

Analisis Pasar Monopoli Dalam Perspektif Ekonomi Islam Dan Etika Bisnis Islam

Nia Puspita Hapsari¹, Endang Ruswanti²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Jakarta¹, Universitas Esa Unggul²
Email: pehanr17@gmail.com

Abstrak

Pangsa pasar monopoli, yaitu: komposisi pangsa pasar menandai satu penjual atau produsen yang mendominasi pasar, sehingga memiliki kekuasaan untuk menentukan harga dan pasokan. Dalam perspektif ekonomi Islam, praktik monopoli sering kali dianggap tidak etis karena berpotensi merugikan konsumen dan menciptakan ketidakadilan karena distribusi sumber daya. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis pasar monopoli dalam perspektif ekonomi Islam dan etika bisnis Islam dengan menyoroti doktrin etika bisnis Islam yang relevan, seperti keadilan (*'adl*), keseimbangan (*mizan*), dan larangan eksploitasi (*gharar*, *adan ikhtiar*). Menganalisis pasar monopoli melalui perspektif ekonomi Islam dan etika bisnis Islam, dengan mempertimbangkan doktrin dasar dalam fiqh muamalah, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Artikel ini juga membahas implikasi dari prinsip-prinsip ini terhadap regulasi dan praktik bisnis di pasar monopoli. Bagaimana mengkaji praktik monopoli bertentangan dengan doktrin etika bisnis Islam, yang menekankan kejujuran, transparansi, dan kesejahteraan bersama. Penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan menganalisis literatur dan teori ekonomi Islam serta etika bisnis Islam. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pasar monopoli bertentangan dengan pedoman dasar ekonomi Islam memusatkan keseimbangan dan kesejahteraan umat. Pada etika bisnis Islam, monopoli dianggap sebagai praktik ketidaksesuaian ajaran keyakinan mendorong persaingan sehat dan perdagangan yang jujur.

Kata Kunci: Pasar Monopoli, Ekonomi Islam, Etika Bisnis Islam

Abstract

*Monopoly market share, namely: the composition of market share indicates that one seller or producer dominates the market, so that it has is a market structure characterized by one seller or producer dominating the market so that it has the power to determine prices and supply. In an Islamic economic perspective, monopoly practices are often considered unethical because they have the potential to harm consumers and create injustice due to the distribution of resources. This article aims to analyze monopolized markets from the perspective of Islamic economics and Islamic business ethics by highlighting relevant Islamic business ethics doctrines, such as justice, balance (*mizan*), and the prohibition of exploitation (*gharar*, and *ikhtiar*). Analyzing monopoly markets from the perspective of Islamic economics and Islamic business ethics, taking into account the basic doctrines in fiqh muamalah, justice, and social responsibility. This article also discusses the implications of these doctrines for regulation and business practices in monopoly markets. How reviewing monopolistic practices is contrary to the doctrine of Islamic business ethics, which emphasizes honesty, transparency, and mutual prosperity. Research with a qualitative approach by analyzing literature and theories of Islamic economics and business ethics. This research concludes that monopoly markets conflict with the basic guidelines of Islamic economics that focus on the balanced welfare of the people. In Islamic business ethics,*

monopoly is considered a practice that inconsistent with the teachings of beliefs that encourage healthy competition and honest trade.

Keywords: *Monopoly Market, Islamic Economics, Islamic Business Ethics*

I. PENDAHULUAN

Pekan pasar beberapa pemesan dan pengencer melayani negosiasi bisa selisih ketika sepasang macam: pasar komoditas dan pasar elemen. Pasar komoditas, adalah lokasi antara pengencer dan pemesan komoditas atau pelayanan mengadakan negosiasi akan mematok total dan nilai komoditas atau pelayanan diperdagangkan. Sebaliknya pasar elemen, ialah: kawasan beberapa pedagang (konsumen elemen penerapan) menyediakan negosiasi serupa empunya bagian produk menakrifkan nilai (kekayaan) dan total elemen produk kreasi hendak dimanfaatkan berbobot memanifestasikan perlengkapan bahan dan pelayanan memesankan publik (Nasution, 2018, p. 2).

