KAJIAN PERSAINGAN USAHA DALAM PERSPEKTIF ISLAM PADA KOMODITAS KERAJINAN KULIT KERANG DI KABUPATEN CIREBON

[1]Aan Julia, [2]Nurfahmiyati, [3]Meidy Haviz

[1,2,3] Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116
e-mail: [1]mutiah_aan@yahoo.com

Abstrak. Mempersiapkan MEA 2015, Kabupaten Cirebon menyusun berbagai produk unggulan yang diharapkan mampu bersaing dengan para pelaku pasar di negara-negara ASEAN. Salah satu produk yang diunggulkan adalah Kerajinan Kulit Kerang. Pelaku usaha kerajinan kulit kerang selama 15 tahun ternyata hanya 1 yang bertahan sehingga termasuk dalam struktur pasar monopoli, Hal tersebut perlu dikaji lebih mendalam mengingat monopoli termasuk hal yang dilarang baik menurut undang-undang yang berlaku di Indonesia maupun menurut syariat Islam Dari hasil survey di Kabupaten Cirebon, monopoli yang terjadi dalam usaha kerajinan kulit kerang termasuk monopoli alamiah, dan tidak mengandung unsur mudharat sehingga tidak dikatagorikan haram dalam perspektif Islam. Meskipun dalam struktur pasar dalam negeri tergolong monopoli namun karena mayoritas produk yang dihasilkan dipasarkan di pasar internasional, struktur pasar yang dihadapi justru adalah oligopoli.

Kata kunci : Kerajinan Kulit Kerang, Monopoli Alamiah, Monopoli Artificial, Monopoli Perspektif Islam.

1. Pendahuluan

Pembangunan ekonomi adalah serangkaian usaha untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, memperluas lapangan pekerjaan, pemerataan pembagian pendapatan, meningkatkan hubungan ekonomi antar daerah dan mengupayakan terjadinya pegeseran kegiatan ekonomi yang semula sektor primer (sektor yang bergantung pada lapangan usaha pertanian, pertambangan, penggalian) menjadi sektor sekunder (industri pengolahan, listrik, gas, dan air minum, konstruksi) serta tersier (perdagangan, hotel dan restoran, angkutan dan komunikasi, bank atau lembaga keuangan, perusahaan persewaaan, jasa pemerintah dan jasa swasta). Perkembangan ekonomi Kabupaten Cirebon cenderung stabil dikisaran sekitar 5 % per tahun, meskipun mengalami sedikit fluktuasi, dengan kontribusi terbesar masih oleh sektor Industri Pengolahan jika dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan PDRB dan beberapa sektor utama di Kabupaten Cirebon Atas Dasar Harga Konstan 2000 (juta rupiah)

No	Sektor	2010	2011	2012	2013	2014
1	Pertanian	4.081.754,2	4.158.166,0	4.203.122,8	4.316.474,3	4.273.435,7
2.	Industri Pengolahan	4.660.149,5	4.808.401,0	4.895.558,0	5.148.120,7	5.399.683,1
3.	Konstruksi	2.260.223,8	2.440.092,4	2.764.805,5	2.958.268,8	3.110.559,7
4.	PHR	3.615.204,8	3.796.930,4	3.968.172,0	4.121.395,8	4.338.358,2
5.	**PDRB**	**21.496.570,9**	**22.621.716,7**	**23.857.749,6**	**25.042.254,9**	**26.305.194,7**

Sumber : Kabupaten Cirebon Dalam Angka 2015

Mempersiapkan tantangan diberlakukannya Pasar Tunggal ASEAN atau yang lebih dikenal dengan MEA 2015, dengan kecenderungan menurunnya daya saing industri nasional di pasar internasional, maka Kabupaten Cirebon juga mempersiapkan berbagai produk unggulan daerahnya agar mampu bersaing dengan produk-produk antar sesama negara anggota ASEAN. Dalam mengembangkan produk unggulannya Kabupaten Cirebon menggunakan pendekatan *One Village One Product* (OVOP) agar mampu mereduksi jurang pemisah kegiatan pembangunan di kota dan pedesaan dengan mengembangkan ekonomi rakyat berbasis potensi lokal. Dalam menetapkan produk unggulan mengacu pada syarat kompetensi inti daerah yang terdiri dari keunggulan yang unik meliputi aspek keterampilan manusia, sumber daya alam, lingkungan, budaya dan prospek pasar, baik untuk produk primer maupun produk olahan.

