



Perbedaan Harga pada Toko Online dan Offline Perspektik Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

Muhamad Ikhsan Gunawan Mubarak, Udin Saripudin, Zia Firdaus Nuzula*

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 19/4/2024

Revised : 16/6/2024

Published : 6/7/2024



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 4

No. : 1

Halaman : 39 – 44

Terbitan : Juli 2024

Terakreditasi [Sinta Peringkat 4](#)

berdasarkan Ristekdikti

No. 72/E/KPT/2024

ABSTRAK

Perkembangan jual beli online membuat masyarakat Indonesia diberikan banyak kemudahan, baik dalam hal menjual maupun membeli tetapi pada kenyataannya masih banyaknya pedagang dari pasar tradisional tidak semuanya bisa beradaptasi dengan perkembangan penjualan secara online ini, sehingga terjadinya perbedaan harga antara toko online dan offline yang berdampak kepada penurunan pemasukan bagi sebagian pedagang pasar tradisional. Adapun tujuan penelitian ini menganalisa perbedaan harga antara toko online dan offline di pasar Tradisional Kopo Sayati kemudian ditinjau dengan etika bisnis Islam dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang perdagangan. Metode penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (field research), dengan menggunakan teknik analitis deskriptif demi menggambarkan persaingan yang terjadi di pasar tradisional Kopo Sayati dengan toko online. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa persaingan yang terjadi akibat adanya perbedaan harga antara toko online dan offline tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam dan Undang- Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang perdagangan karena pesaing yang terjadi tidak berasaskan pada persaingan yang sehat, dan seharusnya bagaimana para pelaku usaha mengedepankan persaingan yang sehat hingga akhirnya tidak ada salah satu pihak yang dirugikan.

Kata Kunci : Perbedaan Harga; Persaingan Usaha; Etika Bisnis Islam.

ABSTRACT

The development of online buying and selling has given Indonesian people many conveniences, both in terms of selling and buying, but in reality there are still many traders from traditional markets, not all of whom can adapt to the development of online sales, resulting in price differences between online and offline stores which has an impact on the decline. The aim of this research is to analyze the price differences between online and offline shops in the Kopo Sayati Traditional market and then review it with Islamic business ethics and Law Number 7 of 2014 concerning trade. This research method uses field research, using descriptive analytical techniques to describe the competition that occurs in the Kopo Sayati traditional market with online stores. The results of the research show that the competition that occurs due to price differences between online and offline stores is not in accordance with the principles of Islamic business ethics and Law Number 7 of 2014 concerning trade because the competition that occurs is not based on healthy competition, and how the perpetrators should act efforts to prioritize healthy competition so that in the end no one party is harmed.

Keywords : Price Differences; Business Competition; Islamic Business Ethics.

Copyright© 2024 The Author(s).

A. Pendahuluan

Dalam masyarakat, jual beli atau jual beli merupakan hal yang biasa dilakukan oleh setiap orang. Namun tidak semua umat Islam mengetahui cara jual beli barang yang benar dan sesuai dengan syariat Islam. Mayoritas masyarakat belum mengetahui hukum Islam tentang jual beli (commerce). Jual beli merupakan pertukaran sosial antar manusia yang bergantung pada kesepakatan dan aturan yang telah ditetapkan. “Al-bai”, “Al-tijarah”, dan “Al-mubadalah” adalah pengertian jual beli. Jual beli pada hakekatnya adalah perjanjian antara dua orang untuk saling bertukar barang yang bermanfaat atau barang yang diterima kedua belah pihak. (Veithzal Rivai, 2012)

Jual beli ini pada mulanya hadir dari pasar dengan keinginan beberapa orang untuk memperoleh bahan kebutuhannya. Awalnya jual beli atau jenis transaksinya terjadi melalui pertukaran harta benda dan barang yang dibeli, misalnya saja antara petani dan peternak, dan nelayan yang saling menukarkan hasil panennya. Biasanya tukar-menukar ini dilakukan disembarang tempat hingga akhirnya disepakati ketika akan melakukan transaksi barter ini di satu lokasi.