Penafsiran mengenai monopoli, diuraikan oleh beberapa mazhab. Mazhab Hanafi, monopoli diartikan sebagai pembelian bahan pangan secara besar-besaran, kemudian ditimbun untuk menaikkan harga. Sedangkan mazhab Hambali, monopoli adalah membeli bahan pangan untuk dijualbelikan dan ditimbun sehingga menjadi langka. Menurut Hambali, monopoli juga melibatkan pembelian produk pangan untuk diperdagangkan, mengawetkannya sedemikian rupa sehingga menjadikannya sangat langka, dengan biaya tambahan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Menurut Qaradhawi, monopoli diartikan sebagai Tindakan menahan suatu barang agar tidak tersebar di pasaran sehingga menyebabkan harganya menjadi tinggi. UU larangan monopoli, monopoli dijelaskan sebagai kompetensi terhadap pembuatan, penjualan peralatan atau pemanfaatan pelayanan eksklusif bagi Tunggal atau sekelompok badan komersil (Nurlika dan Hanifuddin, 2021). Praktik monopoli secara nyata melanggar prinsip ekonomi Islam dan etika bisnis Islam. Islam sangat menghargai tingginya persaingan terbuka dalam dunia usaha.

Diadopsi oleh (Ginting, 2016) ciri-ciri pasar monopoli, diantaranya: pertama, dalam kondisi monopoli, hanya terdapat satu penjual yang menguasai seluruh produksi suatu komoditi. Akibatnya, perusahaan tunggal tersebut melayani seluruh pasar, dan secara praktis dianggap sebagai industri itu sendiri; kedua, kekuatan penjual atau produsen dalam menetapkan harga menjadi kunci. Mereka memiliki kemampuan untuk mempengaruhi prasyarat dan latar belakang negosiasi dagang hingga nilai komoditas ditentukan sebab industri, bukan seperti pada bursa persaingan sempurna dimana harga ditentukan oleh kekuatan pasar. Walaupun dominasi pasar monopoli tinggi, namun tetap terbatas oleh permintaan pasar. Dampak dari monopoli, adalah kenaikan harga yang dapat menyebabkan kehilangan sejumlah konsumen; ketiga, kekurangan barang pengganti yang dekat atau serupa menjadi ciri khas. Hal ini disebabkan oleh produksi komoditas tertentu oleh suatu industri, membuat konsumen dan pelayanan dijual menjadi langka; keempat, tiada atau amat kurang industri yang berlainan mampu menembus bursa tertera dengan adanya batu sandungan teramat besar, seperti keutamaan industri sulit diatasi, kelima, praktik diskriminasi harga tampak, yakni: menetapkan harga yang berbeda untuk satu konsumen dibandingkan dengan pelayanan penggalan bursa perbedaan akan ciptaan dan pelayanan menyerupai, tanpa alasan terpaut serupa dana perakitan.

Penguasaan pasar, yakni aliran sekedar terselip pengasong tunggal atau industri belaka dan industri mengejawantahkan komoditas bahan betapa memiliki komoditas bahan substitusi terlampau dempet. Sebutan penguasaan dominasi berasal dari Bahasa Yunani, yaitu:

monopolein berarti berdagang tunggal. Satu kelompok industri kendatipun istilahnya bagaikan monopolistik serta agaknya sebutan group (Sutikno, 2012, p. 266). Ketika persepsi pasar berbasis Islam, tingkatan muatan mesti berlandaskan asas *ijab* dan penagihan beserta monoton memonitor dominasi asing. Percakapan diskusi antara tagihan dan permohonan termaktub layak terbina selaku berkenan berarti tafsiran tiada bagian menganggap tertekan akan menjalani negosiasi atas jenjang maslahatnya (Nawawi, 2013, p. 369).

Pemikiran Islam terkait bursa bersandarkan tiap formasi pelanggaran akan kezaliman, yakni: segenap implementasi perbisnisan akan ketidaksesuaian atau penyimpangan ketetapan petunjuk agamanya. Selaku dangkal menyebutkan maka perbisnisan berbasis Islami, atau mengantongi keserasian perangai dogma islamnya antara: pertama, meluruskan kekejian bahan; kedua, berpendirian akan kebenaran, terpercaya, dan kredibel; ketiga: meneguhkan keseimbangan dan menolak bunga; keempat, menanamkan kelembutan, ajakan, dan mencegah monopoli menggandakan margin privasi; kelima, memelihara tenggang rasa dan perkerabatan; dan keenam, beranggapan akan perbisnisan merwujudkan persiapan alam baka (Jusmaliani, 2008, p. 53).