Berdasarkan metode tersebut di atas maka potensi unggulan, pada tahun 2007 Kabupaten Cirebon yang berhasil diidentifikasi adalah komoditas mebel/kerajinan rotan, mebel kayu, emping melinjo, roti dan makanan ringan, batu alam, sandal karet, batik, konveksi dan kerajinan kulit kerang. (Dinas Perindustrian, 2009, hal 24). Data komoditas unggulan Kabupaten Cirebon secara rinci dapat dilihat dalam tabel 2 berikut ini :

Tabel. 2 Komoditas Unggulan Kabupaten Cirebon Tahun 2006

No	Komoditi	Unit Usaha	Tenaga Kerja	Nilai Investasi Rp. (000)	Kapasitas Produksi		Nilai Rp. (000)
1	Kerajinan Rotan	1.149	64.898	203.279.337	92.174,5	Ton	1.992.128.478
2	Meubel Kayu	1.163	6.576	41.331.175	762.710,0	Pcs	160.316.645
3	Emping Melinjo	154	1.260	582.800	1.012,0	Ton	20.250.000
4	Roti & makanan ringan	389	4.662	7.263.350	12.022	Ton	141.215.000
5	Batu Alam	118	755	4.850.000	2.208.488	M2	77.297.080
6	Sandal Karet	90	1.504	2.805.500	74.250	Kodi	9.405.050
7	Batik	660	5.938	15.510.00	22.292	Kodi	58.984.000
8	Konveksi	593	5.950	14.928.500	44.100	Kodi	19.373.750
9	Kerajinan Kulit Kerang	1	180	160.000	29.000	Pcs	353.000.000

Sumber: Kabupaten Cirebon, 2015

Dalam tulisan ini produk unggulan yang menjadi perhatian penulis adalah Kerajinan Kulit Kerang, dimana produsen yang bertahan sampai tahun 2015 hanya 1 unit usaha, meskipun sejak dikembangkan pada tahun 2000, sudah beberapa produsen masuk dalam struktur pasar tersebut namun yang bertahan hanya 1. Meskipun hanya 1 unit usaha, namun Nilai Produksi yang dihasilkan sangat besar yaitu mencapai Rp. 353 miliar. Secara teori maka tingkat persaingan atau struktur pasar dalam kerajinan kulit kerang adalah monopoli. Artinya hanya ada satu perusahaan yang menguasai 100 % pangsa pasar. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan apakah usaha kerajinan kulit kerang merupakan monopoli alamiah atau karena adanya persaingan usaha yang ketat diantara para produsen, ataukah monopoli tersebut akibat adanya peraturan pemerintah yang menciptakan terjadinya monopoli.Bagaimana menyikapi larangan praktek monopoli dalam dunia usaha pada usaha kerajinan kulit kerang?. Dan bagaimana kondisi persaingan usaha yang pada kerajinan kulit kerang tersebut?. Serta bagaimana Islam memandang persaingan usaha tersebut?

2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka tulisan ini mencoba untuk mengkaji beberapa aspek yaitu :

1. Bagaimana perkembangan usaha kerajinan kulit kerang di Kabupaten Cirebon saat ini ?
2. Bagaimana persaingan usaha kerajinan kulit kerang di Kabupaten Cirebon dalam Perspektif Islam ?

3. Metode Penelitian

Metode analisis yang digunakan dalam kajian ini adalah metode deskriptif analisis, dengan menganalisis berbagai variabel dan atau indikator terkait persaingan usaha yang diperoleh melalui survey data primer ke CV Multi Dimensi.

4. Kajian Teoritis

Menurut Kamus Wikipedia, dalam ekonomi persaingan adalah bersaingnya para penjual yang sama-sama berusaha mendapatkan keuntungan, pangsa pasar, dan jumlah penjualan. Para penjual biasanya berusaha mengungguli persaingan dengan membedakan harga, produk, distribusi dan promosi.

Persaingan dalam suatu pasar dapat dibedakan menjadi persaingan sempurna dan persaingan tidak sempurna. Pasar yang tidak memiliki pesaing disebut monopoli. Adanya persaingan dapat mendorong perusahaan-perusahaan untuk mengembangkan produk, teknologi dan jasa, sehingga menyebabkan lebih banyaknya pilihan, menghasilkan produk yang lebih baik, dan harga yang lebih rendah.

