḍommah*, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat *sukun*, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

### 4. Syaddah (Tasydid)

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

### 5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: *ل*. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu

- b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

## **6. Hamzah**

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan *apostrof*. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

## **7. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

## **8. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya



Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

## **9. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karenaitu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL/SAMPUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>DEWAN PENHUJI SIDANG</b>	
<b>PENGESAHAN DEKAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Masalah .....	6
C. Batasan Istilah.....	6
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian .....	8
G. Sistematika Pembahasan .....	8
 <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Tinjauan Umum.....	10
1. Persaingan Usaha.....	10
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan Usaha .....	12
3. Unsur-Unsur Persaingan Usaha .....	14
4. Persaingan Usaha Dalam Islam .....	17
5. <b>Etika Bisnis Islam .....</b>	<b>25</b>
6. <b>Faktor Pendorong Persaingan.....</b>	<b>30</b>
B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	31
 <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	34
B. Pendekatan Penelitian .....	34
C. Waktu dan tempat Penelitian.....	35
D. Subjek Penelitian .....	35
E. Sumber Data .....	36
F. Teknik Pengumpulan Data .....	37

G. Teknik Pengecetan pengabsahan Data .....	39
H. Teknik Analisis Data.....	39
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Bengkel Motor di Kota Padangsidempuan.....	43
B. Hasil Penelitian Dan Pembahasan .....	44
1. Bentuk-Bentuk Persaingan Usaha .....	44
2. Praktik Persaingan Usaha Bengkel Resmi dan tidak Resmi ....	45
3. Bagaimana praktik persaingan usaha bengkel motor resmi dan tidak resmi .....	55
 <b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran .....	69
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi yang terjadi di Indonesia begitu pesat, Indonesia sebagai negara berkembang dituntut untuk mampu menjalankan roda perekonomian dengan baik sehingga negara Indonesia tidak tertinggal dari negara yang lain, untuk mengimbangi perkembangan yang terjadi masyarakat juga dituntut untuk memiliki keahlian untuk bisa bersaing didalam dunia kerja. Dengan adanya tuntutan ini semakin membuat masyarakat untuk lebih kreatif lagi dengan cara membuka lahan pekerjaan baru. Kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan juga ikut andil didalam mendorong praktik praktik usaha yang nantinya akan memunculkan berbagai penemuan penemuan jenis produk dan juga jasa bagi konsumen.<sup>1</sup>

Keberhasilan usaha didefinisikan dalam berbagai aspek. Definisi paling sederhana menekankan pada pendapatan, laba, tingkat ketahanan atau keberlanjutan usaha, dan hasil. Mengukur faktor-faktor keberhasilan sebuah usaha masih terbilang kontroversial karena tidak ada dimensi yang tepat untuk mengukur sebuah keberhasilan.. Berusaha lebih dilihat dari bagaimana seseorang bisa membentuk, mendirikan, serta menjalankan usaha dari sesuatu yang tadinya tidak berbentuk, tidak berjalan atau mungkin tidak ada sama sekali.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Hasniati and Syahrudin, “*Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha The Effect of Entrepreneurial Motivation and Knowledge on Entrepreneurial Interests*”, Jurnal Ilmiah Ecosystem, 22 (2022), 541–50.

<sup>2</sup> Hira Batool and Kalim Ullah, “*Successful Antecedents of Women Entrepreneurs: A Case of Underdeveloped Nation*”, Entrepreneurship Research Journal, 7.2 (2017) .

Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis. Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.

Dalam dunia usaha dan aktivitas bisnis dapat dipastikan terjadi persaingan (Competition) di antara pelaku usaha. Pelaku usaha akan berusaha menciptakan, mengemas, serta memasarkan produk yang dimiliki baik barang ataupun jasa sebaik mungkin agar diminati dan dibeli oleh konsumen. Persaingan dalam dunia usaha dapat berimplikasi positif, sebaliknya, dapat menjadi negatif jika dijalankan dengan perilaku negatif dan sistem ekonomi yang menyebabkan tidak kompetitif.<sup>3</sup>

Indonesia baru memiliki hukum persaingan usaha sejak tahun 1999 yang merupakan hasil “*Konsensus*” dengan International Monetary Fund (IMF) sebagai komitmen reformasi hukum pasca jatuhnya rezim orde baru. Di Amerika Serikat dikenal dengan istilah *Antitrust Law*, di Australia disebut dengan *Fair Trade Practices Act*, yang pada umumnya mengatur tentang tindakan apa saja yang dikategorikan sebagai pelanggaran persaingan usaha. Penegakan Hukum (*Law Enforcement*) persaingan usaha dewasa ini semakin penting mengingat semakin modernnya teknologi dan informasi, sehingga revitalisasi peran Negara dalam hal

---

<sup>3</sup> Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*, Hlm 1

ini KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) serta penguatan regulasinya mendesak dilakukan.<sup>4</sup>

Sesungguhnya, persaingan usaha yang sehat terdapat dalam “*ruh*” Undang-undang Dasar 1945 yang berisikan prinsip ekonomi Pancasila telah memberikan porsi yang luas tentang kesamaan kesempatan bagi masyarakat untuk melakukan persaingan secara jujur dan sehat. Konsensus masyarakat untuk membentuk negara menjadi kewajiban negara mengatur pemberian kesempatan yang sama untuk berusaha antara warganya.

Dalam Islam persaingan usaha disebutkan dalam Al-Qur'an Surah Al-qashash ayat 77 yang dapat didefinisikan bahwasanya bersaing haruslah secara sehat, adil dan jujur serta menjalin silaturahmi agar dapat mempererat ikatan persaudaraan. Jadi, kebebasan antara individu dalam hal persaingan dibatasi oleh kaidah-kaidah Islam dan Akhlaq, dengan kata lain masih dikendalikan oleh aqidah, karena dengan aqidah lah seseorang bisa merefleksikan persaingan yang sesuai dengan ajaran Islam.

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ

۷۷ ﴿إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ﴾

Artinya: Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”

---

<sup>4</sup> Ibid. Hlm. 2



Persaingan usaha yang sehat telah menjadi acuan bagi para pelaku usaha semenjak hadirnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Undang-undang Persaingan Usaha). Dalam perjalanan Undang-undang Persaingan Usaha, sejumlah pelaku usaha telah dihukum oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha), bahkan ke pengadilan hingga tingkat Mahkamah Agung.

Dari sisi manfaat, persaingan dalam dunia usaha adalah cara yang efektif untuk mencapai pendaya gunaan sumber daya secara optimal. Dengan adanya rivalitas akan cenderung menekan ongkos-ongkos produksi sehingga harga menjadi lebih rendah serta kualitasnya semakin meningkat. Bahkan lebih dari itu persaingan dapat menjadi landasan fundamental bagi kinerja diatas rata-rata untuk jangka panjang dan di namakannya keunggulan bersaing yang lestari yang dapat diperoleh melalui tiga strategi generik, yakni keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus biaya.

Menurut undang-undang monopoli diartikan sebagai penguasaan atas produksi atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku atau satu kelompok pelaku usaha. Adapun praktik monopoli adalah pemuatan kekuasaan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum. Pemusatan kekuasaan ekonomi adalah penguasaan yang nyata

atas suatu pasar bersangkutan oleh satu atau lebih pelaku usaha sehingga dapat menentukan harga barang atau jasa.<sup>5</sup>

Yang harus diperjelas adalah apakah pengertian dari definisi diatas menekankan pada “Hasil Monopoli” atau “Proses Monopoli”. Monopoli menekankan terciptanya suatu penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa tertentu oleh suatu pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha. Penekanan pengertiannya pada terjadinya monopoli atau monopolisasi. Pemahaman ini menjadi penting untuk mendudukan kegiatan atau perjanjian yang di larang. Dengan demikian, kata “Monopoli” berarti kondisi penguasaan atas produksi dan pemasaran oleh suatu kelompok satu pelaku usaha tertentu.<sup>6</sup>

Persaingan usaha yang sehat dapat memberikan pengaruh positif terhadap para pengusaha yang saling bersaing karena dapat menimbulkan upaya peningkatan produktivitas, efisiensi atau kualitas produk yang dihasilkannya. Sebaliknya, apabila para pengusaha bersaing dengan cara tidak sehat, maka akan dapat merusak perekonomian negara yang merugikan masyarakat. Namun, dengan perkembangan usaha yang pesat, para pelaku usaha tidak sedikit yang melakukan persaingan usaha dengan tidak sehat demi meraup keuntungannya sendiri.<sup>7</sup>

Persaingan usaha tidak sehat dapat dipahami sebagai kondisi persaingan di antara pelaku usaha yang berjalan secara tidak fair. Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 memberikan indikator untuk menyatakan terjadinya persaingan usaha tidak sehat yaitu :

---

<sup>5</sup> Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

<sup>6</sup> Ibid, Hlm. 8

1. Persaingan usaha yang dilakukan secara tidak jujur
2. Persaingan yang dilakukan dengan cara melawan hukum
3. Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara menghambat terjadinya persaingan diantara pelaku usaha.

Persaingan yang dilakukan secara menerus untuk saling mengungguli membawa manusia berhasil menciptakan hal-hal baru dalam kehidupan yang berangsur-angsur menuju arah yang semakin maju dari sebelumnya. Untuk terciptanya keadilan dan kesejahteraan bagi semua pihak, persaingan yang harus dilakukan adalah persaingan yang sehat. Kegiatan ekonomi dan bisnis pun tidak pernah luput dari sebuah persaingan usaha, mengingat kegiatan ini dapat dilakukan banyak pihak untuk menunjang kelangsungan hidupnya.

## **B. Fokus Masalah**

Berdasarkan hal diatas saya tertarik mengangkat judul” Persaingan Usaha Bengkel Resmi Dan Tidak Resmi Di Kota Padangsidempuan”, terdapat pertanyaan penelitian yang dapat dikemukakan yaitu: “Bagaimana bentuk-bentuk persaingan usaha bengkel motor resmi dan tidak resmi di Kota Padangsidempuan?, dan Bagaimana praktik-praktik persaingan usaha bengkel motor resmi dan tidak resmi di Kota Padangsidempuan?”

## **C. Batasan Istilah**

Untuk menghindari kesalah pahaman terhadap memahami pokok masalah dengan skripsi ini dapat dibuatkan batasan istilah yaitu:

1. Persaingan usaha merupakan suatu kegiatan yang lumrah dilakukan para pelaku usaha dalam menjalankan produksi/pemasaran usahanya baik pada kegiatan usaha yang sama maupun kegiatan usaha yang berbeda, namun dalam

kegiatan persaingan usaha harus dilakukan secara baik agar tidak ada yang dirugikan.

2. Praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan/atau pemasaran barang atau jasa tertentu sehingga dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.
3. Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.
4. Pasar bersangkutan adalah pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan atau jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan atau jasa tersebut.
5. Menurut UU Nomor 5 Tahun 1999 Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah persaingan antar pelaku usaha yang dilakukan dengan cara tidak jujur , melawan hukum, atau menghambat persaingan usaha.

#### **D. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana bentuk-bentuk persaingan usaha bengkel motor resmi dan tidak resmi di Kota Padangsidempuan?
2. Bagaiman praktik-praktik persaingan usaha bengkel motor resmi dan tidak resmi di Kota Padangsidempuan?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan hasil diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:  
Untuk mengetahui bagaimana bentuk-bentuk persaingan usaha bengkel motor resmi dan tidak resmi di Kota Padangsidempuan, dan bagaimana praktek persaingan usaha antar pelaku bengkel motor resmi dan tidak resmi di Kota Padangsidempuan.

### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini dapat diguna untuk menambah wawasan keilmuan dan pengetahuan mahasiswa dan masyarakat serta sebagai penemuan ataupun pengembangan ilmu. Untuk Sebagai tambahan referensi diakademis dan penulis dapat menghasilkan pengetahuan yang berkaitan dengan Jurusan Hukum Ekonomi Syariah.

1. Untuk diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sumber pendampingan yang sejenis bagi pembaca dan penulis. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan referensi bagi masyarakat yang bekerja sebagai pengusaha bengkel untuk pelaksanaan kerjanya dapat disesuaikan Jurusan Hukum Ekonomi Syariah.
2. Memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat tentang penghasilan pengelola bengkel dari perpektif hukum ekonomi syariah.

### **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk memudahkan terhadap pemahaman terhadap proposal ini, peneliti mengklasifikasikannya ke dalam beberapa bab, sebagai berikut

## Bab I Pendahuluan

Bab ini yang memuat Latar Belakang, Fokus Masalah, Batasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Pembahasan.

## Bab II Landasan teori

Bab ini berisikan berbagai teori dan referensi yang menjadi suatu landasan yang mendukung pada penelitian ini yang berkaitan dengan persaingan usaha bengkel yang resmi dan tidak resmi di kota Padangsidimpuan.

## Bab III Metodologi penelitian

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengecekan pengabsahan data, dan teknik analisis data.

## Bab IV pembahasan dan hasil penelitian

Bab ini merupakan bab yang akan membahas dan menerangkan dari berbagai hasil penelitian ini baik secara praktis dan teoritis, apa studi yang diteliti.