Perkembangan jenis transaksi ini seiring juga dengan kemajuan peradaban manusia dan tingkat kebutuhan manusia yang berbeda-beda menimbulkan banyak kelemahan dalam sistem barter, antara lain: pertama, sulitnya menemukan konsensus keinginan diantara para pelaku usaha, atau sulitnya mencapai kesepakatan bersama yang saling menguntungkan. Kedua, sulitnya mengukur standar harga seluruh barang dan jasa. Ada kelemahan dalam sistem barter ini, sehingga orang mengeluarkan barang dan uang. Misalnya untuk harga satu gerobak setara dengan satu ekor kambing. Dan pada akhirnya seiring sistem barang komoditas ini berjalan dan masih ada kelemahan-kelemahan yang ada, maka munculah mata uang kertas yang hingga saat ini menjadi salah satu syarat sah nya jual beli. Semua sistem transaksi yang sudah dilakukan umat manusia dengan beriringannya kemajuan peradaban manusia terkait jual beli ini selalu dilakukan di lingkungan pasar. (Syed Nawad Haidar Naqi)

Perkembangan pasar pun pada hari ini sudah jauh lebih maju dibandingkan pada saat itu yang ketika akan melakukan kegiatan muamalah atau jual beli harus di lokasi tertentu. Berbeda dengan hari ini dengan maraknya era digitalisasi yang akhirnya merambak juga pada kegiatan jual beli. Perkembangan yang pesat dalam dunia jual beli ini biasa kita kenal dengan bisnis online atau jual beli online yang menjadi sangat masuk kedalam lingkungan masyarakat. Dan menurut Islam pun kegiatan ini tidak dilarang karena berbisnis dalam Islam sangat dianjurkan. Hal ini sesuai dengan Hadits Rasulullah SAW yang mengatakan bahwa “Sembilan dari sepuluh pintu rezeki adalah jalur dagang”. (Teungku Muhammad Hasbi Ash Shiddieqy) Dengan membuka pintu-pintu rezeki manusia akan mendapatkan rezeki dan karunia dari Allah SWT. Aktivitas jual beli diperbolehkan sebagaimana dicantumkan dalam Al-Qur’an Surat Al-Baqarah ayat 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kesurupan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah di perolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”

Dengan perkembangan yang cukup pesat ini dalam dunia jual beli bisa dibuktikan dengan Hasil survei dari Badan Pusat Statistik menunjukkan, hampir seluruh usaha (93,98 persen) melakukan penjualan secara online melalui aplikasi pesan instan seperti WhatsApp, Line, Telegram. Sebanyak 48,65 persen usaha berjualan online melalui media sosial, seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan sebagainya. Selanjutnya, hanya 20,64 persen usaha yang memiliki akun penjualan di marketplace/platform digital. Hal ini menjadi pekerjaan rumah bagi pemerintah agar usaha eCommerce di Indonesia tertarik beralih ke marketplace/platform digital, karena masih terdapat 79,36 persen usaha eCommerce yang belum memanfaatkan media penjualan ini. Selanjutnya, terdapat 4,92 persen usaha yang menggunakan email dalam berjualan online. Di urutan akhir, hanya terdapat 2,05 persen usaha yang menggunakan website.

Perkembangan jual beli online membuat masyarakat Indonesia diberikan banyak kemudahan, baik dalam hal menjual maupun membeli. Seiring banyak benefit atau keuntungan yang ditawarkan dalam jual beli online kepada konsumen hingga akhirnya terbentuklah kebiasaan yang cukup berbeda dengan zaman dahulu yang mana biasanya ketika ingin memenuhi kebutuhannya perlu mengunjungi terlebih dahulu hingga akhirnya membeli kebutuhannya di Pasar, sekarang berbeda jauh dengan hanya menggunakan jari jemari mereka sudah bisa membeli apa yang menjadi kebutuhannya. Juga dengan perkembangan jual beli online ini penjualpun melakukan promosi di layar kaca hingga harus melakukan siaran langsung untuk memperlihatkan dagangannya. Fenomena ini sangat bagus untuk kemajuan manusia tapi tidak semuanya bisa beradaptasi dengan cepat dengan kondisi digitalisasi ini. Banyaknya pedagang pasar tradisional yang belum terjun kepada bisnis baru ini, yaitu jual beli online dikarenakan beberapa alasan. Berdasarkan pendataan usaha (listing) survei eCommerce 2023 di 4.252 Blok Sensus yang tersebar di 302 Kabupaten/Kota, ditemukan masih banyak usaha yang belum melakukan eCommerce pada tahun 2022. Alasan terbanyak (78,12 persen) adalah karena lebih nyaman berjualan secara langsung (offline), tidak tertarik berjualan online sebanyak 29,94 persen, dan 27,83 persen usaha yang kurang pengetahuan atau keahlian.