Perbisnisan monopoli dan kekusutan pengelolaan, model kompetisi bisnis merana (Simbolon, 2011) monopoli memiliki berpengaruh amat banyak atas pola situasi keadaan daya bisnis di Indonesia. Revalitas bisnis sehat hendaknya melimpahi berakibat baik penyelenggara bisnis, dalih mampu memicu dorongan atau peningkatan kedayagunaan impetus, keproduktifan, pembaruan, dan bobot produksi. Kecuali profitable alokasi penyelenggara eksekutor pembisnis, niscaya pula pelanggan menggondol kemanfaatan akan revalitas efektif, (Novizas, dan Gunawan, 2021) monopoli dan revalitas tidak efektif. Monopoli merefleksikan perihal terkandung individu atau sekumpulan insan mengendalikan keahlian spesifik selaku absolut, mengusahakan dalam menyodorkan kemungkinan terhadap pengikutnya menjangkau kepingan. Mengartikan monopoli sebagai laksana kewenangan khusus, serta kebebasan revalitas tentunya menelurkan pencaplokan pangsa pasar.

Fatwa berbasis Islami menyodorkan keharusan pada tiap orang islam akan mencari jalan sebanyak-banyaknya merelisasikan hukum islam. Islam segenap gatra denyut tergolong berbobot perjanjian berbisnis melambangkan lintasan bagan berburu aktivitas. Esensi akar bertujuan menerapkan hukum Islam pada aspek perjanjian bisnis tertera spesifik integritas pembisnis, ialah: hendaknya menciptakan keberkahan pencarian nafkah dan muhtasyam, hendaknya diwujudkan pembaharuan hamba Allah akan keseimbangan dan pencapaian konsistensi pemuasan hajat, peluang rodi memadai, dan sirkulasi bayaran meruap menjalar minus patut menghadapi kesenjangan berkelanjutan di publik (Harahap, 1986, h. 6).

Syed Nawab Naqvi dalam buku kajian empat kaidah etika ekonomis, yakni: ketauhidan, kesepadanan, keleluasaan, dan kewajiban (Nawatmi, 2010, h. 50-58) Pembahasan tulisan jurnal selaku berbareng dimensi gatra pasar monopoli ekonomi Islam dan etika bisnis Islam. Berlandaskan alasan permasalahan, peneliti mendeskripsikan permasalahannya: 1) Mengapa penerapan pasar monopoli dalam Islam?; dan 2) Mengapa pelaku usaha banyak yang melanggar akan etika bisnis Islam?

II. METODE PENELITIAN

Penggunaan kajian bagi ancangan kualitatif dengan menganalisis literatur dan teori-teori ekonomi Islam serta etika bisnis Islam. Sumber data utama berasal dari literatur klasik, dan kontemporer terkait ekonomi Islam, hadist, al-Qur'an, serta jurnal-jurnal akademik yang relevan. Analisis dilakukan dengan mengevaluasi praktik monopoli dalam konteks nilai-nilai Islam, kemudian membandingkannya dengan teori-teori ekonomi konvensional. Teknik analisis data yang digunakan, adalah deksriptif analitis untuk mengidentifikasi kesesuaian antara prinsip-prinsip etika bisnis dengan praktik monopoli. Data diperoleh melalui kajian pustaka dari sumber-sumber primer dan sekunder

seperti kitab-kitab fiqh, jurnal-jurnal ilmiah, serta buku yang membahas ekonomi Islam dan etika bisnis.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pembahasan