## Bab V Penutup

Bab penutup yang isinya membuat tentang kesimpulan dari penelitian yang dipaparkan diatas dan kesimpulan yang memuat jawab dari rumusan masalah dan memberikan saran sebagai masukan agar bermanfaat untuk penulis maupun pembaca.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Tinjauan Umum

##### 1. Persaingan Usaha

Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu (*competition*) yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, kompetisi. Sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini terdiri dari beberapa bentuk termasuk pemotongan harga, iklan dan promosi penjualan, variasi kualitas, kemasan, desain dan segmentasi pasar.<sup>8</sup>

Persaingan berasal dari kata dasar “*saing*” yang berarti berlomba atau (mengatasi, dahulu mendahului), dengan kata lain yakni usaha untuk memperhatikan keunggulan masing-masing yang dilakukan perseorangan atau badan hukum dalam bidang perdagangan, produksi, dan pertahanan.<sup>9</sup> Persaingan adalah proses sosial yang melibatkan individu atau kelompok yang saling berlomba dan berbuat sesuatu untuk mencapai kemenangan tertentu.<sup>10</sup>

Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis.<sup>11</sup> Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya

---

<sup>8</sup> B. N. Marbun, *Kamus Manajemen* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003). 276

<sup>9</sup> Andini dan Aditiya. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Surabaya: Prima Media. 2002., hlm 382

<sup>10</sup> <http://www.temukanpengertian.com/2013/09/pengertian-persaingan.html?m=1>

<sup>11</sup> M. Taufik, *Dinamika Pemasaran Jelajahi Dan Rasakan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005, Hlm. 18

persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.<sup>12</sup>

Usaha dalam kehidupan sehari-hari merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mencukupi kebutuhan hidupnya. Usaha didefinisikan sebagai sebuah kegiatan atau aktivitas yang mengalokasikan sumber-sumber daya yang dimiliki kepada suatu kegiatan produksi yang menghasilkan barang dan jasa yang bisa dipasarkan kepada konsumen agar dapat memperoleh keuntungan atau pengembalian hasil.

Dalam Islam, kegiatan ekonomi termasuk persaingan usaha diatur dalam prinsip **muamalah**, yaitu interaksi manusia dalam hal-hal duniawi dengan berlandaskan syariat. Islam tidak menolak persaingan, bahkan memandangnya sebagai motivasi untuk meningkatkan kualitas usaha, selama dilakukan dengan cara yang adil dan halal.<sup>13</sup>

Prinsip-prinsip persaingan usaha dalam Islam antara lain:

- a. **Keadilan dan kejujuran.** Nabi Muhammad SAW bersabda: *“Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, shiddiqin, dan syuhada.”* (HR. Tirmidzi).
- b. **Larangan praktik curang.** Islam melarang penipuan (*gharar*, *ghisy*, *tadlis*) dan penimbunan barang (*ihtikar*). Rasulullah SAW bersabda: *“Barang*

---

<sup>12</sup> Mudrajat Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga, 2005, hlm. 86

<sup>13</sup> Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Muslim Economic Thinking* (Leicester: The Islamic Foundation, 1981), hlm. 74.

*siapa menimbun makanan selama empat puluh malam, maka sungguh ia berlepas diri dari Allah, dan Allah pun berlepas diri darinya.”* (HR. Ahmad dan Hakim).

- c. **Larangan monopoli dan eksploitasi.** Islam mengharamkan monopoli yang merugikan masyarakat, karena bertentangan dengan prinsip keadilan distribusi.
- d. **Persaingan sehat (al-musabaqah).** Persaingan dalam Islam dibolehkan sepanjang bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk, pelayanan, dan kemaslahatan masyarakat.

Tujuan utama persaingan usaha dalam Islam adalah menjaga **masalahah ‘ammah** (kemaslahatan umum), mencegah kezaliman, serta menegakkan keadilan dalam distribusi ekonomi.

## 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan Usaha

Menurut Porter, persaingan sangatlah penting karena menentukan keberhasilan atau kegagalan dalam usaha. Dalam pendorong persaingan terdapat lima faktor yang menentukan kemampuan dalam bersaing:<sup>14</sup>

- a. Ancaman pendatang baru

Dalam dunia usaha pendatang baru merupakan ancaman bagi suatu perusahaan. Hal tersebut apabila membawa hal atau kapasitas baru dan memiliki keinginan untuk merebut pasar dengan kekuatan yang kuat.

---

<sup>14</sup> Muhammad Husni Mubarak, *Manajemen Strategi*, (Kudus: DIPA STAIN Kudus, 2009), h. 35-41.

Dengan datangnya pendatang baru maka perusahaan yang sudah ada dituntut untuk lebih efektif dan efisien.

b. Persaingan diantara pesaing yang ada

Tujuan dari persaingan adalah untuk memperebutkan posisi dengan berbagai strategi, termasuk dengan kompetisi harga, pengenalan produk, dan promosi secara besar-besar, juga meningkatkan kualitas pelayanan. Persaingan tersebut terjadi disebabkan karena suatu perusahaan merasa ada tekanan atau melihat ada peluang untuk memperbaiki posisinya.

c. Kekuatan tawar-menawar pemasok

Dengan menggunakan taktik penawaran barang, seorang pemasok dapat menekan perusahaan yang ada dengan cara menaikan harga atau dengan mengurangi kualitas barang atau jasa yang dibeli.

d. Kekuatan tawar-menawar pembeli

Didalam suatu usaha yang sama pembeli memiliki kekuatan untuk memaksa menurunkan harga atau memaksa meminta untuk meningkatkan kualitas barang atau jasa, sehingga tuntutan dari pembeli tersebut menyebabkan persaingan yang sangat kuat diantara perusahaan yang bergerak dibidang usaha yang sama.

e. Ancaman produk pengganti

Karena ancaman dari barang substitusi atau barang pengganti perusahaan dituntut untuk bersaing walaupun karakteristik barang tersebut

berbeda, akan tetapi memiliki atau memberikan fungsi dan manfaat yang sama.<sup>15</sup>

### 3. Unsur-Unsur Persaingan Usaha

Tiga unsur yang harus dicermati dalam persaingan bisnis adalah:

a. Pihak-pihak yang bersaing.

Manusia merupakan perilaku dan pusat pengendalian bisnis. Bagi seorang muslim, bisnis yang dilakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan harta yang dimilikinya. Harta yang diperolehnya adalah rizki yang diberikan Allah SWT. Tugas manusia adalah berusaha sebaik-baiknya, salah satunya dengan jalan bisnis. Tidak ada anggapan rizki yang diberikan Allah akan diambil oleh pesaing. Karena Allah telah mengatur hak masing-masing sesuai usahanya. Keyakinan ini dijadikan landasan sikap tawakal setelah manusia berusaha sekuat tenaga. Dalam hal kerja, Islam memerintahkan umatnya untuk berlombalomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.<sup>16</sup>

b. Segi cara bersaing.

Berbisnis adalah bagian dari muamalah, karenanya bisnis tidak lepas dari hukum-hukum yang mengatur muamalah. Karenanya, persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan

---

<sup>15</sup> Ahmad, *Manajemen Strategis* (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), 33.

<sup>16</sup> Muhammad Ismali Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* ( Jakarta, Gema Insani : 2008), h. 92-93

karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islami. Dalam berbisnis setiap orang akan berhubungan dengan pihak-pihak lain, seperti rekanan bisnis dan pesaing bisnis. Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaingnya. Walaupun ini tidak berarti Rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut.<sup>17</sup> Dalam berbisnis, harus selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik, namun tidak menghalalkan segala cara.

c. Objek (barang atau jasa) yang dipersaingkan

Beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah:

1) Produk

Produk yang dipersaingkan baik barang dan jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing.

2) Harga

Bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Dalam hal ini, tidak diperkenankan membanting harga untuk menjatuhkan pesaing.

---

<sup>17</sup> Ibid, h. 93-96



### 3) Tempat

Tempat yang digunakan harus baik, sehat, bersih dan nyaman, dan harus dihindarkan dari hal-hal yang diharamkan seperti gambar porno, minuman keras dan sebagainya untuk sekedar menarik pembeli.

### 4) Pelayanan

Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat.

### 5) Layanan Purna Jual

Ini merupakan servis yang akan melanggengkan. Akan tetapi ini diberikan dengan cuma-cuma atau sesuai akad.<sup>18</sup>

Untuk menyusun rancangan strategi menghadapi kekuatan-kekuatan ini dan tumbuh, suatu perusahaan harus memahami bagaimana cara kerja kekuatan-kekuatan tersebut dalam industry dan bagaimana pengaruh mereka terhadap perusahaan dalam situasi tertentu. tetapi sering seklai kita memandang persaingan terlalu sempit dan terlalu pesimistik. Tambahan lagi, dalam perjuangan untuk memperoleh bagian pasar (marker share), persaingan tidak hanya terjadi di antara sesame peserta persaingan. Persaingan dalam suatu industri berakar pada situasi ekonomi yang mendasarinya, dan kekuatan persaingan yang ada tidak hanya berupa peserta persaingan atau perusahaan yang sudah ada dalam industry tersebut.

Pelanggan (pembeli), pemasok, calon pendatang baru, dan produk substitusi (pengganti), semua merupakan “peserta persaingan” yang dapat

---

<sup>18</sup> Ibid.

penting atau aktif bergantung pada industri. Persaingan dalam industri dapat tajam seperti ban, kaleng logam dan baja, yang para anggotanya tidak menikmati ROI tinggi, atau sedang-sedang saja seperti dalam industri jasa dan peralatan perminyakan, minuman ringan dan kebutuhan kamar mandi, yang para anggotanya masih berpetualang menikmati laba sangat tinggi.<sup>19</sup>

#### **4. Prinsip Dasar Dalam Persaingan Usaha**

##### **a. Prinsip Dasar Islam Terkait Persaingan Usaha**

Dalam khazanah fikih kontemporer, persaingan usaha disebut dengan istilah *al-munafasah at-tijariyah*. Perlu ditegaskan disini bahwa istilah persaingan usaha tidak secara ekspilisit dijelaskan baik oleh Al-Qur'an maupun Hadits. Hanya saja, oleh para sarjana islam kontemporer persaingan usaha diakui memiliki rujukan dan landasan yang cukup kuat dari al-qur'an dan Hadits.

Secara bahasa, *al-munafasah* artinya persaingan yang disertai dengan keinginan untuk menang dan mengalahkan pihak lain. Imam Al-Ghazali menerapkan bahwa manusia merupakan makhluk yang saling bersaing. Manusia terus bersaing, baik dalam urusan agama maupun dunia. Persaingan dalam urusan agama sebabnya karena masing-masing cinta kepada Allah Swt, sehingga ingin hambanya yang terbaik. Sedangkan persaingan dalam urusan dunia sebabnya karena cinta kepada kenikmatan duniawi.

---

<sup>19</sup> Purwanto, "Analisis Strategi Bersaing Pasar Kaget untuk Memenangkan Persaingan". Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia Vol. 4, Nomor 1, Oct (2016), h. 20

Dalam Al-qur'an di antara ayat yang secara eksplisit menyebut istilah *munafasah* terdapat dalam QS. Al-Muthaffifin ayat 26 yang berbunyi:

خِئْمَةُ مَسْكَ ۖ وَفِي ذَلِكَ فَلْيَتَنَّا فَسِ الْمُنْتَنَّا فِسُون

Artinya: “*Laknya adalah kesturi; dan untuk yang demikian itu hendaknya orang berlomba-lomba.*”

Konteks turun ayat ini (sabab an-nuzul) adalah seruan kepada umat islam untuk melakukan kompetisi atau persaingan secara sehat. Yakni, sebuah persaingan positif dalam hal kebaikan yang membawa pelakunya untuk memperoleh ridha Allah Swt dan menggapai surganya. Dari sini, dapat dipahami bahwa Islam menganjurkan kepada umatnya untuk melakukan persaingan dalam hal-hal yang baik, seperti ketaatan dan mencapai *ridha* Allah. Seruan ini juga bisa ditarik dalam konteks persaingan usaha. Islam membolehkan, bahkan menganjurkan, umatnya untuk melakukan kompetisi atau persaingan usaha secara sehat. Persaingan usaha yang sehat adalah persaingan yang dilandasi oleh nilai-nilai kebaikan, kejujuran, dan keadilan untuk mewujudkan kemaslahatan dan memperoleh ridha Allah SWT.

Dalam sebuah hadits yang diriwayatkan dari Amr bin' Auf RA, Nabi Muhammad SAW juga secara eksplisit menyebutkan istilah “*munafasah*.” Nabi SAW bersabda:<sup>20</sup> Artinya: “*Bergembiralah dan berharaplah dengan apa-apa yang menyenangkan kalian, Demi Allah bukanlah kemiskinan yang paling aku takutkan menimpa kalian, akan tetapi yang aku takutkan adalah*

---

<sup>20</sup> Bukhari, Shahih Al-Bukhari (Damaskus: Dar Ibn Katsir, 2002), hlm.1600.