Ketika jual beli online ini terus berlanjut dan masih banyaknya yang belum beradaptasi dengan kemajuan ini hingga akhirnya muncul keresahan yang dirasakan oleh penjual pasar tradisional, yaitu menurunnya pemasukan karena beberapa faktor, seperti: masyarakat sudah terlalu nyaman melakukan jual beli online, adanya kepuasan tersendiri ketika membeli online, banyaknya penawaran yang dihadirkan oleh tiap e-commerce kepada pembeli, dan adanya perbandingan harga yang cukup signifikan pada barang serupa hingga akhirnya pembeli lebih memilih membeli online karena lebih murah dibanding dengan toko offline. Dari faktor-faktor itulah yang penulis rasakan dan para pedagang di Pasar Tradisional Kopo Sayati alami sejak diberlakukannya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) ketika Pandemi tahun 2020.

Pasar Tradisional Kopo Sayati Bandung memainkan peranan penting dalam perekonomian lokal dan menyediakan salah satu sumber pendapatan utama bagi pedagang lokal dan pemilik usaha. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, kemunculan toko online dan platform e-commerce telah membawa perubahan signifikan dalam cara konsumen berbelanja. Fenomena ini mencakup perbandingan harga yang signifikan antara barang yang sama yang dijual secara online dan offline.

Pasar tradisional, sebagai bagian dari ekosistem bisnis yang lebih konvensional, menghadapi tantangan besar untuk bersaing dengan harga yang ditawarkan oleh toko online. Fenomena perbedaan harga ini tidak hanya memiliki dampak ekonomi, tetapi juga memiliki implikasi etika bisnis, terutama dalam konteks nilai-nilai Islam yang menekankan kejujuran, keadilan, dan etika dalam perdagangan. Dan juga ketika berbicara regulasi yang ada di Indonesia terkait fenomena perbedaan harga pada toko online dan offline ini rasanya peneliti akan melihat Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan sebagai rujukan dan sebagai perbandingan dari konsep Etika Bisnis Islam.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Pasal tentang Perdagangan yang mengatur praktik perdagangan dan persaingan usaha di Indonesia juga memiliki peran penting dalam mengatur hubungan antara toko online dan offline serta melindungi kepentingan konsumen. Meskipun undang-undang nomor 7 tahun 2014 tentang perdagangan ini tidak menjelaskan secara eksplisit mengatur fenomena yang sedang marak terjadi pada perbedaan harga signifikan antara toko online dan offline tetapi setidaknya ada beberapa ketentuan dalam undang-undang ini yang memiliki relevansi dalam konteks perbedaan harga ini yaitu prinsip persaingan. Prinsip persaingan usaha yang adil dan sehat merupakan aspek penting dalam Undang-Undang Perdagangan. Jika ada tindakan yang merugikan persaingan atau mengarah pada praktik monopoli, ini dapat menjadi pelanggaran terhadap undang-undang ini. (Panji Adam, 2018)

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti apa yang sudah diuraikan diatas dengan mengambil judul skripsi “Analisis Perbandingan Harga yang Signifikan Antara Toko Online dan Offline Perspektif Etika Bisnis Islam dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Penelitian ini akan membantu memahami dampak perbedaan harga pada ekonomi lokal, mengukur sejauh mana praktik bisnis tersebut mematuhi prinsip-prinsip etika Islam, dan mengevaluasi pengaruh regulasi perdagangan terhadap perbandingan harga dan persaingan di pasar tradisional.