Di banyak negara, termasuk Indonesia, untuk menjaga terjadinya persaingan yang sehat maka dibuat hukum dan undang-undang persaingan usaha dan mencegah praktik monopoli, dimana di Indonesia diawasi oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Contoh-contoh praktik-praktik yang dilarang menurut Undang-Undang RI No. 5 Tahun 1999 diantaranya adalah penetapan harga, pembagian wilayah, pemboikotan, kartel dan persekongkolan yang menyebabkan persaingan tidak sehat (curang).

Dalam pasal 17 ayat 1 UU Anti Monopoli dikatakan bahwa “pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan pasar atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dana tau perasingan tidak sehat. Dalam ayat 2 dikatakan bahwa pelaku usaha patut diduga atau dianggap melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 apabila :

1. Barang dan atau jasa yang bersangkutan belum ada substitusinya; atau
2. Mengakibatkan pelaku usaha tidak dapat masuk ke dalam persaingan usaha barang dan atau jasa yang sama; atau
3. Satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50 % pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu

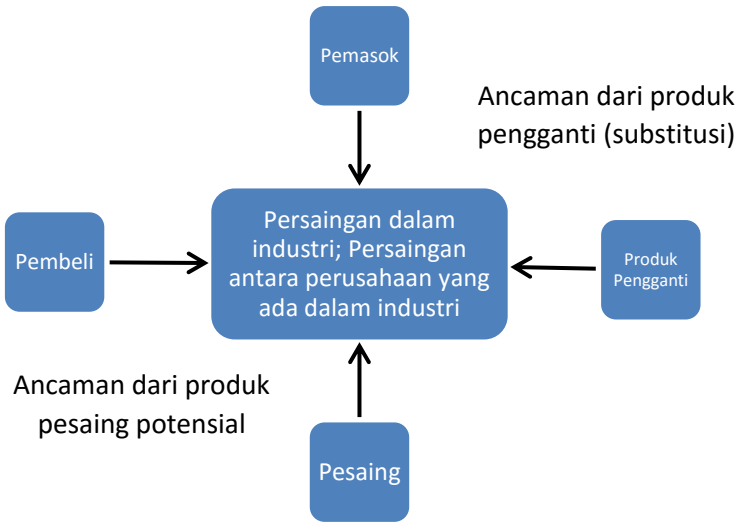
Menurut konsep etika bisnis, monopoli adalah situasi dimana hanya ada satu atau segelintir perusahaan yang menjual produk atau komoditas tertentu yang tidak punya pengganti yang mirip dan ada hambatan bagi perusahaan atau pengusaha lain untuk masuk dalam bidang industri atau bisnis tersebut. Monopoli seolah selalu

berkonotasi negatif, karena perolehan keuntungan yang melebihi normal dan penawaran komoditas yang lebih sedikit bagi masyarakat. Dalam prakteknya tidak selalu demikian.

Secara konsep teori, monopoli ada dua macam, yang pertama monopoli alamiah dan yang kedua adalah monopoli artifisial. Monopoli alamiah lahir karena mekanisme murni dalam pasar. Monopoli ini lahir secara wajar dan alamiah karena kondisi objektif yang dimiliki oleh sesuatu perusahaan, yang menyebabkan perusahaan ini unggul dalam pasar tanpa bisa ditandingi dan dikalahkan secara memadai oleh perusahaan lain. Dalam jenis monopoli ini, sesungguhnya pasar bersifat terbuka, artinya ada kebebasan masuk dan keluar bagi siapapun pelaku usaha yang tertarik bergerak dibidang tersebut. Hanya saja perusahaan lain tidak mampu menandingi perusahaan monopolistis tadi sehingga dia unggul dan relatif menguasai pasar dalam jenis industri tersebut.

Monopoli artifisial, adalah monopoli yang lahir karena persekongkolan atau kolusi politis dan ekonomi antara pengusaha dan penguasa demi melindungi kepentingkan kelompok pengusaha tersebut. Monopoli semacam ini bisa lahir karena pertimbangan rasional maupun irasional. Monopoli jenis inilah yang dimaksud dalam Undang-Undang Persaingan Usaha yang dinilai sebagai persaingan tidak sehat.(https://lppcommunity.wordpress.com/ etika bisnis monopoli kasus pt pln)