*dihamparkan kepada kalian kekayaan dunia, sebagaimana telah dihamparkan kepada umat sebelum kalian, lalu kalian berlomba-lomba mendapatkannya sebagaimana mereka berlomba-lomba mendapatkannya hingga kalian binasa.”*

Meskipun dalam Khanzaanah fikih klasik tidak ditemukan istilah persaingan usaha, namun praktik persaingan usaha selalu terjadi dalam dunia bisnis sepanjang masa. Dalam kitab-kitab fikih, para ahli hukum Islam telah membahas panjang lebar tentang hukum haramnya penimbunan yang menyebabkan kelangkaan barang dan kenaikan harga. Selain itu, para ahli hukum Islam juga tidak mengesahkan semua jenis transaksi keuangan yang mengandung unsur penipuan yang mengakibatkan kerugian pihak lain.<sup>21</sup>

Persaingan usaha dalam fikih Islam merupakan bahasa *mu'amalah*, yakni hubungan ekonomi yang melibatkan para pelaku usaha dalam rangka memperoleh keuntungan dan kemaslahatan publik dalam hubungan ekonomi. Pembahasan *mu'amalah* adalah wilayah *ijtihad*iy, terbuka inovasi dan kreativitas untuk mengembangkan sesuai dengan perkembangan dan tuntutan zaman. Disini, memahami prinsip-prinsip dasar Islam tentang *mu'amalah* sebagai pedoman menjadi sangat penting. Para pakar ekonomi Islam kontemporer membagi persaingan usaha kedalam dua bagian.<sup>22</sup>

*Pertama*, persaingan usaha yang sesuai dengan syariat ,yakni persaingan antar pelaku usaha yang sehat, wajar, tidak menabrak batas-batas

---

<sup>21</sup> Rumadi Ahmad dkk, *Fikih Persaingan Usaha*, hlm.45.

<sup>22</sup> Rumadi Ahmad dkk, *Fikih Persaingan Usaha*, hlm.48.

aturan agama dan negara, tidak disertai perjanjian yang merugikan pihak lain, dan sesuai dengan etika bisnis serta kebiasaan masyarakat yang dianggap baik.

*Kedua*, persaingan usaha yang tidak disyariatkan, yakni persaingan usaha yang tidak sehat, tidak wajar, melampaui batas-batas yang ditoleransi dengan menggunakan praktik-praktik atau acara-acara yang negatif berujung pada monopoli, melanggar kebiasaan baik yang berlaku di kalangan para pelaku usaha, dan bertentangan dengan etika-etika bisnis. Dengan kata lain, persaingan usaha yang tidak sehat adalah setiap praktik usaha yang merugikan pihak lain dengan cara-cara yang melanggar agama dan undang-undang yang berlaku dimasyarakat.

Berikut merupakan tiga syarat yang harus dipenuhi dalam persaingan usaha yang dipandang sesuai dengan syariat islam.<sup>23</sup>

1) Tidak ada unsur penipuan dan penyesatan

Islam secara jelas melarang segala bentuk penipuan dalam transaksi, termasuk persaingan usaha. Salah satu bentuk penipuan dalam *mu'amalah* adalah melakukan penipuan harga barang atau menutupi aib barang yang dijual, penipuan dalam kadar timbangan, dan lain sebagainya. Praktik tentu saja berdampak pada persaingan usaha yang tidak sehat dan merugikan pihak lain dan konsumen.

---

<sup>23</sup> Hasan Muhammad Baudi, *Dlawabith al-munafasah at-Tijariyah* ( Beirut: Dar al-Ma'rifat, t.t), hlm.13.

## 2) Menguasai usaha yang digeluti dan mewujudkan produk yang baik

Persaingan usaha yang dianjurkan oleh islam adalah persaingan usaha yang dilandasi kompetensi dibidang usaha yang digeluti dan menghasilkan produk terbaik. Menghasilkan produk yang terbaik dimaksudkan dalam rangka memberikan kepuasan pada konsumen. Artinya, perniagaan yang baik, termasuk persaingan usaha, tidak boleh merugikan konsumen.

## 3) Tidak merugikan pihak lain

Persaingan usaha yang tidak sehat selalu dilakukan dalam rangka mencari keuntungan. Terkadang persaingan tidak sehat juga menimbulkan kerugian bagi pelaku.

### b. Ruang Lingkup Hukum Persaingan Usaha

Hukum persaingan usaha (*competition law*) merupakan instrumen hukum yang menentukan bagaimana suatu persaingan usaha harus dilakukan. Di Indonesia, persaingan usaha diatur oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Asas dari Undang-Undang 5 Tahun 1999 sebagaimana diatur pada pasal 2 bahwa: “Pelaku usaha diindonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antar kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum”.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Hermansyah, Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia (Jakarta:Kencana,2008), hlm.1.



Adapun tujuan dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 sebagaimana diatur pada pasal 3 adalah untuk:

- 1) Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.
- 2) Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil.
- 3) Mencegah praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha.
- 4) Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Secara garis besar undang-undang ini membuat hal-hal yang telah dimuat pada tabel berikut:

Tabel isi undang-undang dan pasal yang mengatur

No	Isi Undang-Undang	Pasal yang mengatur
1	Ketentuan Umum & Sanksi	Pasal 1 & Pasal 47-49
2	Asas, Tujuan & Pengecualian	Pasal 2-3 & Pasal 50-51
3	Perjanjian yang Dilarang & Ketentuan Peralihan	Pasal 4-16 & Pasal 52
4	Kegiatan yang Dilarang & Ketentuan Penutup	Pasal 17-24
5	Posisi Dominan	Pasal 25-29
6	KPPU	Pasal 30-37
7	Tata Cara Penanganan Perkara	Pasal 38-46

Berikut merupakan yang dilarang dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 untuk dilakukan oleh pelaku usaha:

### 1) Oligopoli

Pasal 4 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha melakukan perjanjian oligopoli yaitu perjanjian dua pelaku usaha atau lebih untuk menguasai produksi atau pemasaran suatu barang atau jasa yang dapat mengakibatkan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

### 2) Penetapan harga

Pelaku usaha dilarang untuk melakukan perjanjian dengan pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan jasa yang harus dibayar konsumen atau pelanggannya sebagaimana yang diatur dalam pasal 5 samapai dengan pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yang terdiri dari perjanjian penetapan harga (*price fixing agreement*), diskriminasi harga (*price discrimination*), harga pemangsa atau jual rugi (*predatory pricing*), dan pengaturan harga jual kembali (*resale price maintenance*).

### 3) Pembagian wilayah

Disepakatinya pembagian wilayah pemasaran oleh pelaku usaha, maka pelaku usaha yang menguasai wilayah tertentu tidak memiliki pesaing diwilayah yang dikuasainya, sehingga berakibat pada tidak tersedianya pilihan akan produk barang maupun jasa bagi konsumen. Dengan demikian pelaku usaha dapat dengan mudah menaikkan harga ataupun menurunkan harga produksinya atau baang yang dijual untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Pasal 9 Undang-

Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya yang bertujuan untuk membagi wilayah pemasaran atau lokasi pasar terhadap barang atau jasa sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

#### 4) Oligosponi

Pasal 13 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa perjanjian dua pelaku usaha atau lebih untuk menguasai pasokan agar dapat mengendalikan harga yang dapat mengakibatkan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

#### 5) Kegiatan yang dilarang

Kegiatan yang dilarang diatur dalam pasal 17 sampai dengan pasal 24. Undang-Undang ini tidak memberikan definisi kegiatan, seperti halnya perjanjian yang dilarang. Namun demikian, dari kata “kegiatan” dapat menyimpulkan bahwa yang dimaksud dengan kegiatan disini adalah aktivitas, tindakan secara sepihak. Adapun kegiatan yang dilarang adalah monopoli, monosponi, penguasaan pasar, dan persekongkolan.

#### 6) Posisi dominan

Posisi dominan adalah yang ditepati oleh perusahaan yang memiliki pangsa pasar terbesar. Dengan pangsa pasar yang besar tersebut perusahaan memiliki *market power*. Dengan *market power* tersebut, perusahaan dominan dapat melakukan tindakan/ strategi tanpa dapat dipengaruhi oleh perusahaan pesaingnya. Pada aspek yang berbeda,

*marrket power* juga kerap kali dilakukan lewat persaingan usaha yang tidak sehat.

## 5. Etika Bisnis Islam

### a. Definisi Etika dan Bisnis

Etika adalah seperangkat prinsip moral yang memungkinkan seseorang untuk membedakan antara hal-hal mana yang baik dan mana yang buruk. Istilah etika sering dihubungkan dengan moralitas. Moralitas merupakan unsur penting dalam setiap perilaku seseorang, tidak ada nada perilaku positif jika tidak ada etika yang melandasinya. Etika mempertahankan perilaku agar mengarah kepadasikap yang lebih baik.<sup>25</sup>

Bisnis dapat didefenisikan sebagai suatu kegiatan atau aktivitas yang sah dilakukan untuk tujuan mendapatkan keuntungan. Kegiatan bisnis meliputi produksi, distribusi, dan hal lain yang menyangkut penciptaan, penjualan dan pemasaran barang dan jasa. Etika bisnis merupakan perangkat penting dalam bertransaksi yang sangat dikedepankan dalam islam bagi pelanggan maupun perusahaan.

Bisnis dalam Al-qur'an dijelaskan untuk mencakup dua makna, yaitu pertama, perniagaan secara umum yang mencakup perniagaan antara manusia dengan Allah. Ketika seseorang memilih petunjuk dari Allah. Landasan hukum mengenai etika dalam bisnis Islam mengacu pada dua sumber utama yaitu Al-qur'an dan sunnah, dua sumber itu merupakan

---

<sup>25</sup> Kementerian Agama, *Al-qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Sinergi Pustaka, 2012), hlm. 107-108.

sumber dari segala sumber yang ada.<sup>26</sup> Yang membimbing atau mengarahkan semua perilaku individu atau kelompok dalam menjalankan ibadah, perbuatan atau aktivitas umat Islam. Maka etika bisnis dalam Islam menyangkut norma dan tuntutan atau ajaran yang menyangkut sistem kehidupan individu atau instansi masyarakat dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnis, dimana selalu mengikuti aturan yang selalu ditetapkan dalam Islam

Dari sekian banyak tujuan yang ada dalam bisnis, profit memegang peranan yang sangat berarti dan banyak dijadikan alasan tunggal di dalam memulai bisnis. Seseorang yang melakukan suatu bisnis dapat menghasilkan suatu keuntungan jika mengambil resiko, dengan memasuki suatu pasar dan siap menghadapi persaingan dengan bisnis-bisnis lainnya. Organisasi bisnis yang mengevaluasi kebutuhan dan permintaan konsumen, kemudian bergerak secara efektif masuk kedalam suatu pasar, dapat menghasilkan keuntungan yang substansial. Adapun kegagalan bisnis sebagian besar adalah karena kesalahan atau kekurangan manajemen atas manusia, teknologi, bahan baku, dan modal. Perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, pengarahan, dan manajemen karyawan efisien menghasilkan keuntungan yang memuaskan. Namun demikian selalu efektivitas manajerial, tingkat keuntungan bisnis sangatlah tergantung pada besarnya industry, besarnya bisnis dan lokasi bisnis.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, hlm.4.

<sup>27</sup> Nurul Huda, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Kencana,2015), hlm.114.

## b. Nilai-Nilai Islam Dalam Bisnis

Ekonomi Islam secara jelas mengatur hubungan antar manusia, dimana Allah swt sebagai pengawas di dalamnya. Berikut ini adalah nilai-nilai islam yang perlu diterapkan dalam berbisnis, yang bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang adil, bertanggung jawab, dan jujur antara lain:<sup>28</sup>

- 1) Larangan suap (*risywah*), tindakan suap menyuap dalam Islam, sama dengan tindakan korupsi, dan sangat dilarang. Pelanggaran ini berlaku bagi semua yang terlibat, mulai dari yang menawarkan, yang memberi, yang mengantarkan (perantara), sampai yang menerima.
- 2) Larangan penipuan dan kecurangan, Islam menekankan pentingnya kejujuran diantara sesama. Islam melarang umat muslim mendapatkan keuntungan dari hasil merugikan ( menipu dan berbohong) orang lain. Seorang penjual tidak boleh melebih-lebihkan atau berbohong mengenai barang atau jasa yang dijualnya.
- 3) Larangan diskriminasi, adalah suatu bentuk ketidakadilan atas pihak tertentu. Allah membedakan manusia satu dengan manusia lainnya bukan dari kekuasaan atau kekuatan yang dimiliki manusia itu, melainkan dari amal ibadah dan ketaatannya kepada Allah.
- 4) Adanya tanggung jawab sosial, setiap manusia dimuka bumi diberikan tugas oleh Allah untuk hidup, bermanfaat, dan bertanggung jawab tidak hanya untuk kepentingan diri sendiri tetapi juga untuk orang lain.

---

<sup>28</sup> Nurul Huda, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, hlm.115.

Manusia diciptakan sebagai makhluk sosial, yang hidup berdampingan dan saling menolong satu sama lain. Setiap pekerjaan yang dilakukan mengandung tanggung jawab sosial yang harus dilaksanakan,

- 5) Larangan mendapatkan penghasilan dari kegiatan yang dilarang Islam, penghasilan yang dilarang oleh Islam adalah penghasilan yang berasal dari perjudian, dan produksi, penjualan dan distribusi barang-barang yang diharamkan dalam Islam.<sup>29</sup>
- 6) Larangan penimbunan dan pemborosan, ada dua jenis penimbunan yang sering terjadi dimasyarakat penimpunan barang dan penimbunan uang keduanya sama sama dilarang dalam Islam. Penimbunan dalam jenis apapun yang mengakibatkan kelangkaan (*scarcity*) yang akhirnya akan berdampak pada kenaikan harga. Islam mendorong atas penguasaan harta yang wajar dan tidak berlebihan, serta pengeluaran sepantasnya.