1. Pasar Monopoli Islam

Pasar melambangkan komponen perdagangan mampu memanasifestasikan faedah, dan kesentosaan berjiwa insan. Pasar berbobot kenyataan pembisnis bagaikan sistem bisa membaurkan pengasong dan pemesan menggarap negosiasi berladansakan gawai, dan pelayanan, berfaedah metodenya kreasi produk meskipun penetapan biaya (Nawani, 2013, p. 335). Islam mengategorikan beberapa sosok perilaku makhluk terpenuhinya hajat kehidupan. Melingkupi atas aktivitas negosiasi kejujuran, dan keadilan bernegosiasi di pasar. Saat usaha dagang, termaktub perdagangan di pasar wajib memenuhi ijab dan qabul, lantaran apakala rukun dan syarat pada dagangan tidak terpenuhinya persyaratan dan rukunnya, sebab manakala perdagangan nggak terpenuhinya ijab dan qabul, kemudian kecacatan dan rusaknya negosiasi. Selanjutnya persyaratan susuanan pangsa pasar berbasis Islam, antara pedagang, pemesan, gawai benda maupun pelayanan diperdagangkan, dengan ijab dan qobul atau kemufakatan pedagang maupun pemesan (Muslich, 2010, p. 179).

(Novizas et al., n.d.) sebutan monopoli negara USA adakalanya penggunaan “*antitrust*” untuk penafsiran setara sebutan “*anti monopol*” atau “dominasi” digunakan pada kalangan publik di Eropa dalam artian setara sebutan “*monopoli*”. Sebutan lainnya yang setara, yaitu: “potensi pangsa pasar”. Penyebutan pada praktiknya digunakan sebutan “monopoli”, (*antitrust*), “potensi pangsa pasar”.

2. Ekonomi Islam

Pangsa pasar monopoli kerap kali memiliki kendala, memaksimalkan tercapainya profit bertumpu pencapaian tatkala laba, industri monopoli memastikan taksiran kadar beban anggaran diatas marjinal. Rendahnya perolehan berbanding industri pada perilaku rivalitas kompetisi istimewa situasi keadaan berpraktik dana setara. Industri berbisnis acapkali berkompetisi monopolistik, kadar nilai penghasilan menurun. Makanya pelanggan acapkali makin menurun di industri bisnis terorganisir selaku monopoli, berbanding indsutri terorganisir bersaing (Nasution, 2022).

Sebagian kejadian golongan orang islam terjerumus tatkala tindak tanduk monopoli. Sepenggal goresan kawasan dunia Islam, mekanisme perbankan *syari'ah* berlangsung bagaikan monopoli territorial mengaitkan pengayoman support pada pengelola domestik. Industri monopoli tidak terlepasnya akan pedoman pangsa pasar lepas. Asas pangsa pasar, ialah: gaya pangsa pasar perancangan dari ekonomi dunia, segenap strategi, tercantum nilai, dan strategi lainnya, ketidakterikatan dari terkendalanya akan parameter manapun (Hikmahyatun, 2019).

3. Etika Bisnis Islam

Aktivitas pabrikasi produk tidak hanya sekedar pemenuhan hajat jiwa ibarat *homo economicus* tetapi bagaikan fasilitas membudidayakan keseimbangan kemasyarakatan dan membentengi kehormatan kedudukan insan. Ideologi kitab termaktub asas Al-Qur'an berhubungan aktivitas produk menandai sebagian kerangka, keharusan insan jiwa: 1) kualitas insan pada penghambaan Allah komitmen amalannya (QS. Hud: 61).

Kitab suci al-Qur'an menguraikan pembelanjaan pada kekayaan untuk moralitas keberkahan dan bukan sesuatu mampu mengikis dirinya. Patut menggenapi ukuran dan bobot beserta penimbang sesuai. Menguraikan identitas seseorang bisa mendeteksi kemasyuran falsafah Allah, ialah: memprediksi pembelanjaan kekayaan bukan bermewah-mewah dan

bukan pula pelit, pengakuan ilegal, tidak tunarungu dan tidak tunanetra akan ayat-ayat Allah. Hendaknya keserasian ekonomi diwujudkan terpenuhinya persyaratan: a) kreasi pabrikasi, pemakaian, dan penyaluran terhenti di titik ekuilibrium terbatas bagi menyingkirkan sentralisasi kedaulatan ekonomis dan berbisnis pada cekaman secercah personal; b) tiap kedamaian perseorangan layak mengantongi kadar setara segi kemasyarakatan, lantaran khalayak, ialah: berakal manusia terpenuhinya keharusan ketetapan kesepadanan kadar setara celah mutu kemasyarakatan maenggusur dan tersendiri pada kelompok; dan c) tidak mengikrarkan kelayakan kepunyaan tak terhingga dan pangsa pasar lepas tidak terkontrol (Raharjo, M. Dawan, 1999, h. 262).