Dengan pengetahuan yang lebih mendalam tentang isu ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan panduan untuk pengembangan kebijakan yang mendukung keberlanjutan pasar tradisional dan menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan etis bagi semua pihak yang terlibat.

B. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif, yaitu pendekatan penelitian dengan tujuan untuk meneliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang berkaitan. (Suryana, 2010)

Penelitian ini menggunakan jenis data penelitian field data (data lapangan) sebagai data yang terjadi di lapangan, yaitu jenis data dengan memperoleh data yang berkaitan dengan konsep perbedaan harga ditinjau dari prinsip keadilan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014. Peneliti juga menggunakan studi kepustakaan (library research), yaitu dengan menggunakan literatur kepustakaan seperti buku, jurnal, e-book, dan sumber lain yang relevan guna mendukung penelitian yang dilakukan. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi dan wawancara.

C. Hasil dan Pembahasan

Praktek Perbedaan Harga antara Toko Online dan Offline

Penelitian ini telah memaparkan terkait praktik perbedaan harga yang terjadi antara toko online dan offline yang menjadi keresaha dari pihak pedagang offline yang merasa penjualan mereka mengalami penurunan omzet. Peneliti terlebih dahulu membahas temuan tentang praktik yang terjadi bagaimana perbedaan harga ini terjadi, ketika diidentifikasi ada beberapa yang mempengaruhi terjadi perbedaan harga; yang pertama karena telah mengalami pergeseran kebiasaan masyarakat dalam membeli suatu kebutuhannya, adanya perbedaan pengeluaran pembiayaan yang terjadi antara toko online dan offline yang mempengaruhi dalam penetapan harga disuatu toko.

Perberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) ketika Pandemi Covid-19 ini banyak menimbulkan dampak yang sangat besar bagi perekonomian masyarakat khususnya pedagang Pasar Tradisional Sayati. Aktivitas yang dibatasi dengan adanya kebijakan dari pemerintah membuat roda perekonomian masyarakat termasuk pasar mengalami penurunan dikarenakan daya beli masyarakat yang menurun. Sistem ekonomi yang diketahui masyarakat cenderung rendah selama Covid-19 membuat masyarakat mau tidak mau harus lebih selektif dalam pengeluaran sehari-hari, masyarakat dipaksa untuk membeli barang atau kebutuhan pokok yang menurutnya paling dibutuhkan saja agar tidak kekurangan dan bahkan ada beberapa yang mengurangi bahan pokok dikarenakan menurunnya perekonomian masyarakat, dan bahkan ketika akan melakukan pembelian yang menjadi kebutuhannya, kebanyakan masyarakat harus membeli secara daring. Oleh karena itu adanya permasalahan tersebut membuat daya beli masyarakat menurun khususnya di pasar tradisional.

Faktor yang selanjutnya mempengaruhi perbedaan harga sesuai dengan penemuan peneliti di lapangan yaitu ada beberapa perbedaan dari pengeluaran biaya yang harus dikeluarkan dari setiap pasarnya. Pasar tradisional relatif lebih banyak biaya yang harus dikeluarkan guna tertutupinya biaya operasional, diantaranya; biaya transportasi, distribusi, sewa gedung, dan sebagainya. Pada hal ini penetapan harga yang dilakukan pedagang pasar tradisional menggunakan metode mark-up pricing yang mana hakikatnya metode ini ialah menetapkan tarif produk dengan menambahkan mark-up harga beli yang kemudian dijumlahkan dengan keuntungan. Dengan metode ini, pedagang biasanya menaikkan beberapa persen dari harga beli produk berdasarkan biaya lainnya. Oleh karenanya, semakin tinggi mark up atau penambahan biaya yang dinaikan, semakin banyak juga pendapatan yang dihasilkan.