Dalam etika bisnis Islam ada lima prinsip dasar beserta praktik-praktiknya yaitu:<sup>30</sup>

- 1) *Unity* ( Kesatuan), merupakan refleksi konsep tauhid yang memadukan seluruh aspek kehidupan, baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial, budaya menjadi keseluruhan yang hemogen, konsisten dan teratur
- 2) *Equilibrium* ( Keseimbangan), konsep ini hamper sama dengan konsep adil, berdiamensi horizontal yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni dalam alam semesta. Maka keseimbangan, kebersamaan,

---

<sup>29</sup> Nurul Huda, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, hlm.116.

<sup>30</sup> S.N.Naqvi, *Ethics and Economics: an Islamic synthesis*, Terj.Husin Anis, *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami* (Bandung: Mizan,2000), hlm.50-51.

kemoderatan merupakan prinsip etis yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun identitas usaha.

- 3) *Free will* ( Kebebasan berkehendak), konsep ini berarti bebas memilih atau bertindak sesuai etika atau sebaliknya. Aplikasi dalam usaha yaitu menepati kontrak, baik kontrak kerja sama bisnis maupun juga kontrak kerja kru.
- 4) *Responsibility* ( Tanggung jawab), adalah bentuk bertanggung jawaban kepada setiap tindakan. Menurut Sayid Quthb, prinsip pertanggung jawaban Islam adalah tanggung jawab yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya, antara jiwa dan raga ,antara orang dan keluarga, antara individu dan masyarakat, serta antara masyarakat dengan masyarakat lainnya.
- 5) *Benevolence* ( Kebenaran), kebenaran dalam konsep ini juga meliputi kebajikan dan kejujuran. Dalam bisnis, kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap, dan perilaku benar, yang meliputi proses transaksi. Dalam hal ini dibutuhkan tanggung jawab yang berkesimbangan antara memperoleh keuntungan dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat, baik berupa hukum, etika maupun adat, sikap seperti inilah yang menghilangkan sumber keberkahan karena merugikan atau menipu orang lain yang didalamnya terjadi eksploitasi hak-hak yang tidak dibenarkan dalam ajaran Islam.



## 6. Faktor Pendorong Persaingan

Menurut porter, persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan sebuah usaha atau perdagangan. Ada 5 faktor persaingan bisnis yang dapat menentukan kemampuan bersaing.<sup>31</sup>

### a. Ancaman pendatang baru

Pendatang baru dalam sebuah industri dapat menjadi ancaman bagi pemain yang ada, jika membawa kapasitas baru keinginan untuk merebut pangsa pasar, dan memiliki sumber daya yang besar.

### b. Persaingan diantara pesaing yang ada

Persaingan diantara pemain ( perusahaan) yang ada dalam kompetisi untuk memperebutkan posisi dengan menggunakan taktik seperti kompetisi harga, pengenalan produk, dan perang iklan secara besar-besaran serta meningkatkan pelayanan atau jaminan kepada pelanggan persaingan terjadi karena para pemain merasakan adanya tekanan atau melihat peluang untuk memperbaiki posisi.<sup>32</sup>

### c. Kekuatan tawar menawar pemasok atau supplier

Pemasok yang berkuasa dapat menggunakan kekuatan menawarnya dengan menekan perusahaan yang ada dalam suatu industri dengan menaikkan harga atau mengurangi kualitas barang atau jasa yang dibeli.

---

<sup>31</sup> Muhammad Djakfar, Etika Bisnis: *Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* ( Jakarta: Penebar Plus,2012), hlm.35-36

<sup>32</sup> Muhammad Husni Mubarak, Manajemen Strategi ( Surabaya: Dipa Stain Kudus,2009), hlm.35-37

d. Kekuatan tawar menawar pembeli

Pembeli juga dapat memaksa harga turun, menuntut kualitas yang lebih tinggi, atau pelayanan yang lebih baik. Tuntutan tersebut akan menyebabkan persaingan yang kuat diantara perusahaan yang ada suatu industri yang sama.

e. Ancaman produk pengganti

Semua perusahaan dalam suatu industri sesungguhnya bersaing dengan produk pengganti, meskipun karakteristiknya berbeda, namun produk pengganti dapat memberikan fungsi dan manfaat yang sama.

## **B. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Penelitian relevan merupakan penelusuran yang dilakukan seseorang peneliti terhadap berbagai karya dan hasil penelitian sebelumnya. Dari penelitian relevan selain sebagai pembandingan juga sebagai penegasan bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti sebelumnya.

1. Penelitian oleh Ilham Baihaqi yang berjudul “Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Pelaksanaan Tarif Papan Bunga Di Kota Banda Aceh”. Dari penelitian yang dilakukan diketahui Faktor penyebab pelaku usaha papan bunga menetapkan harga dibawah harga pasar dikarenakan semakin murah harga suatu objek (papan bunga) yang dijual atau disewakan maka akan semakin banyak pemesanan konsumen terhadap si penjual jasa tersebut sehingga menimbulkan kerugian bagi plaku usaha papan bunga lainnya. Upaya yang dilakukan oleh pihak *Fortufloba* adalah dengan memberikan sanksi berupa

surat teguran sebanyak tiga kali terhadap pelaku usaha papan bunga yang menjual jasa papan bunga dibawah harga pasar yang telah ditetapkan.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan selajutnya adalah lebih fokus terhadap aspek layanan dan jasa, seperti jenis jasa apa yang digunakan dalam penghasilan dari usaha bengkel.

2. Skripsi Ulfi Wahyuni Yul Fahlefi Harahap” Praktik Persaingan Usaha Coffee Shop Di Kecamatan Sipirok ditinjau dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”. Hasil penelitian ini adalah persaingan usaha yang analisis dari aspek perjanjian dalam hal penetapan harga (*price fixing*) dan pembagian wilayah (*division of market allocation*), sedangkan ini disertai dengan persaingan usaha dilihat dari aspek posisi dominan dan kegiatan yang dilarang lainnya.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan selajutnya adalah lebih fokus terhadap aspek layanan dan jasa, seperti jenis jasa apa yang digunakan dalam penghasilan dari usaha bengkel.

3. Skripsi yang ditulis oleh Irchamna yang berjudul “Analisis Persaingan Usaha Pada Bengkel Motor Di Kecamatan Darussalam Dalam Perspektif Akad Ijarah’Ala Al’Amal”. Hasil penelitian ini mengkaji terhadap perbedaan harga pada beberapa terkait pelayanan menurut perspektif akad *Ijarah ala ‘amal*.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa peneliti sebelumnya dan penelitian ini memiliki perbedaan.

Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan peneltian selanjutnya adalah pada penelitian terdahulu lebih fokus kepada keuangan sedangkan sekarang lebih fokus layanan dan jasa . Adapun persamaannya adalah dimana kedua penelitian membahas tentang layanan.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang diambil dalam penelitian ini secara *Field Research* (Penelitian Lapangan) yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan atau langsung ketempat penelitian. Penelitian lapangan adalah penelitian yang bertujuan mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi sosial, individu, kelompok, dan masyarakat. Dalam artian penelitian lapangan merupakan penelitian langsung dengan berinteraksi kepada objek yang diteliti sehingga akan mendapatkan sumber data yang pasti dan akurat.<sup>33</sup>

Pada Penelitian ini, peneliti melakukan penelitian dengan menggali data yang bersumber dari lapangan/langsung yaitu para karyawan bengkel motor resmi dan tidak resmi di Kota Padangsidempuan.

##### **B. Pendekatan Penelitian**

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau langsung dari yang diamati. Penelitian Deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data. Yang dimaksud dalam pengertian diatas adalah untuk menyajikan data, menganalisa data, dan mengintreprestasikan hasil penelitian tersebut.

---

<sup>33</sup> Amiruddin, dkk. Pengantar Metode Penelitian Hukum (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada: 2003), hlm.25.

Untuk penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif karena penelitian ini mengungkapkan fakta-fakta yang ada dari data-data yang dikumpulkan, serta menguraikan dan menggambarkan peristiwa-peristiwa yang terjadi. Dalam hal ini peneliti hanya ingin mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan keadaan sesuatu yang diteliti. Maka dalam penelitian ini lebih menekankan pada pandangan mengenai gambaran peristiwa yang dibentuk oleh kata-kata secara ilmiah.

### **C. Waktu dan tempat Penelitian**

Waktu penelitian adalah waktu yang dilakukan peneliti dalam menjalankan penelitiannya. Waktu yang dilakukan dalam penelitian ini dimulai pada bulan Juni tahun 2024 sampai bulan November tahun 2024. Tempat yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah PT. INDAKO TRADING COY, Jl. SM raja No 77, Wek V, Kec, Padangsidimpuan Selatan, Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara, Bengkel Rahmat, Pijorkoling, Kec. Padangsidimpuan Tenggara, Kota Padangsidimpuan, Sumatera utara, dan Bengkel Pansal, Jl HT, Rizal Nurdin, Kec, Padangsidimpuan Tenggara, Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara.

### **D. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian disebut sebagai informan, adalah orang yang tempat penelitian. Adapun subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik bengkel,

konsumen, untuk mengetahui bagaimana praktek persaingan antar pelaku usaha bengkel motor yang resmi atau tidak resmi di Kota Padangsidempuan.<sup>34</sup>

Merujuk pada objek atau unit yang menjadi fokus utama dalam suatu penelitian, yang akan dikaji, diobservasi, atau dianalisis untuk mendapatkan informasi atau data. Subjek penelitian bisa berupa individu, kelompok, objek, fenomena, atau situasi tertentu yang relevan dengan masalah yang ingin diteliti.

### **E. Sumber Data**

Sumber data utama atau primer dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dari para pelaku usaha bengkel motor yang sudah berpenghasilan dan pihak-pihak yang mempunyai kaitan dengan masalah ini. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi terkait dengan pihak terkait. Selebinya adalah data tambahan dokumen lain-lain. Data diperoleh yang diperoleh dari penelitian ini adalah data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, dan dokumentasi terkait dengan masalah penelitian.

1. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data atau untuk tujuan penelitian. Dalam penelitian ini sumber data primer yaitu bapak Rahmat selaku pemilik bengkel motor tidak resmi di Kota Padangsidempuan, bapak Pansal selaku pemilik bengkel motor tidak resmi di Kota Padangsidempuan, dan bapak Suparno sebagai karyawan pemeliharaan di bengkel resmi di Kota Padangsidempuan. Sebagai pendukung kunci informasi dari sumber data primer.

---

<sup>34</sup> Muhaemin, Metode Penelitian Hukum, hlm.85.

2. Sumber data sekunder adalah sumber dari bahan bacaan, dan data penunjang yang diperoleh dari buku laporan penelitian yang dibutuhkan dalam penelitian. Berdasarkan pengertian sumber data sekunder tersebut, maka sumber data sekunder merupakan sumber data yang digunakan untuk penelitian berupa tulisan dan penelitian yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

1. Observasi

Dalam menggunakan metode observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format atau blangko pengamatan sebagai instrument. Format yang disusun berisi item-item tentang kejadian atau tingkah laku yang digambarkan akan terjadi.

Sutrisno Hadi, mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi *participiant observation* (observasi berperan serta) dan *non participant observation*, selanjutnya dari segi instrumentasi yang digunakan, maka observasi dapat dibedakan menjadi observasi terstruktur dan tidak terstruktur. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala alam, dan responden yang diamati tidak terlalu besar.



## 2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka maupun dengan menggunakan telepon.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara terbuka karena cara demikian sesuai dengan penelitian kualitatif, jadi para subjek atau pelaku kejadian mengetahui bahwa mereka sedang diwawancara dan mengetahui pula apa maksud wawancara tersebut. Hasil wawancara dari masing-masing informasi akan ditulis lengkap badan kode-kode dalam transkrip wawancara. Dalam penelitian ini, wawancara seraca mendalam ditunjukkan kepada 3 Pelaku usaha bengkel motor.<sup>35</sup>

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan lain sebagainya. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, karya dan sebagainya. Dokumentasi ini digunakan sebagai data pelengkap dan pendukung dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan. Teknik

---

<sup>35</sup> M.Syamsudin, *Operasionalisasi Penelitian Hukum* ( Yogyakarta: Raja grafindo Persada, 2007), hlm.114.

dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data-data tentang dalam pelaku usaha.

#### **G. Teknik Pengecekan Pengabsahan Data**

Teknik pengecekan keabsahan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengecek keabsahan data yaitu berupa Sumber- sumber rujukan yang tepat dan memungkinkan bisa diperolehnya data yang objektif.