Syariah ketika hayat ekonomi orang islam bernilai mesti mengalihkan paradigma akal budi berpangkal koordinasi ekonomi aset menuju tatanan *ekonomi syariah* tercantum berarti berbisnis global. Berbisnis global tidak terlepas ikatan akan etika bisnis. Membludak buntut telaah eksperimen menginstruksikan relasi kaitan berpositif etika bisnis. Sejarah riwayatnya terpuurnya Lehman Brothers menjabarkan imbas industri melalaikan etika bisnis pada tiap gerakan transaksinya. Aplikasi transaksinya ketidakterbukaan, sekadar menimbang margin semaksimalnya dan kerugian pihak luar bagi memompong industri, termasuk kolosal kendatipun kehancuran (Vardi, 2001, h. 235).

Etika bisnis Islam, yaitu: sebanyak tindak tanduk sikap patut berbisnis sesuai akan *akhlaq al Islamiyah* dibalut kadar kualitas menonjolkan kehalalan dan keharamannya. Sehingga tindak tanduk kelayakan, adalah: sikap perilaku mematuhi amanat Tuhannya serta menghindari larangannya. Hendaknya etika bisnis Islam amat banyak pembahasannya bahan kajian dan akarnya kitab Al-Qur'an. Pelaksana pembisnis berperan menurut layaknya beraneka ragam kegiatannya. Pegangan, keseimbangan, ialah: komponen intisari pencapaian kesuksesan berbisnis masa mendatang. Kejayaan beradu kekuatan diadopsi oleh Kim dan Mauborgne menguraikan pangsa pasar kompetisi terkandung 2 macam, diantaranya: lautan merah dan lautan biru. Lautan merah, melambangkan celah telah mengenalinya. Sedangkan lautan biru, menyimbolkan kreasi kompetisi kurang relevan disebabkan oleh kebijakan terbentuknya atraksi (Kadarningsih, 2013). Abu Hurairah ra dari Nabi Muhammad SAW menjabarkan "Aku tinggalkan saya dua hal, Anda tidak akan hilang selamanya Anda tetap dengan bahwa posisi kedua Kitab Allah dan sunnah NabiNya". (HR. Malik, Mohamad, 2011).

B. Hasil

Dalam perspektif Islam, monopoli bertentangan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang mendasarkan kegiatan ekonomi pada keadilan dan kesejahteraan sosial. Nabi Muhammad SAW bersabda, "*Barangsiapa yang menguasai pasar dan menghambat perdagangan, maka ia akan ditanggung dosa besar*" (HR. Al-Bukhari). Praktik monopoli akan merugikan masyarakat, menghambat kemajuan ekonomi, dan menciptakan ketidakadilan sosial, yang bertentangan dengan ajaran Islam. Prinsip etika bisnis Islam menekankan berbisnis dijalankan keadilan, transparan, dan tidak ada pihak yang dimanfaatkan. Dalam pasar monopoli, prinsip-prinsip ini sering kali dilanggar karena perusahaan besar cenderung memanfaatkan dominasi mereka untuk meraih keuntungan lebih banyak tanpa memperhatikan kesejahteraan konsumen atau pihak lain. Oleh karena itu, bisnis harus lebih bertanggung jawab dan mempertimbangkan dampak sosial dan moral dari setiap keputusan bisnis yang diambil.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari kajian maka menyimpulkan pasar monopoli bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam yang mengedepankan keadilan, kejujuran, dan kesejahteraan sosial.

Dalam konteks etika bisnis Islam, monopoli dianggap sebagai praktik yang merugikan masyarakat dan tidak sesuai dengan ajaran Islam yang mengutamakan persaingan sehat dan transparansi. Oleh karena itu, untuk mencegah terjadinya monopoli, penting bagi pemerintah dan lembaga pengawas untuk mengambil kebijakan yang memastikan persaingan yang sehat di pasar serta memberikan perlindungan kepada konsumen. Bisnis juga perlu mengintegrasikan prinsip-prinsip etika Islam dalam setiap keputusan bisnis yang mereka buat.