Faktor selanjutnya pada perbedaan penetapan harga dari toko online yang berhasil peneliti temukan dalam melakukan observasi dan wawancara, ialah minimnya pengeluaran yang biasa dilakukan pedagang pasar tradisional atau offline, karena pada penjualan online ada beberapa yang tidak diperlukan untuk mengeluarkan biaya operasional, yaitu salah satunya tidak mengeluarkan biaya sewa gedung. Dalam metode penetapan harganya sebetulnya tidak jauh berbeda dengan pedagang dari pasar tradisional, sama-sama menggunakan metode mark-up pricing akan tetapi kadang kala penjual dari toko online menggunakan metode

harga BEP atau break even point yang mana harga jual berpedoman kepada total biaya pengeluaran dan hasil yang diterima menyeluruh. Dengan hal ini pedagang bisa diasumsikan sedang mengambil sekap yang aman, karena pedagang tidak akan mengambil atau bahkan keuntungan tetapi disisi lain tidak akan mendapatkan kerugian.

Perbedaan Harga antara Toko Online dan Offline Perspektif Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

Analisis berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, telah memberikan pedoman bagaimana semestinya perdagangan berjalan dengan semestinya termasuk kepada konteks fenomena yang sedang terjadi hari ini yaitu adanya perbedaan harga yang berimplikasi kepada persaingan tidak sehat.

Ketika persaingan tidak sehat karena adanya beberapa faktor yang mengarah kepada tendensi emosi semata yang didapatkan peneliti ketika proses observasi dan wawancara akan mengakibatkan sporadis dalam pemahaman. Oleh karenanya agar terjadinya persaingan yang sehat sebagaimana tertulis dalam Pasal 10 Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan terdapat redaksi “etika ekonomi dan bisnis” yang memiliki maksud agar prinsip dan perilaku ekonomi dan bisnis oleh pelaku usaha dapat melahirkan kondisi dan realitas ekonomi yang bercirikan persaingan yang jujur dan berkeadilan, serta mendorong berkembangnya etos kerja ekonomi, daya tahan ekonomi, dan kemampuan saing guna terciptanya suasana kondusif untuk pemberdayaan ekonomi yang berpihak kepada rakyat kecil melalui kebijakan secara berkesinambungan.

Selanjutnya dijelaskan juga dalam Pasal 2 poin (c) yaitu adil dan sehat, maksudnya adalah adanya kesetaraan kesempatan dan kedudukan dalam kegiatan usaha antara produsen, pedagang, dan pelaku usaha lainnya untuk mewujudkan iklim usaha yang kondusif sehingga menjamin adanya kepastian dan kesempatan berusaha yang sama.

Pada praktiknya dilapangan cukup kontradiktif dengan apa yang sudah diatur dalam Undang-Undang ini, artinya ketimpangan sosial yang terjadi akibat perbedaan harga anatar toko online dan offline yang kemudian berdampak kepada persaingan yang tidak sehat perlu rasanya ada hal yang perlu diterapkan oleh para pelaku usaha hingga akhirnya bisa menyelaraskan dengan apa yang sudah diatur pada Undang-Undang Nomo 7 Tahun 2014 tentang perdagangan pada Pasal 2 poin (c) dan juga pada Pasal 10.

Pada kasus ini peranan Pemerintah perlu untuk terjun langsung untuk mengambil peranan penting dalam perekonomian masyarakat demi menjaga kestabilan pasar, yang juga sama dilakukan Oleh Rasulullah ketika berhijrah ke Madinah. Peran Rasulullah ketika hijrah ke Madinah selain untuk berdakwah juga menjadi (al-Mustasib) yaitu menjadi pengawas pasar. Ketika harga di Madinah tiba-tiba naik pada saat itu, Rasulullah menolak menyetujui harga tersebut, karena tidak ada alasan untuk tidak menghormati harga pasar selama akenaikan tersebut murni didasarkan pada kekuatan permintaan dan penawaran, tanpa dorongan monopolistik dan monopsonistik.

Kemudian apa yang dirasakan oleh para pedagang pasar tradisional kopo sayati akibat adanya perbedaan harga yang mengakibatkan kepada penurunan omzet ini perlu menerapkan apa yang telah tertulis dalam Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang perdagangan pada Pasal 26 yaitu “Apabila dalam kondisi tertentu yang dapat mengganggu kegitraana perdagangan nasional, pemerintah berkewajiban menjamin pasokan dan stabilisasi harga barang kebutuhan pokok, dan barang penting.” Artinya pemerintah punya wewenang dalam mengatur Stabilisasi harga yang per hari ini sudah banyak perbedaan harga yang terjadi antara toko online dan offline.