Metode atau prosedur yang digunakan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan, disajikan, atau dianalisis dalam suatu penelitian atau proses bisnis memiliki keakuratan, keandalan, dan keabsahan. Ini adalah langkah penting dalam riset atau pekerjaan yang melibatkan pengelolaan data agar informasi yang digunakan benar-benar sah, dan dapat dipertanggungjawabkan

#### **H. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah suatu proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, observasi, catatan lapangan, dokumen, foto, dan material lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang data yang telah dikumpulkan, sehingga memungkinkan temuan penelitian dapat disajikan dan diinformasikan kepada orang lain. Teknik analisis data yang digunakan adalah kualitatif. Adapun beberapa teknik sebagai berikut:<sup>36</sup>

1. Editing data yaitu menyusun redaksi data menjadi suatu susunan kalimat yang sistematis.
2. Redaksi data yaitu memeriksa kelengkapan data untuk mencari yang masih kurang dan mengesampingkan yang tidak relevan

---

<sup>36</sup> M.Syamsudin, *Operasionalisasi Penelitian Hukum*, hlm.101.

3. Deskripsi data yaitu menguraikan data secara sistematis secara induktif dan deduktif sesuai dengan sistematika pembahasan,
4. Penarikan kesimpulannya itu merangkum uraian data kedalam pengertian secara singkat dan padat.

## **I. Objek Penelitian**

Merujuk pada hal atau fenomena yang menjadi fokus utama dalam sebuah penelitian. Dalam konteks penelitian tentang persaingan usaha bengkel motor resmi dan tidak resmi di Kota Padangsidempuan, objek penelitian ini bisa diartikan sebagai entitas atau aspek yang ingin diteliti terkait dengan bengkel motor, baik yang resmi maupun tidak resmi.<sup>37</sup>

### **1. Bengkel Motor Resmi dan Tidak Resmi**

Perbandingan langsung terhadap kualitas perbaikan, penggunaan suku cadang, kepuasan pelanggan antara bengkel resmi dan tidak resmi. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi konsumen dalam memilih bengkel, seperti harga, kualitas, lokasi, dan rekomendasi, dan perkembangan teknologi otomotif mempengaruhi model bisnis bengkel tersebut.

### **2. Persaingan Pasar Antara Bengkel Resmi dan Tidak Resmi**

Penelitian ini dapat mengamati bagaimana kedua jenis bengkel (resmi dan tidak resmi) saling bersaing di Kota Padangsidempuan. Fokusnya bisa pada faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen untuk memilih bengkel, seperti harga, kualitas, kepercayaan, dan kedekatan lokasi.

---

<sup>37</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mix Methods), (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm.36.

### **3. Preferensi Konsumen Terhadap Bengkel Motor**

- a. Konsumen yang memilih bengkel motor resmi dan tidak resmi bisa menjadi objek penelitian untuk memahami alasan di balik pilihan mereka, apakah mereka lebih memilih harga yang lebih murah atau kualitas dan garansi yang ditawarkan oleh bengkel resmi.
- b. Penelitian ini dapat melibatkan survei atau wawancara dengan konsumen yang sering menggunakan jasa bengkel motor, untuk menggali faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka.

### **4. Penggunaan Suku Cadang dan Kualitas Perbaikan**

- a. Penelitian ini bisa mengkaji perbedaan antara penggunaan suku cadang asli (OEM) yang dijual di bengkel resmi dan suku cadang aftermarket yang lebih sering digunakan oleh bengkel tidak resmi. Aspek kualitas, daya tahan, dan dampaknya terhadap performa motor bisa menjadi fokus utama.
- b. Fokus penelitian dapat melibatkan perbandingan antara kualitas perbaikan dan layanan di bengkel resmi dan bengkel tidak resmi. Aspek ini meliputi keahlian teknisi, penggunaan peralatan modern, serta kepuasan pelanggan terhadap hasil perbaikan.

### **5. Model Bisnis dan Strategi Pemasaran Bengkel Motor**

- a. Penelitian ini dapat menganalisis bagaimana model bisnis bengkel motor resmi dan tidak resmi di Kota Padangsidempuan, termasuk biaya operasional, sumber daya manusia, dan strategi pemasaran yang diterapkan.
- b. Bengkel resmi dan tidak resmi mungkin memiliki strategi pemasaran yang berbeda, seperti promosi atau program loyalitas pelanggan. Penelitian ini

dapat mengeksplorasi bagaimana kedua jenis bengkel memanfaatkan pemasaran digital, promosi offline, atau strategi lainnya untuk menarik pelanggan.

**6. Pengaruh Ekonomi Lokal Terhadap Usaha Bengkel Motor**

- a. Penelitian ini dapat menggali bagaimana tingkat daya beli masyarakat di Kota Padangsidimpuan memengaruhi persaingan antara bengkel motor resmi dan tidak resmi.
- b. Penelitian ini juga dapat melihat bagaimana kondisi ekonomi lokal, seperti tingkat pengangguran atau pendapatan perkapita, memengaruhi pilihan konsumen terhadap bengkel resmi atau tidak resmi.

**7. Regulasi dan Pengawasan Dalam Industri Bengkel Motor**

- a. Penelitian ini bisa menyoroti peran pemerintah dalam mengatur dan mengawasi industri bengkel motor di Kota Padangsidimpuan, termasuk apakah ada peraturan yang membedakan antara bengkel resmi dan tidak resmi.
- b. Penelitian ini bisa memfokuskan pada tingkat kepatuhan bengkel motor terhadap peraturan keselamatan, lingkungan, dan kualitas yang ditetapkan oleh pemerintah atau asosiasi industri.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Bengkel Motor di Kota Padangsidempuan**

Padangsidempuan adalah salah satu Kota diprovinsi Sumatera Utara, Indonesia. Padangsidempuan merupakan Kota terbesar diwilayah Tapanuli, dan seluruh wilayahnya dikelilingi Kabupaten Tapanuli Selatan. Adapun letak geografis Kota Padangsidempuan adalah sebagai berikut:

Nama Kota	: Padangsidempuan
Ibu Kota/Kecamatan	: Kota Padangsidempuan
Provinsi	: Sumatera Utara
Jumlah Kampung	: 37 Kelurahan, 42 Desa
Luas Kota	: 159,28 km

Kota Padangsidempuan merupakan salah satu Kota yang memiliki padat penduduk, ditambah lagi dengan adanya mahasiwa-mahasiswa yang datang dari berbagai daerah yang ada di Kota Padangsidempuan maupun yang datang dari luar Kota Padangsidempuan, yang bertempat tinggal diseputaran Kota Padangsidempuan mengigat jarak yang dekat dengan perguruan tinggi yang ada di Kota Padangsidempuan. Dan ini merupakan salah satu yang menjadi daya tarik bagi bengkel-bengkel yang ada di Kota Padangsidempuan, karena tentunya di era sekarang ini setiap mahasiswa pasti memiliki sepeda motor.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> Wawancara dengan PT Indako Coy, Bengkel Rahmat, Bengkel Pansal, 18 Juli 2024

## B. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

### 1. Bentuk-Bentuk Persaingan Usaha

Persaingan usaha dapat berbentuk persaingan usaha sehat (*Perfect Competition*) dan persaingan usaha tidak sehat (*Unperfect Competition*).

a. Persaingan usaha sehat (*Perfect Competition*) ini memiliki ciri-ciri yaitu:

- 1) Menjamin persaingan di pasar yang berhubungan erat dengan pencapaian efisiensi ekonomi di semua bidang kegiatan usaha dan perdagangan.
- 2) Menjamin semua kesejahteraan konsumen serta melindungi kepentingan konsumen.
- 3) Membuka peluang pasar yang seluas-luasnya dan menjaga agar tidak terjadi konsentrasi kekuatan ekonomi pada kelompok tertentu.

b. Persaingan usaha tidak sehat (*Unperfect Competition*) ini merupakan persaingan yang mencegah calon pesaing atau menyingkirkan pesaing dengan cara-cara yang curang. Adapun tindakan-tindakan yang dilakukan dalam persaingan usaha tidak sehat adalah:

- 1) Monopoli adalah suatu pasar disebut monopoli apabila pasar tersebut terdiri atas satu produsen dengan banyak pembeli dan terlindung dari persaingan, pasar yang bersifat monopoli umumnya menghasilkan kuantitas produk yang lebih sedikit sehingga masyarakat membayar dengan harga yang lebih tinggi.
- 2) Kartel adalah bangunan dari perusahaan yang sejenis yang secara terbuka sepakat untuk mengatur kegiatannya.

- 3) Dominan firm adalah pasar yang jumlah produsennya banyak tidak indetik bahwa pasar tersebut bersaing sempurna, jumlah perusahaan tidak akan berarti apabila dalam pasar yang bersangkutan terdapat dominan firm atau posisi dominan.
- 4) Penetapan harga; bagi pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan jasa yang harus dibayar oleh konsumen pada pasar bersangkutan yang sama.<sup>39</sup>

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa persaingan usaha yang dilakukan dengan cara yang sehat, tidak akan merugikan pesaing yang lain. Sedangkan, persaingan yang dilakukan dengan cara yang tidak sehat akan membuat calon pesaing menyingkir dengan menghalalkan berbagai macam cara yang curang.

## **2. Praktik Persaingan Usaha Bengkel Resmi Dan Tidak Resmi Di Kota Padangsidempuan**

### **a. Bersaing Dengan Tidak Sehat**

Persaingan usaha yang tidak sehat selalu dilakukan dalam lapangan dalam rangka keuntungan terkadang persaingan usaha tidak sehat juga menimbulkan kerugian bagi pelaku, Contohnya adalah seorang pengusaha yang membanting harga barang yang dijualnya dengan harga yang sangat

---

<sup>39</sup> Siti Hofifah, "Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebet Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam", 40.



murah dari harga pasaran.<sup>40</sup> Tujuannya hanya ingin merugikan *competitor* penjual barang yang sama dengannya.

Ajaran Islam mewajibkan kepada seluruh umatnya untuk mencari rezeki karena Allah Swt dengan jalan yang halal. Oleh syariat Islam, pencarian rezeki harus dilakukan atas dasar jalan kebaikan untuk kebahagiaan dan kemaslahatan umat manusia.

Meski demikian, sebenarnya terdapat perbedaan dikalangan ulama dalam merespon hukum asal segala sesuatu. Namun, mayoritas ulama Syafi'iyah menyatakan bahwa hukum asal segala sesuatu adalah halal (mubah), selama ada dalil yang mengharamkannya. Artinya, persaingan usaha menjadi halal dan dinyatakan sehat apabila tidak ada dalil yang mengharamkan. Diantara keharamannya adalah merugikan diri sendiri, merugikan orang lain, merugikan publik, merusak usaha diri sendiri, merusak usaha orang lain, dan merusak kepentingan publik.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa persaingan usaha memiliki hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi. Sebagaimana diketahui bahwa persaingan usaha merupakan tindakan produsen barang atau jasa dalam usaha untuk mendapatkan perhatian dari konsumen agar barang atau jasanya menjadi tujuan utama konsumen untuk memiliki dengan cara dibeli atau disewa. Jasa yang disewa oleh konsumen merupakan suatu contoh transaksi yang menggunakan rukun dan syarat serta etika, maka semakin sehat pula

---

<sup>40</sup> Suparno, Karyawan PT Indako Coy, wawancara (Sitamiang, 18 juli2024).

persaingan usaha yang diciptakan antara pemilik usaha yang satu dengan yang lainnya.

Melawan Hukum persaingan usaha dalam bisnis bengkel motor, baik resmi maupun tidak resmi, seringkali melibatkan berbagai strategi untuk menarik pelanggan. Namun, tidak semua strategi yang digunakan adalah legal, dan tindakan yang dapat melanggar hukum dalam persaingan usaha bengkel motor resmi dan tidak resmi.

Persengkongkolan antara beberapa bengkel untuk menetapkan harga yang sama atau membagi pasar, tindakan yang bertujuan untuk menyingkirkan pesaing, seperti melakukan kampanye buruk atau menghalangi akses pesaing terhadap supplier. Dan memberikan informasi yang menyesatkan tentang produk atau layanan, menggunakan merek dagang atau logo yang mirip dengan merek terkenal tanpa izin, menjual suku cadang palsu dengan mengklaim sebagai produk asli.

Konsekuensi hukum untuk pelaku tindakan melawan hukum dalam persaingan usaha dapat dikenai sanksi administratif, perdata, atau pidana. Sanksi dan perlindungan hukum dapat diberikan antara lain:<sup>41</sup>

- 1) Denda, baik denda administratif maupun denda perdata.
- 2) Pencabutan izin usaha, bagi bengkel yang memiliki izin usaha.
- 3) Penahanan, untuk tindakan pidana tertentu.
- 4) Ganti rugi, untuk kerugian yang dialami pihak lain akibat tindakan melawan hukum.

---

<sup>41</sup> Rahmat, Pemilik Bengkel Motor, wawancara (Perumnas, 19 Juli).

- 5) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, undang-undang ini mengatur secara komprehensif mengenai praktik persaingan usaha yang tidak sehat.
- 6) Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis: undang-undang ini melindungi hak atas merek dagang.

Ada perbedaan yang cukup mencolok antara pengaturan larangan dalam pasal 17-24 undang-undang nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat (uu nomor 5/1999) dibandingkan dengan pengaturan mengenai perjanjian yang dilarang. Kegiatan yang dilarang dalam pasal 17-24 cenderung lebih bersifat umum dan mencakup berbagai tindakan yang dapat mengarah pada praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat.<sup>42</sup>

Definisi yang terlalu spesifik untuk setiap kegiatan mungkin atau akan membatasi ruang lingkup penerapan undang-undang pasar terus berubah dan berkembang, sehingga jenis-jenis kegiatan yang dapat dikategorikan sebagai pelanggaran dapat juga berubah seiring waktu. Definisi yang terlalu kaku dapat menghambat upaya untuk mengatasi praktik-praktik baru yang muncul dengan memberikan yang lebih umum, penegak hukum memiliki fleksibilitas yang lebih besar dalam menindak berbagai bentuk pelanggaran, termasuk pelanggaran yang belum pernah terjadi sebelumnya.