Terbentuknya sebuah perusahaan dalam sebuah struktur pasar tertentu, misalnya monopoli, dipengaruhi oleh penciptaan lingkungan yang mampu membentuk kondisi kompetitif dalam suatu pasar atau industri. Salah satu alat analisis yang dibangun dengan penekanan pada penciptaan kondisi kompetitif adalah kerangka analisis five forces model yang dikembangkan oleh Michael Porter (Arsyad, hal 79). Kondisi kompetitif dalam sebuah industri terbentuk dari lima komponen berikut yaitu 1) cakupan dan intensitas kompetisi 2) pesaing potensial *(potential entrants*), 3) keberadaan produk pengganti (*substitute product*), 4) daya tawar pembeli (*buyer's power*) dan 5) daya tawar pemasok (*supplier's power*). Kelima elemen model tersebut secara bersama-sama menentukan intensitas kompetisi di dalam industri. Tekanan dari kelima elemant ersebut secara keseluruhan cenderung dikaitkan secara negatif dengan profitabilitas. Berikut ini hubungan keterkaitan 5 komponen tersebut di atas.



Gambar 1. Porter's Five Forces Model

Sumber : Lincolyn Arsyad, hal 80

Islam telah mengatur bagaimana seharusnya interaksi kelima pelaku dan dalam menciptakan struktur pasar yang kompetitif. Secara umum Islam menghalalkan setiap manusia dalam mencari rejeki melalui berbagai macam usaha seperti bertani, berburu atau melakukan perdagangan dan jual beli. Setiap orang beriman diwajibkan menjalankan usahanya sesuai dengan tata cara yang dibenarkan menuru Al Quran dan Sunah agar mendapat ridha Allah SWT di dunia dan akhirat. Selain harus mengetahui bagaimana jual beli yang diperbolehkan dan sah menurut hukum Islam, juga harus diketaui pula hal-hal yang dilarang oleh Islam agar jual beli yang dilakukannya tidak terjerumus pada hal yang dilarang oleh Allah SWT.

Untuk menjaga profesionalisme pelaku usaha, maka perlu didukung pula oleh moral pelaku usahanya yang tergambar dalam etika bisnis yang dijalankannya. Bisnis dalam Islam memposisikan pengertian bisnis yang pada hakikatnya merupakan usaha manusia untuk mencari keridhaan Allah SWT. Etika bisnis dalam Islam adalah senantiasa menjunjung nilai *sidiq* (jujur), *amanah* (mengembalikan segala sesuatu sesuai dengan haknya), *fathonah* (memiliki kemampuan inovasi) dan *tabligh* (kemampuan dalam penyampaian keunggulan produk).

5. Kajian Persaingan Usaha dalam Perspektif Islam pada Kerajinan Kulit Kerang di Kabupaten Cirebon.

Seperti yang telah dijelaskan di awal, CV Multi Dimensi sebagai satu-satunya pelaku usaha Kerajinan Kulit Kerang yang bertahan sejak tahun 2000 memiliki prospek ekonomi yang menggembirakan. Saat ini jumlah tenaga kerja yang terserap pada tahun 2007 sebanyak 180 orang dan pada tahun 2015 mencapai 300 orang . 90 % produksi yang dihasilkan dijual sebagai barang ekspor keberbagai negara, khususnya Eropa, dan hanya 10 % yang dijual di dalam negeri yaitu di Jawa Barat dan Jakarta. Negara-negara tujuan ekspor selama ini adalah Italia, Perancis, Polandia, Spanyol, Jerman, Inggris, Afrika Selatan, Mozambik, Kazakhtan, Uni Emirat Arab, dan masih banyak negara lainnya. Nilai ekspor pada tahun 2013 sebesar USD 18.139.100 (sekitar Rp. 218 miliar) dan pada tahun 2014 meningkat menjadi Rp. 1.249 miliar).

Pada awal perkembangannya, perusahaan ini hanya mengekspor limbah kerang yang dikirim ke Philipina dan Hongkong. Berbekal rasa ingin tahu yang tinggi pemanfaatan limbah yang selama ini mereka kirim, akhirnya mereka mencoba mengolah sendiri limbah kulit kerang menjadi kerajinan yang bernilai tinggi. Sebenarnya pemanfaatan kulit kerang sebagai sebuah kerajinan sudah ada di Indonesia, tetapi menjadi sebuah karya yang bernilai tinggi itulah yang belum dilakukan.

Usaha kerajinan kulit kerang ini bertahan cukup lama karena didukung oleh ketersediaan bahan bau yang melimpah, bahkan sumber bahan baku diperoleh dari hampir seluruh daerah di Indonesia. Tersedianya lahan yang luas untuk pengembangan industri dan berbekal pelatihan maka tenaga kerja terampil pada usaha ini pun cukup banyak, khususnya dari masyarakat sekitar.Pola pengembangan investasi yang dilakukan adalah melalui pola kemitraan dengan pemerintah daerah Kabupaten Cirebon.