D. Kesimpulan

Hasil penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai suatu topik atau fenomena tertentu telah disampaikan dalam penelitian skripsi ini. Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, ditemukan kesimpulan yang dapat diambil sebagai jawaban dari permasalahan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Praktik yang terjadi bagaimana perbedaan harga terjadi antara toko online dan offline diantaranya; yang pertama karena telah mengalami pergeseran kebiasaan masyarakat dalam membeli suatu kebutuhannya, dan adanya perbedaan pengeluaran pembiayaan yang terjadi antara toko online dan offline yang mempengaruhi dalam penetapan harga disuatu toko. Perberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar yang akhirnya membuat kebiasaan masyarakat dalam daya beli

ke pasar terlebih masyarakat telah beralih untuk membeli kebutuhannya ke toko online. Dan juga karena ada beban biaya yang harus dikeluarkan oleh pedagang offline berbanding beda dengan pedagang online yang sedikit dalam pengalangan biaya operasionalnya.

Selanjutnya kehadiran Undang-Undang nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dalam fenomena yang terjadi pada implementasi di lapangan adanya ketidak sesuaian dengan Pasal 10 yang mana dalam persaingan perlu berasaskan keadilan dan kejujuran. Juga persaingan yang terdidi akibat perbedaan harga antara toko online dan offline inipun tidak sesuai dengan Pasal 2 yaitu adil dan sehat, maksudnya adalah adanya kesetaraan kesempatan dan kedudukan dalam kegiatan usaha antara produsen, pedagang, dan pelaku usaha lainnya untuk mewujudkan iklim usaha yang kondusif sehingga menjamin adanya kepastian dan kesempatan berusaha yang sama. Dengan demikian pemerintah agar lebih melaksanakan kewenangannya dalam kasus yang sedang terdaji ini karena sesuai dengan Pasal 26 yaitu menjadi stabilisasi harga sebagaimana Rasulullah telah contohkan ketika hijrah ke kota Madinah.

Daftar Pustaka

- Draft Undang-undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan
- Mubarakah, A. (2023). Market Religion and Religion Marketplace in Digital World. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 15–26. <https://doi.org/10.29313/jres.v3i1.1724>
- Nadianti, N. A., & Anshori, A. R. (2023). Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Praktik Jual Beli dengan Sistem Cashback di Tokopedia. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 27–34. <https://doi.org/10.29313/jres.v3i1.1738>
- Nurhikmah, F., Ansari, D., H., & Nurgraha, Y. D. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Electronic Service Quality, dan Electronic Trust terhadap Purchase Decision pada Pengguna Shopee di Kota Bandung. 1(1), 27–34. <https://doi.org/10.29313/iconomics.v1i1.xxx>
- Nurviya Alfitri, Redi Hadiyanto, & Liza Dzulhijjah. (2023). Tinjauan Fikih terhadap Jual Beli Hasil Olahan Makanan yang Digoreng dengan Minyak Bekas Pakai. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 143–148. <https://doi.org/10.29313/jres.v3i2.2848>
- Panji Adam, *Fikih Muamalah Adabiyah* (Bandung: Refika 2018)
- Prof. Dr. Suryana, M.Si., *Buku Ajar Perkuliahan, Metodologi Penelitian: Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Universitas Pendidikan Indonesia, 2010)
- Syed Nawad Haidar Naqi, *Etika Dan Ilmu Ekonomi: Suatu Sintesis Islami* (Bandung: Mizan, 1985)
- Teungku Muhammad Hasbi Ash Shiddieqy, *Mutiara Hadits Jilid 5*, Pustaka Rizki Putra, Semarang, 2003
- Veithzal Rivai, *Islamic Business And Economic Ethics: Mengacu Pada Al-Qur'an Dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW Dalam Bisnis, Keuangan, Dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012)