---

<sup>42</sup> Pansal, Pemilik Bengkel Motor, wawancara (Salambue, 19 Juli 2024).

## b. Menghambat Persaingan

Mengenai hambatan persaingan usaha bengkel motor di kota padangsidempuan, baik itu bengkel motor resmi atau tidak resmi yang umum terjadi sebagai berikut:

### 1) Praktik Monopoli atau Oligopoli

Jika bengkel resmi terlalu mendominasi pasar dan membatasi keberadaan bengkel lainnya, mereka bisa menciptakan kondisi monopoli atau oligopoli, di mana hanya ada sedikit pilihan bagi konsumen, dan harga serta kualitas layanan bisa terkendali oleh sedikit pemain besar. Misalnya, bengkel yang sangat bergantung pada satu merek motor tertentu bisa membuat konsumen terpaksa memilih bengkel tersebut meskipun harga lebih tinggi.

Dampak ini mengurangi kebebasan konsumen untuk memilih bengkel lain yang lebih murah atau lebih dekat. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kesadaran konsumen, mempermudah pendirian bengkel baru, dan mengawasi praktik bisnis untuk mencegah terjadinya praktik monopoli dan oligopoli.

### 2) Pembatasan Akses Pasar

Beberapa bengkel resmi mungkin menetapkan lokasi yang terbatas atau hanya melayani pelanggan yang membeli motor dari dealer resmi. Pembatasan ini membuat konsumen yang tidak membeli motor

dari dealer resmi kesulitan mengakses layanan purna jual atau perbaikan.<sup>43</sup>

Bengkel tidak resmi mungkin menghadapi tantangan dari segi legalitas atau pembatasan dalam mengakses suku cadang berkualitas karena keterbatasan pasokan atau regulasi pemerintah yang ketat. Hal ini dapat menghambat mereka untuk bersaing secara efektif dengan bengkel resmi.

### 3) Persaingan Harga yang Tidak Sehat

Beberapa bengkel tidak resmi mungkin berkompetisi dengan cara menurunkan harga secara drastis, bahkan dengan cara mengurangi kualitas layanan atau menggunakan suku cadang yang tidak standar. Hal ini dapat merusak reputasi pasar secara keseluruhan dan menghambat persaingan sehat.

Bengkel resmi yang menetapkan harga terlalu tinggi atau tidak fleksibel juga dapat menciptakan ketidakseimbangan persaingan. Jika mereka tidak dapat menawarkan harga yang bersaing dengan bengkel tidak resmi, mereka mungkin kehilangan pasar dan kesulitan untuk tetap kompetitif.

### 4) Praktik Ilegal atau Tidak Etis

Beberapa bengkel tidak resmi mungkin terlibat dalam praktik ilegal atau tidak etis, seperti menggunakan suku cadang palsu, tidak memberikan jaminan terhadap pekerjaan yang dilakukan, atau bahkan

---

<sup>43</sup> Suparno, Karyawan PT Indako Coy, wawancara (Sitamiang, 18 Juli 2024).

memberikan informasi yang menyesatkan kepada konsumen tentang kerusakan kendaraan mereka. Ini bisa merusak persaingan dengan menciptakan distorsi pasar.

Dampak praktik-praktik ini bisa merugikan konsumen, membuat mereka kesulitan membedakan bengkel yang terpercaya, dan akhirnya menghambat usaha bengkel yang sah untuk bersaing secara adil.

#### 5) Kurangnya Regulasi dan Pengawasan

Di beberapa tempat, pengawasan terhadap bengkel motor tidak resmi bisa sangat lemah. Tanpa adanya regulasi yang jelas, bengkel tidak resmi bisa dengan mudah mengabaikan standar keselamatan atau kualitas perbaikan, yang pada gilirannya bisa merusak persaingan yang sehat.

Meskipun bengkel resmi lebih sering diawasi, dalam beberapa kasus, pengawasan yang berlebihan atau pembatasan yang ketat bisa menciptakan hambatan dalam beroperasi dan bersaing. Misalnya, persyaratan administratif yang rumit atau biaya izin yang tinggi bisa menghambat pendirian bengkel resmi baru.

#### 6) Ketidak seimbangan Informasi

Seringkali, konsumen tidak memiliki informasi yang cukup tentang kualitas suku cadang yang digunakan oleh bengkel tidak resmi atau teknik perbaikan yang mereka terapkan. Hal ini bisa menyebabkan kebingungan di pasar dan mengurangi daya saing bengkel yang lebih transparan.

Bengkel resmi, meskipun memiliki akses ke informasi yang lebih baik tentang suku cadang asli dan prosedur standar, kadang-kadang tidak cukup memanfaatkan pemasaran dan edukasi pelanggan mengenai keunggulan menggunakan suku cadang asli dan perawatan berkualitas tinggi.

#### 7) Faktor Eksternal /Kebijakan Pemerintah dan Ekonomi

Peraturan Pemerintah yang tidak mendukung persaingan usaha maka pemerintah tidak menyediakan kebijakan yang mendukung persaingan yang adil antara bengkel resmi dan tidak resmi, maka salah satu pihak bisa lebih diuntungkan. Misalnya, subsidi atau kebijakan pajak yang mendukung bengkel tertentu bisa membuat bengkel lain kesulitan untuk bertahan.<sup>44</sup>

Krisis ekonomi lokal dapat menghambat daya beli konsumen, yang pada gilirannya bisa memengaruhi persaingan antara bengkel motor resmi dan tidak resmi. Bengkel yang lebih murah (bengkel tidak resmi) mungkin mendapatkan lebih banyak pelanggan, sementara bengkel resmi kesulitan mempertahankan harga tinggi mereka. Contohnya kebijakan pemerintah dan ekonomi memiliki peran penting dalam mengatur industri bengkel, baik resmi maupun tidak resmi.

#### 8) Kurangnya Inovasi dalam Layanan

Jika baik bengkel resmi maupun tidak resmi tidak melakukan inovasi dalam hal layanan, misalnya dengan memperkenalkan teknologi

---

<sup>44</sup> Rahmat, Pemilik Bengkel Motor, wawancara (Perumnas, 19 Juli 2024)

baru atau menawarkan kenyamanan lebih bagi pelanggan (seperti aplikasi untuk booking servis, layanan antar-jemput motor, dsb.), mereka bisa tertinggal dalam persaingan. Ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan tren pasar yang berkembang bisa menghambat pertumbuhan usaha dan mengurangi daya tarik bengkel di mata konsumen.

#### 9) Masalah dengan Sumber Daya Manusia

Jika bengkel resmi kesulitan untuk mempertahankan tenaga kerja yang terampil dan berpengalaman karena tingkat gaji yang tidak kompetitif atau kurangnya pelatihan, hal ini dapat memengaruhi kualitas layanan mereka dan menghambat persaingan dengan bengkel tidak resmi yang mungkin lebih fleksibel dalam hal manajemen sumber daya manusia.

Sementara itu, bengkel tidak resmi sering menghadapi masalah terkait dengan kualitas tenaga kerja yang lebih rendah atau kurang terampil. Jika tidak ada investasi dalam pelatihan teknisi, bengkel ini bisa menghambat persaingan dengan bengkel resmi yang memiliki teknisi berlisensi dan terlatih.

Adapun beberapa hambatan yang umum terjadi sebagai berikut:<sup>45</sup>

##### 1) Regulasi yang tidak jelas atau tidak konsisten

Proses perizinan yang berbelit-belit dan memakan waktu lama dapat menghambat pertumbuhan bengkel baru, terutama bagi bengkel tidak resmi. Dan kurangnya standar teknis yang jelas dan terukur dapat

---

<sup>45</sup> Pansal, Pemilik Bengkel Motor, wawancara (19 Juli 2024)



menyebabkan perbedaan interpretasi dalam penerapan peraturan, sehingga menciptakan ketidakpastian bagi pelaku usaha.

## 2) Dominasi merek

Adanya merek motor tertentu yang mendominasi pasar dapat membuat bengkel resmi merek tersebut memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan, ketergantungan bengkel pada suku cadang asli dari merek tertentu dapat membatasi pilihan konsumen dan meningkatkan harga.

## 3) Keterbatasan akses terhadap sumber daya

Terbatasnya akses terhadap modal dapat menghambat perluasan usaha dan pengembangan teknologi baru bagi bengkel, kurangnya tenaga kerja mekanik yang terampil dapat menjadi kendala bagi bengkel dalam memberikan layanan berkualitas. Keterbatasan pasokan suku cadang, terutama untuk motor-motor langka atau tua, dapat membatasi pilihan konsumen.

## 4) Kurangnya transparansi informasi

Kurangnya informasi mengenai harga layanan dan suku cadang dapat membuat konsumen sulit membandingkan antara satu bengkel dengan bengkel lainnya, informasi mengenai kualitas layanan dan suku cadang yang tidak jelas dapat membuat konsumen ragu untuk memilih bengkel tertentu.

### 3. Bagaimana praktik persaingan usaha bengkel motor resmi dan tidak resmi

Persaingan usaha antara bengkel motor resmi dan tidak resmi di Kota Padangsidempuan, seperti halnya di kota-kota lainnya, pada umumnya didorong oleh beberapa faktor utama sebagai berikut:<sup>46</sup>

#### a. Kualitas layanan

Bengkel resmi umumnya menawarkan layanan yang lebih terstandarisasi dengan dukungan langsung dari produsen motor. Mereka seringkali memiliki peralatan yang lebih lengkap atau modern dan mekaniknya yang sudah terlatih setiap tahun atau bulannya mereka mengupgrate mekanik mereka. Disisi lain, bengkel tidak resmi menawarkan fleksibilitas yang lebih tinggi dan terkadang biaya yang lebih murah dan mahal, mereka seringkali memiliki peralatan yang kurang lengkap dari bengkel resmi.

#### b. Harga

Bengkel tidak resmi seringkali menawarkan harga yang lebih kompetitif dibandingkan dengan bengkel resmi. Hal ini menarik konsumen yang lebih sensitif terhadap harga.

Table Harga Bengkel Resmi Dan Tidak Resmi

No	Pekerjaan	Bengkel Resmi	Benkel Rahmat	Bengkel Pansal
1	Servis lengkap	Rp.70.000	Rp.250.000	Rp.150.000
2	Servis ringan	Rp.50.000	Rp.35.000	Rp.35.000
3	Ganti oli	Rp.5.000	Rp.7.000	Rp.5.000
4	Pembersihan cvt	Rp.35.000	Rp.50.000	Rp.35.000

<sup>46</sup> Wawancara dengan PT Indako Coy, Bengkel Rahmat, Bengkel Pansal, 18 Juli 2024

5	Kuras tangki	Rp.25.000	Rp.100.000	Rp.35.000
6	Ganti ban	Rp.10.000	Rp.25.000	Rp.10.000
7	Ganti gear set	Rp.25.000	Rp.25.000	Rp.20.000
8	Ganti kampas rem depan	Rp.10.000	Rp.35.000	Rp.10.000
9	Ganti kampas rem belakang	Rp.10.000	Rp.35.000	Rp.10.000
10	Ganti filter udara	Rp.5.000	Rp.30.000	Rp.10.000
11	Ganti aki	Rp.5.000	Rp.200.000	Rp.5.000
12	Ganti kabel speedometer	Rp.10.000	Rp.100.000	Rp.10.000
13	Overhaul mesin	Rp.200.000	Rp.800.000	Rp.600.000

c. Ketersediaan suku cadang

Bengkel resmi umumnya lebih mudah mendapatkan suku cadang asli karena bengkel resmi biasanya hanya menyediakan suku cadang asli yang diproduksi oleh pabrikan motor, ini menjamin kualitas dan performa yang optimal dan harga suku cadang asli cenderung lebih mahal dibandingkan dengan suku cadang aftermarket. Sedangkan bengkel tidak resmi mungkin menggunakan suku cadang aftermarket atau bekas, suku cadang aftermarket yang dijual pada umumnya lebih murah dan seringkali memiliki jaingan pemasok yang lebih luas, sehingga dapat menyediakan berbagai jenis suku cadang, termasuk untuk motor-motor tua atau langka.

Ketersediaan suku cadang memainkan peran kunci dalam kompetisi antar bengkel motor, baik yang resmi maupun tidak resmi. Bengkel resmi memiliki keunggulan dalam hal kualitas dan keaslian suku cadang, sementara bengkel tidak resmi sering kali lebih unggul dalam hal harga dan kecepatan pelayanan. Masing-masing jenis bengkel perlu mengelola

ketersediaan suku cadang dengan baik untuk menjaga kepuasan pelanggan dan mempertahankan daya saing di pasar yang kompetitif.

#### d. Promosi

Persaingan antara bengkel resmi dan tidak resmi semakin ketat, dan salah satu faktor penentu keberhasilan adalah strategi promosi yang efektif, masing-masing jenis bengkel memiliki pendekatan promosi yang berbeda namun tujuan utamanya adalah sama menarik pelanggan dan meningkatkan pemasaran pasar.