Meskipun dilihat dari jumlah pelaku usaha yang ada hanya 1 sehingga dikategorikan dalam struktur pasar monopoli, namun monopoli pada kerajinan kulit kerang ini tergolong monopoli alamiah. Hal tersebut didukung oleh temuan saat wawancara dengan pemilik usaha dan pihak pemerintah daerah, bahwa pada dasarnya setiap orang boleh memasuki usaha ini (*free entry free exit*), bahkan beberapa usaha sejenis sudah sering dirintis, tetapi akhirnya mereka banyak yang tidak mampu

mengimbangi kinerja CV Multi Dimensi. CV Multi Dimensi sendiri bersama pemerintah seringkali memberikan pelatihan kepada siapa yang tertarik untuk membuka usaha sejenis, namun karena inovasi desain produk, proses produksi yang senantiasa di kembangkan oleh pemilik CV Multi Dimensi, sementara pelaku usaha yang lain cenderung bertahan dengan proses produksi yang dipelajarinya.

Monopoli yang terjadi tidak menunjukkan adanya upaya penguasaan atas produksi atau pemasaran barang dan jasa, pemboikotan atau menekan harga sehingga tidak mampu disaingi oleh pesaing usaha. Melalui berbagi pengetahuan kepada masyarakat sekitar menunjukkan tidak adanya penguasan atas produksi, menekan harga semurah mungkin pun tidak ditemukan. Rata-rata margin keuntungan yang mereka ambil bekisar 15 – 70 %. Semakin tinggi resiko rusak barang tersebut margin keuntungan yang diambil pun semakin besar. Hal tersebut karena mayoritas produks tersebut dipasarkan ke pasar ekspor.

Islam mengharamkan praktek monopoli, namun apabila melihat *illat* (motivasi hukum) larangan melakukan monopoli adalah mendorong terjadinya kemudharatan yang menimpa orang banyak, itu pun tidak terlihat pada produk kerajinan kulit kerang. Kerajinan kulit kerang bukan komoditas primer, kemudharatan yang dapat menimpa orang banyak, menurut ulama Hanabilah dan Imam Al Ghazali, keharaman monopoli itu pada jenis produk makanan, atau komoditas yang merupakan kebutuhan orang banyak.

Secara harafiah monopoli artinya satu penjual, dan Islam keberadaan satu penjual di pasar atau tidak ada pesaing di pasar, bukanlah sesuatu hal yang dilarang. Jadi secara harfiah, monopoli boleh-boleh jasa. Akan tetapi apabila monopoli tersebut mengambil keuntungan di atas keuntungan normal, bahkan menimbun barang agar mendorong tingginya harga di p asar maka hal tersebut haram atau berdosa. Secara spesifik spesifik mazhab Syafii dan Hanbali mendefinisikan monopoli (ihtikar) sebagai: "Menimbun barang yang telah dibeli pada saat harga bergejolak tinggi untuk menjualnya dengan harga yang lebih tinggi pada saat dibutuhkan oleh penduduk setempat atau lainnya." 2.3. Hukum Monopoli Menurut Islam Monopoli hukumnya haram berdasarkan dalil-dalil sebagai berikut : Dalil Pertama : Firman Allah subhanahu wa ta'ala : وَمَنْ يُرِدْ فِيهِ بِإِلْحَادٍ بِظُلْمٍ نُذِقْهُ مِنْ عَذَابٍ أَلِيمٍ " Dan barang siapa yang bermaksud di dalamnya (Mekkah) melakukan kejahatan secara lalim, niscaya akan Kami rasakan kepadanya sebagian siksa yang pedih." (Qs al-Hajj : 25) Berkata ath-Thobari di dalam tafsirnya (9/131) : " Yang dimaksud melakukan kejahatan di dalamnya adalah melakukan monopoli makanan di Mekkah. " Dalil Kedua : Hadist Abu Sa'id al-Khudri radhiyallahu 'anhu bahwasanya Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda :

لا ضرر ولا ضرار، من ضار ضاره الله، ومن شاق شق الله عليه " Tidak boleh memberikan madharat kepada diri sendiri dan kepada orang lain, barang siapa yang memberikan madharat kepada orang lain, maka Allah akan memberikan madharat kepadanya, dan barangsiapa yang memberikan beban kepada orang lain, maka Allah akan memberikan beban kepadanya." (HR. Daruquthni.)