B. Saran

- a) **Regulasi Pasar:** Pemerintah perlu mengimplementasikan kebijakan yang mendorong terciptanya pasar yang sehat dan kompetitif. Kebijakan anti-monopoli harus ditegakkan untuk melindungi konsumen dan menjaga keadilan ekonomi.
- b) **Pendidikan Etika Bisnis:** Pelaku bisnis perlu diberikan pelatihan tentang etika bisnis Islam agar mereka dapat menghindari praktik-praktik ketidaksesuaian prinsip Islam dan mengutamakan kesejahteraan masyarakat.
- c) **Promosi Persaingan Sehat:** Masyarakat dan pelaku bisnis perlu didorong untuk menjaga persaingan yang sehat dengan tetap memperhatikan hak konsumen dan prinsip-prinsip moral dalam setiap transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Harahap, M. Yahya. (1986). *Segi-segi Hukum Perjanjian*. Bandung: Alumni, 1986, hal. 6.

Jusmaliani. (2008). *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.

Nasution, Y. S. J. (2018). *Mekanisme Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam*. III (Ekonomi dan Bisnis Islam).

Nawawi, I. (2013). *Isu-isu Ekonomi Islam*. Jakarta: CV. Dwiputra Pustaka Jaya.

Muslich, A. W. (2010). *Fikih Muamalah*. Jakarta: Amzah.

Raharjo, M. Dawan. (1999). *Islam dan Transformasi Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Lembaga Studi Agama dan Filsafat.

Simbolon, A. (2010). *Kedudukan hukum komisi pengawas persaingan usaha melakukan wewenang penegakan hukum persaingan usaha*.

Sutikno, S. (2012). *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa.

Syafei, R. (2000). *Fikih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.

Artikel Jurnal

Ginting, E. D. (2016). (*JURNAL Monopoli Dalam Perspektif Islam_JANUARI 2024*, n.d.). *Jurnal Ilmu-Ilmu Hukum*, 3(1), 50-59.

Hamam Burhanuddin. *Etika Bisnis Menurut Islam (Suatu Telaah Material-Imaterial Oriented)*. *Jurnal Etika Ekonomi Menurut Islam*.

- Hikmahyatun, S. F. (2019). Struktur Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3(2), 131-156.
- Kadarningsih, Ana. (2013). Keunggulan Bersaing; Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi dan Dampaknya Pada Kinerja Sellinggar-in (Studi pada Outlet Binaan PT. Indosat Semarang). *Jurnal Media Ekonomi dan Teknologi Informasi*. Vol. 21, No. 1 Maret: 01-18.
- Nawatmi, Sri. April (2010). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. *Jurnal Fokus Ekonomi (FE)*, Hal 50 – 58 Vol. 9, No.1.
- Nasution, A. W., Siregar, R. A., & Harahap, I. (2022). Monopoli dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22 (2), 920. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i2.2090>.
- Novizas, A., Gunawan, A., Al, U., Indonesia, A., Masjid, K., Al-Azhar, A., Sisingamangaraja, J. (n.d.). (2024). *Studi Kasus Analisa Ekonomi Atas Hukum Tentang Hukum Anti Monopoli, dan Persaingan Usaha*. *Jurnal Monopoli Dalam Perspektif Islam*.
- Novizas, A., & Gunawan, A. (2021). *Studi Kasus Analisa Ekonomi Atas Hukum Tentang Hukum Anti Monopoli Dan Persaingan Usaha*. *Jurnal Magister Ilmu Hukum*, 2(1), 32. <https://doi.org/10.36722/jmih.v2i1.739>.
- Nurlika, M., & Hanifuddin, I. (2021). *Monopoli Serta Usaha Tidak Sehat Menurut No. 5 Tahun 1999 dan Hukum Ekonomi Islam*. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8 (2), 318-339.(Novizas et al., n.d.)
- Vardi, Y. (2001). *The Effects of Organizational and Ethical Climate as on Misconduct at Work*. *Journal of Business Ethics*, Februari, 29,4, ABI/INFORM Global.