Bengkel resmi maupun tidak resmi memiliki strategi promosi yang unik, kunci keberhasilan promosi adalah dengan memahami target pasar, memilih saluran yang tepat, dan secara konsisten memberikan layanan yang berkualitas.

Persaingan antara bengkel motor resmi dan bengkel tidak resmi di Kota seperti Padangsidempuan memiliki banyak dimensi yang melibatkan harga, kualitas, layanan, dan kepercayaan konsumen<sup>47</sup>. Meskipun bengkel resmi memiliki keunggulan dalam hal kualitas dan jaminan purna jual, bengkel tidak resmi sering kali lebih fleksibel dan menawarkan harga yang lebih murah, sehingga lebih menarik bagi konsumen dengan anggaran terbatas. Masing-masing jenis bengkel memiliki kekuatan dan kelemahannya yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat servis motor mereka.

---

<sup>47</sup> Suparno, Karyawan PT Indako Coy, wawancara (Sitamiang, 18 Juli 2024).

Keuntungan utama menggunakan bengkel resmi dibandingkan dengan bengkel tidak resmi yang dimana bengkel resmi memiliki standar pelayanan yang tinggi, dengan mekanik yang terlatih dan bersertifikat oleh pabrikan, memastikan perawatan dan perbaikan dilakukan dengan tepat. Bengkel resmi biasanya menawarkan garansi untuk layanan yang diberikan, sehingga pelanggan senang dengan layanan bengkel resmi apabila motor mereka rusak setelah 5 menit bengkel resmi menawarkan garansi 1 bulan untuk konsumen mereka, sedangkan bengkel tidak resmi tidak memberikan layanan garansi untuk para konsumen bengkel tidak resmi.

Untuk memastikan suku cadang yang digunakan dibengkel umum adalah asli, akan tetapi pastikan nomor seri pada suku cadang cocok dengan yang terdaftar dikatalog resmi produk. Nomor seri palsu seringkali tidak teratur atau mudah pudar, beberapa suku cadang asli disertai sertifikat yang mencantumkan informasi keamanan dan identitas sebuah produk tersebut. Cara memeriksa kualitas bahan kemasan suku cadang yaitu kemasan suku cadang asli biasanya terbuat dari kardus tebal dan halus, sedangkan kemasan palsu cenderung lebih tipis dan kasar, dan warna pada kemasan suku cadang asli harus cerah dan tulisan jelas, tidak buram atau kusam.

Kondisi persaingan antara bengkel resmi dan tidak resmi semakin ketat, dengan masing-masing berusaha menarik konsumen melalui kualitas layanan dan harga. Bengkel resmi, seperti *AHASS*, menawarkan jaminan kualitas dan keaslian suku cadang, sedangkan bengkel tidak resmi sering kali bersaing dengan harga yang lebih rendah dan layanan yang lebih

fleksibel. Tantangan bagi bengkel resmi termasuk meningkatnya jumlah bengkel tidak resmi yang menawarkan layanan yang serupa dengan harga kompetitif, selain itu masalah kepercayaan konsumen terhadap kualitas layanan dibengkel tidak resmi juga menjadi perhatian, mengingat beberapa bengkel mungkin menggunakan praktik yang tidak transparan.

Bengkel resmi dapat meningkatkan daya saing dengan menggunakan spesialisasi tertentu dalam layanan perbaikan dan perawatan kendaraan, seperti fokus pada jenis layanan atau merek kendaraan tertentu. Sehingga membedakan diri dari pesaing dan menarik pelanggan yang mencari keahlian khusus, mempertahankan tim mekanik yang terampil dan berpengalaman melalui pelatihan terus menerus untuk mengikuti perkembangan teknologi otomotif terbaru, lingkungan kerja positif, insentif, dan dukungan pengembangan karir karyawan juga penting untuk mempertahankan staf berkualitas tinggi<sup>48</sup>.

Undang-undang dan peraturan yang mengatur operasional bengkel resmi dan tidak resmi di Indonesia:

- 1) Peraturan pemerintah nomor 18 tahun 1999 dan nomor 85 tahun 1999 mengatur tentang izin usaha dan kewajiban bagi bengkel motor, termasuk standar operasional dan perizinan yang harus dipenuhi.
- 2) Keputusan menteri perindustrian dan perdagangan nomor 551/MPP/Kep/10/1999 menetapkan syarat teknis dan fasilitas yang harus

---

<sup>48</sup> Rahmat, Pemilik Bengkel Motor, wawancara ( Perumnas, 19 Juli2024)

dimiliki oleh bengkel umum kendaraan bermotor, serta sertifikat yang diperlukan.

- 3) Undang-undang gangguan (Hinder Ordonnantie Staatsblad tahun 1926 nomor 226) mengatur izin gangguan bagi usaha yang berpotensi menimbulkan gangguan bagi lingkungan sekitar, termasuk bengkel.
- 4) Peraturan pemerintahan nomor 27 tahun 2012 mengatur tentang izin lingkungan yang diperlukan untuk usaha yang berpotensi berdampak pada lingkungan, termasuk bengkel.
- 5) Surat keputusan bersana nomor 581/MPP/Kep/01/1998 mengatur pembinaan dan pengembangan bengkel kendaraan umum sebagai unit pengujian berkala.

Regulasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua bengkel, baik bengkel resmi maupun tidak resmi, memenuhi standar kualitas dan keselamatan serta mematuhi ketentuan lingkungan.

Untuk mendapatkan izin usaha bengkel motor di Indonesia, terdapat beberapa persyaratan khusus yang harus dipenuhi, antara lain:

- 1) Mengisi formulir permohonan izin usaha.
- 2) Fotokopi ktp pemilik atau penanggung jawab bengkel.
- 3) Fotokopi akta pendirian perusahaan jika berbadan hukum.
- 4) Fotokopi surat pernyataan pengelolaan lingkungan (SPPL) atau izin lingkungan (UKL-UPL) jika diperlukan.
- 5) Fotokopi izin lokasi untuk bengkel.
- 6) Fotokopi IMB untuk bangunan bengkel.

- 7) Surat izin gangguan (HO) diperlukan untuk mengurangi dampak gangguan terhadap lingkungan sekitar.
- 8) Tanda daftar perusahaan (TDP) dan nomor pokok wajib pajak (NPWP) dokumen penting untuk legalitas usaha.

Proses pengajuan izin ini biasanya memakan waktu sekitar 18 hari kerja. Masyarakat padangsidimpuan memiliki pandangan beragam tentang kualitas bengkel resmi dan tidak resmi, bengkel resmi pada umumnya dianggap lebih baik karena menyediakan layanan dengan suku cadang asli, teknisi bersertifikat, dan standar pelayanan yang lebih terjamin. Namun, beberapa masyarakat mengeluhkan harga yang lebih tinggi dan waktu tunggu yang lama, sebaliknya bengkel tidak resmi sering dipilih karena biaya yang lebih rendah, meskipun kualitas layanan dan suku cadang yang digunakan sering kali diragukan, sehingga menimbulkan kekhawatiran terhadap keandalan kendaraan setelah perbaikan.

Di padangsidimpuan, masyarakat cenderung lebih memilih bengkel resmi untuk perawatan kendaraan mereka, alasan utama adalah kepercayaan terhadap kualitas layanan dan penggunaan suku cadang asli, yang memberikan jaminan keamanan dan performa kendaraan. Meskipun bengkel resmi menawarkan biaya yang lebih tinggi, banyak konsumen merasa bahwa investasi tersebut sebanding dengan keandalan dan profesionalisme teknisi, namun beberapa orang tetap memilih bengkel tidak resmi untuk modifikasi atau perawatan yang lebih ekonomis, meskipun kualitasnya sering kali diragukan.



Kepuasan pelanggan di bengkel resmi dan tidak resmi di padangsidimpuan biasanya memiliki perbedaan yang signifikan, berikut adalah beberapa poin yang dapat dijelaskan:

#### Kepuasan pelanggan dibengkel resmi

- 1) Pelanggan cenderung lebih percaya pada bengkel resmi karena menggunakan suku cadang asli dan teknisi yang bersertifikat, ini memberikan jaminan keamanan dan performa kendaraan yang lebih stabil
- 2) Bengkel resmi biasanya memiliki standar pelayanan yang lebih terjamin, termasuk waktu penyelesaian yang lebih akurat dan komunikasi yang efektif dengan pelanggan
- 3) Bengkel resmi biasanya lebih baik, karena telah terdaftar sebagai mitra resmi dari merek-merek ternama, seperti Honda atau Yamaha, hal ini meningkatkan kepercayaan public.

#### Kepuasan pelanggan dibengkel tidak resmi

- 1) Biaya perawatan dibengkel tidak resmi biasanya lebih rendah dari pada dibengkel resmi, yang membuatnya lebih populer dikalangan masyarakat yang budget terbatas.
- 2) Kualitas layanan dan suku cadang yang digunakan bias tidak pasti, sehingga risiko kecelakaan atau gangguan kendaraan setelah perbaikan lebih besar.

3) Komunikasi dengan teknisi bengkel tidak resmi mungkin kurang efektif, sehingga pelanggan sulit untuk memantau proses perbaikan dan estimasi waktu.

Secara umum, kepuasan pelanggan bengkel resmi lebih tinggi karena kepercayaan yang lebih kuat terhadap kualitas layanan dan suku cadang asli, disisi lain bengkel tidak resmi menawarkan biaya yang lebih rendah namun resiko kualitas yang kurang pasti. Oleh karena itu, banyak pelanggan memilih bengkel resmi untuk keamanan dan keandalan yang lebih tinggi.

Masyarakat padangsidimpuan seringkali khawatir terhadap beberapa kejadian yang terjadi bengkel umum, kualitas perbaikan yang tidak konsisten menjadi salah satu masalah utama, dimana beberapa bengkel tidak menggunakan suku cadang asli atau melakukan perbaikan yang kurang memadai, berpotensi menyebabkan kerusakan lebih lanjut pada kendaraan. Selain itu, penipuan harga juga sering dilaporkan, dimana pelanggan merasa ditarik biaya lebih tinggi dari yang seharusnya, kejadian-kejadian ini menciptakan ketidak pastian dan kekhawatiran dikalangan pengguna jasa bengkel umum. Tidak ada laporan spesifik mengenai kejahatan yang sering terjadi bengkel umum di padangsidimpuan dalam hasil pencarian, namun secara umum masyarakat mungkin khawatir tentang potensi penipuan atau kualitas layanan yang buruk bengkel tidak resmi.

Ada kerjasama antara pihak berwenang dan masyarakat di Padangsidimpuan untuk mengurangi kejahatan bengkel umum, pihak

kepolisian menerapkan partisipasi aktif warga dalam menjaga keamanan dan ketertiban. Melalui program ini, masyarakat diajak untuk berperan serta dalam mendeteksi dan melaporkan aktivitas mencurigakan disekitar bengkel. Sosialisasi tentang hak-hak konsumen dan cara melaporkan tindakan kriminal juga dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, kerjasama ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang lebih aman dan mengurangi potensi kejahatan disektor otomotif.

Masyarakat di Padangsidempuan dapat berkontribusi lebih banyak dalam pencegahan kejahatan dibengkel umum melalui beberapa cara:<sup>49</sup>

- 1) Masyarakat harus aktif melaporkan setiap aktivitas mencurigakan disekitar bengkel kepada pihak berwenang, seperti kepolisian.
- 2) Mengikuti program patrol keamanan yang melibatkan warga, seperti yang dilakukan dibeberapa desa, untuk mencegah tindak kriminal.
- 3) Mengedukasi diri dari orang lain tentang hak-hak konsumen dan cara mengenali praktik tidak etis dibengkel.
- 4) Mengadakan pertemuan dengan aparat keamanan untuk membahas isu-isu keamanan dan mencari solusi bersama.
- 5) Bekerja sama dengan pihak berwenang dalam program-program keamanan untuk meningkatkan kesadaran dan tindakan preventif dimasyarakat.

Dampak kejahatan dibengkel umum terhadap masyarakat sekitar di Padangsidempuan dapat dirasakan dalam beberapa aspek:

---

<sup>49</sup> Pansal, Pemilik Bengkel Motor, wawancara (Salambue, 19 Juli 2024)

- 1) Keberadaan kejahatan, seperti pencurian atau penipuan, menciptakan rasa tidak aman dikalangan masyarakat, yang dapat mengurangi kepercayaan mereka terhadap bengkel umum dan meningkatkan kekhawatiran saat menggunakan layanan.
- 2) Kejahatan dibengkel dapat menyebabkan kerugian finansial bagi pemilik bengkel dan pelanggan, seperti kehilangan barang berharga atau biaya tambahan untuk perbaikan akibat tindakan kriminal
- 3) Aktivitas bengkel yang tidak teratur dan potensi kejahatan dapat menyebabkan pencemaran lingkungan, seperti limbah yang dibuang sembarangan, yang berdampak pada kesehatan masyarakat sekitar.
- 4) Masyarakat mungkin mengasosiasikan bengkel umum dengan kejahatan, yang dapat merugikan reputasi pemilik bengkel yang jujur dan berdampak negatif pada usaha mereka.