Berdasarkan berbagai pandangan dan fakta yang terjadi di lapangan maka monopoli yang diharamkan dalam Islam adalah jenis monopoli artifiisial dan bukan monopoli alamiah. Sedangkan fakta di lapagan monopoli yang terjadi pada usaha ini adalah monopoli alamiah.

Meskipun jika kita melihat kondisi di dalam negeri usaha kerajinan kulit kerang tergolong monopoli, akan tetapi jika kita kembali pada Model *Porter's Five Forces*, posisi sebuah unit usaha dalam kompetisi industri tidak bisa semata-mata dilihat dari

jumlah penjual saja. Tetapi secara komprehensif harus melihat berbagai ancaman dari produk substitusi atau pengganti dengan memperhatikan seluruh pemasok barang sejenis dalam persaingan serta jenis-jenis produk pengganti. Kemudian perlu dilihat pula berbagai ancaman dari pesaing potensial dengan memperhatikan keinginan atau selera pasar dan pembeli. Kondisi tersebut akan mempengaruhi kekuatan pembeli dan kekuatan pemasok, sehingga dapat ditentukan struktur pasar yang dihadapi Berikut ini rangkuman analisis *Porter's Five Forces* Model dalam Kerajinan Kulit Kerang di Kabupaten Cirebon.

Tabel 3. Analisis *Porter's Five Forces* Model dalam Kerajinan Kulit Kerang di Kabupaten Cirebon

Indikator	Keterangan
Pemasok	Melihat pasar kerajinan kulit kerang lebih dominan berada di luar negeri, maka CV Multi Dimensi bukan satu-satunya pemasok. Pemasok produk sejenis antara lain Philipina, Vietnam dan Hongkong
Produk Pengganti	Mengingat kerajinan kulit kerang yang dihasilkan adalah hiasan rumah (lampu, dsb), mebeul, perhiasan maka produk seperti itu memiliki barang substitusi yang sangat banyak dan bervariasi baik dari jenis maupun harga.
Pesaing Potensial	Philipina sebagai pemasok yang terlebih dulu ada di pasar, bahkan Indonesia belajar dari sana, maka mereka dapat menjadi ancaman mengingat kecepatan disain dan inovasi produk yang tinggi, menuntut pelaku usaha di Indonesia pun senantiasa mengembangkan produk yang dihasilkan
Pembeli	Harga jual produk kerajinan kulit kerang di pasar internasional sangat ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan pasar. Kekuatan pembeli cukup dominan. Pasar kerajinan kulit kerang sering dilakukan di Jerman, Itali dan Perancis dalam pameran bersama seluruh produsen mebeul di dunia. Sehingga motivasi untuk terus menjaga kualitas, inovasi produk menjadi sangat tinggi.
Cakupan dan intensitas kompetisi	Melihat fakta di pasar dunia, pengenalan produk dimulai dengan pameran mebeul besar yang dihadiri oleh negara2 lain di dunia membutuhkan biaya yang sangat besar untuk ambil bagian dalam pameran tersebut, sehingga pameran yang diikuti setahun umumnya hanya 2 kali
Kesimpulan	Struktur pasar industri kerajinan kulit kerang di pasar internasional bukan monopoli seperti di dalam negeri, justru mereka berada di dalam struktur pasar oligopoli.

6. Simpulan

1. Perkembangan usaha kerajinan kulit kerang selama 15 tahun di Indonesia berada dalam struktur pasar monopoli, namun mengingat pasar utama usaha ini adalah pasar ekspor, maka struktur pasar yang dihadapi adalah oligopoli ketat.
2. Monopoli yang terjadi pada usaha kerajinan kulit kerang adalah monopoli alamiah, dan itu tidak bertentangan dengan landasan hukum jual beli dalam

Islam maka monopoli pada usaha kerajinan kulit kerang dibenarkan atau tidak termasuk kategori haram.

Daftar pustaka

Afwan Majnun, 2014, Monopoli Menurut Islam

Arsyad, Lincolin dan Stephanus Eri Kusuma, 2014. Ekonomika Industri: Pendekatan Struktur, Perilaku dan Kinerja. UPP STIM YKPN, Yogyakarta.

Aurino Djamaris. 2007. Laporan AKhir Pengembangan Kompetensi Inti Daerah Kabupaten Cirebon. Departemen Perindustrian – Indonesia.

Muhammad Salim, 2013. Etika Bisnis Dalam Ekonomi Islam

Republik Indonesia, 1999. Undang-Undang Republik Indonesia No 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Mnopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.