Secara keseluruhan kejahatan dibengkel umum, memiliki dampak signifikan terhadap keamanan, ekonomi, dan lingkungan masyarakat sekitar.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan yaitu

##### **1. Bentuk-Bentuk Persaingan Usaha Bengkel Motor Resmi dan Tidak Sehat**

Persaingan usaha dapat berbentuk persaingan usaha sehat (Perfect Competition) dan persaingan usaha tidak sehat (Unperfect Competition).

- a. Persaingan usaha sehat (Perfect Competition) ini memiliki ciri-ciri yaitu: 1) Menjamin persaingan di pasar yang berhubungan erat dengan pencapaian efisiensi ekonomi di semua bidang kegiatan usaha dan perdagangan. 2) Menjamin semua kesejahteraan konsumen serta melindungi kepentingan konsumen. 3) Membuka peluang pasar yang seluas-luasnya dan menjaga agar tidak terjadi konsentrasi kekuatan ekonomi pada kelompok tertentu.
- b. Persaingan usaha tidak sehat (Unperfect Competition) ini merupakan persaingan yang mencegah calon pesaing atau menyingkirkan pesaing dengan cara-cara yang curang. Adapun tindakan-tindakan yang dilakukan dalam persaingan usaha tidak sehat adalah: 1) Monopoli adalah suatu pasar disebut monopoli apabila pasar tersebut terdiri atas satu produsen dengan banyak pembeli dan terlindung dari persaingan, pasar yang bersifat monopoli umumnya menghasilkan kuantitas produk yang lebih sedikit sehingga masyarakat membayar dengan harga yang lebih tinggi. 2) Kartel adalah bangunan dari perusahaan yang sejenis yang secara terbuka sepakat

untuk mengatur kegiatannya. 3) Dominan firm adalah pasar yang jumlah produsennya banyak tidak identik bahwa pasar tersebut bersaing sempurna, jumlah perusahaan tidak akan berarti apabila dalam pasar yang bersangkutan terdapat dominan firm atau posisi dominan. 4) Penetapan harga; bagi pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan jasa yang harus dibayar oleh konsumen pada pasar bersangkutan yang sama.<sup>5</sup> Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa persaingan usaha yang dilakukan dengan cara yang sehat, tidak akan merugikan pesaing yang lain. Sedangkan, persaingan yang dilakukan dengan cara yang tidak sehat akan membuat calon pesaing menyingkir dengan menghalalkan berbagai macam cara yang curang.

## **2. Praktik-Praktik Persaingan Usaha Bengkel Motor Resmi dan Tidak Resmi**

Masyarakat di Padangsidimpuan dapat berkontribusi lebih banyak dalam pencegahan kejahatan dibengkel umum melalui beberapa cara:

- a. Masyarakat harus aktif melaporkan setiap aktivitas mencurigakan disekitar bengkel kepada pihak berwenang, seperti kepolisian.
- b. Mengikuti program patrol keamanan yang melibatkan warga, seperti yang dilakukan dibeberapa desa, untuk mencegah tindak kriminal.
- c. Mengedukasi diri dari orang lain tentang hak-hak konsumen dan cara mengenali praktik tidak etis dibengkel.

- d. Mengadakan pertemuan dengan aparat keamanan untuk membahas isu-isu keamanan dan mencari solusi bersama.
- e. Bekerja sama dengan pihak berwenang dalam program-program keamanan untuk meningkatkan kesadaran dan tindakan preventif dimasyarakat.

Berdasarkan tinjauan hukum ekonomi syariah, persaingan usaha pada dasarnya diperbolehkan bahkan dianjurkan sepanjang dilakukan dengan cara yang sehat, adil, dan tidak merugikan pihak lain. Islam memandang persaingan sebagai sarana untuk mendorong peningkatan kualitas barang dan jasa, efisiensi produksi, serta tercapainya kemaslahatan masyarakat (*maslahah 'ammah*).

Namun, hukum ekonomi syariah secara tegas melarang bentuk-bentuk persaingan yang tidak sehat, seperti monopoli (*ihthikar*), penipuan (*gharar*, *ghisy*, *tadlis*), serta praktik eksploitasi yang merugikan konsumen maupun pelaku usaha lain. Praktik demikian dianggap bertentangan dengan prinsip keadilan, kejujuran, dan amanah yang menjadi dasar muamalah dalam Islam.

Dengan demikian, persaingan usaha yang sesuai dengan hukum ekonomi syariah adalah persaingan yang:

- a. Berorientasi pada keadilan dan keberkahan, bukan semata keuntungan.
- b. Menjunjung tinggi etika bisnis Islami, seperti kejujuran, keterbukaan, dan tanggung jawab.
- c. Menjamin distribusi manfaat ekonomi secara merata tanpa menimbulkan kezaliman.

Oleh karena itu, tinjauan hukum ekonomi syariah menegaskan bahwa persaingan usaha sehat bukan hanya instrumen mekanisme pasar, melainkan juga bagian dari ibadah yang bernilai spiritual apabila dijalankan sesuai prinsip syariah.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dilakukan, sebagai bagian akhir penelitian memberikan saran sebagai berikut:

Untuk bersaing secara efektif, baik bengkel motor resmi maupun tidak resmi di Padangsidempuan perlu mengoptimalkan kekuatan masing-masing dan terus meningkatkan kualitas layanan. Bengkel resmi dapat lebih menekankan pada kualitas, garansi, dan pelayanan purna jual yang baik, sementara bengkel tidak resmi harus lebih fokus pada efisiensi, harga yang bersaing, serta membangun reputasi dengan pelayanan yang jujur dan profesional. Baik bengkel resmi maupun tidak resmi, penting untuk memanfaatkan teknologi, pemasaran yang efektif, dan memberikan pengalaman pelanggan yang memuaskan agar tetap relevan dan kompetitif di pasar.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, *Manajemen Strategis* (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020)
- Amiruddin, dkk. Pengantar Metode Penelitian Hukum (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada: 2003)
- Andini dan Aditiya. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Surabaya: Prima Media. 2002.
- B. N. Marbun, *Kamus Manajemen* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003).
- Bukhari, Shahih Al-Bukhari (Damaskus: Dar Ibn Katsir, 2002)
- Hasan Muhammad Baudi, *Dlawabith al-munafasah at-Tijariyah* ( Beirut: Dar al-Ma'rifat, t.t)
- Hasniati and Syahrudin, “*Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha The Effect of Entrepreneurial Motivation and Knowledge on Entrepreneurial Interests*”, Jurnal Ilmiah Ecosystem, 22 (2022)
- Hermansyah, Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia (Jakarta: Kencana, 2008)
- Hira Batool and Kalim Ullah, “*Successful Antecedents of Women Entrepreneurs: A Case of Underdeveloped Nation*”, Entrepreneurship Research Journal, 7.2 (2017) .
- <http://www.temukanpengertian.com/2013/09/pengertian-persaingan.html?m=1>
- Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*
- Kementerian Agama, *Al-qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Sinergi Pustaka, 2012)
- M. Taufik, *Dinamika Pemasaran Jelajahi Dan Rasakan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005
- M.Syamsudin, Operasionalisasi Penelitian Hukum ( Yogyakarta: Raja grafindo Persada, 2007)
- M.Syamsudin, Operasionalisasi Penelitian Hukum
- Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga, 2005

Muhaimin, Metode Penelitian Hukum

Muhammad Djakfar, Etika Bisnis: *Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* ( Jakarta: Penebar Plus,2012)

Muhammad Husni Mubarak, Manajemen Strategi ( Surabaya: Dipa Stain Kudus,2009)

Muhammad Husni Mubarak, *Manajemen Strategi*, ( Kudus: DIPA STAIN Kudus, 2009)

Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* ( Jakarta, Gema Insani : 2008)

Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Muslim Economic Thinking* (Leicester: The Islamic Foundation, 1981)

Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*

Nurul Huda, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Kencana,2015)

Purwanto, “Analisis Strategi Bersaing Pasar Kaget untuk Memenangkan Persaingan”. Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia Vol. 4, Nomor 1, Oct (2016)

S.N.Naqvi, *Ethics and Economics: an Islamic synthesis*, Terj.Husin Anis, *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami* (Bandung: Mizan,2000)

Hofifah, “Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebet Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam”,

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mix Methods), (Bandung: Alfabeta,2013)

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **A. Identitas Pribadi**

Nama : Saiful Anwar Lubis  
Nim : 2110200009  
Tempat/Tanggal Lahir : 16 Oktober 2002  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Anakke : 2 (dua) dari 2 bersaudara  
Alamat : Perumnas LK III, Kota Padangsidempuan

### **B. Identitas Keluarga**

Nama Ayah : Alm. Abu Hasan Azhari Lubis  
Pekerjaan : -  
Nama Ibu : Irma Suryani Nasution  
Pekerjaan : Wiraswasta  
Alamat : Perumnas Lk III, Kota Padangsidempuan

### **Riwayat Pendidikan**

Tahun 2012-2013 : SDN 200515 Perumnas Pijorkoling  
Tahun 2015-2016 : Madrasah Tsanawiyah Negeri 2 kota Padangsidempuan  
Tahun 2019-2021 : SMA Negeri 3 Padangsidempuan  
Tahun Sekarang : UIN SYAHADA Padangsidempuan

## Dokumentasi

Dokumentasi wawancara penelitian bersama bengkel resmi dan tidak resmi

### 1. PT Indako Trading Coy



## 2.Pansa Bengkel Motor



## 3.Bengkel Rahmat Motor



## **DAFTAR WAWANCARA**

### **1. Pertayaan kepada bengkel motor resmi**

- a. Apa saja strategi yang digunakan bengkel resmi untuk meningkatkan daya saing?
- b. Bagaiman pemilik menentukan lokasi untuk mendirikan sebuah bengkel?
- c. Bagaimana pelayanan yang ada dibengkel resmi?
- d. Apa yang membedakan bengkel resmi dan bengkel tidak resmi?
- e. Apa saja tantangan yang dihadapi bengkel resmi dalam bersaing dengan bengkel tidak resmi?
- f. Bagaimana pandangan masyarakat setempat tentang kualitas bengkel resmi dan tidak resmi di padangsidimpuan?

### **2. Pertayaan kepada bengkel tidak resmi**

- a. Bagaimana pandangan masyarakat setempat tentang kualitas bengkel resmi dan tidak resmi di padangsidimpuan?
- b. Apa saja tantangan yang dihadapi bengkel resmi dalam bersaing dengan bengkel tidak resmi?
- c. Apakah masyarakat lebih memilih bengkel resmi atau tidak resmi di padangsidimpuan?
- d. Bagaimana kepuasan pelanggan dibengkel resmi dibandingkan dengan bengkel tidak resmi di padangsidimpuan?
- e. Apakah ada factor lain yang mempengaruhi pilihan masyarakat antara bengkel resmi dan tidak resmi di padangsidimpuan?
- f. Bagaimana kualitas perawatan kendaraan dibengkel resmi dibandingkan tidak resmi di padangsidimpuan?





PT INDAKO TRANDING COY  
CABANG PADANGSIDIMPUAN

Jl SM raja No 77, Wek V, Kec. Padangsidempuan Sel,  
Kota Padang Sidempuan, Sumatera Utara **Telepon: (0634) 27770**

Nomor : 07/PT Indako Tranding coy/Cabang-Psp/VI/2024      Padangsidempuan, 22 Juni 2024  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : **Balasan Surat Izin Melakukan Riset**

Kepada Yth

Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum

UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

di-  
tempat

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Sehubungan dengan surat dari Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum dengan Nomor B-780/Un.28/D.4a/TL.00/06/2024 dengan hal izin melakukan Riset tanggal 24 juni 2024, maka Kepala Bengkel PT Indako Tranding Coy Kecamatan Padangsidempuan Selatan dengan ini menerangkan nama mahasiswa dibawah ini :

Nama : Saiful Anwar Lubis

Nim : 2110200009

Jurusan: Hukum Ekonomi Syariah

Benar telah mengadakan penelitian di PT Indako Tranding Coy Padangsidempuan Selatan guna melengkapi data pada Penyusunan Skripsi yang berjudul " **Persaingan Usaha Bengkel Motor Resmi dan Tidak Resmi di Kota Padangsidempuan** "

Demikian surat balasan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Kepala Bengkel





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM  
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang 22733 Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022  
Website : [fasih.uinsyahada.ac.id](http://fasih.uinsyahada.ac.id)

Nomor : B- 780 /Un.28/D.4a/TL.00/06/2024  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : **Mohon Bantuan Informasi  
Penyelesaian Skripsi**

19 Juni 2024

Yth, Pimpinan Rahmat Motor Pijorkoling Padangsidimpuan Tenggara

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Saiful Anwar Lubis  
NIM : 2110200009  
Fakultas/Jurusan : Syariah dan Ilmu Hukum / Hukum Ekonomi Syariah  
Alamat : Perumnas Lk. III Pijorkoling  
No Telpn/HP : 085762556967


Adalah benar mahasiswa Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan penulisan Skripsi mahasiswa dengan judul "Persaingan Usaha Resmi dan Tidak Resmi di Kota Padangsidimpuan".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak untuk memberikan data dan informasi sesuai dengan maksud judul Skripsi di atas.

Demikian kami sampaikan, atas Kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.



a.n. Dekan  
Kabag Tata Usaha,

  
Saiful Anwar Lubis, S.Ag.  
NIP 197202212000031004