

## MENGANALISIS KONSEP PASAR MONOPOLI DAN ANTI TRUST

Three Girl Humairoh Bornas<sup>1</sup>, Hilwa Muslimah Harahap<sup>2</sup>, Muhammad Alvian Alfaidz Ratta<sup>3</sup>,  
Muhammad Arfan Harahap<sup>4</sup>

[humairohthreegirl@gmail.com](mailto:humairohthreegirl@gmail.com)<sup>1</sup>, [hilwaharahap097@gmail.com](mailto:hilwaharahap097@gmail.com)<sup>2</sup>, [alvianratta2578@gmail.com](mailto:alvianratta2578@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[muhammadarfanharahap@gmail.com](mailto:muhammadarfanharahap@gmail.com)<sup>4</sup>

### Abstract

*This study discusses the relationship between business behavior, public policy, and the phenomenon of monopoly markets. Ethical and responsible business behavior has a direct influence on consumer loyalty and business sustainability, especially if it is in line with fair public policies. Monopoly occurs when one business actor controls the market without significant competition, which can cause price imbalances and losses for consumers. This study also highlights the negative impact of monopoly on economic growth and the importance of the role of government policy in preventing monopolistic practices through regulations such as the Antitrust Act. By creating a healthy and competitive business environment, fair and sustainable economic growth can be achieved.*

**Keywords:** Business Behavior, Public Policy, Monopoly, Consumer Loyalty.

### Abstrak

Penelitian ini membahas keterkaitan antara perilaku bisnis, kebijakan publik, dan fenomena pasar monopoli. Perilaku bisnis yang etis dan bertanggung jawab memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen dan keberlangsungan usaha, terlebih jika selaras dengan kebijakan publik yang adil. Monopoli terjadi ketika satu pelaku usaha menguasai pasar tanpa persaingan berarti, yang dapat menimbulkan ketidakseimbangan harga dan kerugian bagi konsumen. Penelitian ini juga menyoroti dampak negatif monopoli terhadap pertumbuhan ekonomi dan pentingnya peran kebijakan pemerintah dalam mencegah praktik monopoli melalui regulasi seperti Undang-Undang Antitrust. Dengan menciptakan lingkungan usaha yang sehat dan kompetitif, maka pertumbuhan ekonomi yang adil dan berkelanjutan dapat tercapai.

**Kata Kunci:** Perilaku Bisnis, Kebijakan Publik, Monopoli.

### Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :  
[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## 1. Pendahuluan

Dalam sistem perekonomian modern, pasar memainkan peran penting sebagai mekanisme distribusi barang dan jasa. Salah satu bentuk struktur pasar yang menarik untuk dianalisis adalah pasar monopoli, yaitu kondisi ketika satu perusahaan menguasai seluruh penawaran terhadap suatu produk atau jasa tanpa adanya pesaing yang berarti. Keberadaan monopoli sering kali mengakibatkan berkurangnya persaingan dan meningkatnya harga, yang pada akhirnya merugikan konsumen dan masyarakat secara umum. (L. Sri Pradonggo, D. Nurul Hasanah, S. Silvani et al., 2023). Dominasi ini dapat terbentuk karena berbagai factor, baik yang terkait langsung maupun tidak langsung dengan dunia usaha, seperti kendali atas sumber daya, hak paten, atau regulasi pemerintah. Meskipun dalam beberapa kasus monopoli mampu menciptakan efisiensi produksi dan skala ekonomi, kekuatan pasar yang terlalu dominan juga berisiko menimbulkan praktik-praktik yang merugikan konsumen. Di antaranya harga yang

tinggi, pilihan yang terbatas bagi konsumen dan penghambatan inovasi. (A. Ayu Rizkia & S. Rahmawati, 2021)

Untuk menjaga persaingan yang sehat dalam pasar, banyak Negara, termasuk Indonesia, menerapkan hukum antitrust atau Undang-Undang anti monopoli. Di Indonesia, ketentuan ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Tujuan dari regulasi ini adalah memberikan perlindungan yang setara bagi seluruh pelaku usaha, menciptakan iklim persaingan yang sehat, dan melindungi kepentingan umum, termasuk konsumen.. (N. Fathurahman, N. Paikhal, I. Bone et al., 2025). Oleh karena itu, penting untuk menganalisis konsep pasar monopoli beserta regulasi antitrust yang menyertainya guna memahami dampak ekonomi, sosial, dan hukum dari dominasi pasar oleh satu entitas. Dengan demikian, kajian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana kebijakan ekonomi dapat menciptakan keseimbangan antara efisiensi dan keadilan dalam sistem pasar.

## 2. Tinjauan Pustaka

### Pasar Monopoli

Pasar monopoli adalah salah satu jenis struktur pasar yang memberikan pengaruh besar terhadap perekonomian, baik dalam hal kebijakan ekonomi, kesejahteraan konsumen, maupun persaingan usaha. Dalam sistem ini, hanya ada satu produsen atau penjual yang mengendalikan seluruh pasar untuk suatu produk atau layanan tertentu. (Ramadhani, Manullang, Karunia, & Br, 2025). Karakteristik utama dari pasar monopoli mencakup adanya hambatan masuk yang tinggi bagi pelaku usaha baru, kontrol penuh atas sumber daya yang diperlukan untuk memproduksi barang atau jasa, serta kemampuan untuk mempengaruhi harga pasar secara signifikan. Hal ini berbeda dengan pasar persaingan sempurna, di mana banyak penjual dan pembeli beroperasi, sehingga harga ditentukan oleh interaksi antara penawaran dan permintaan. (Aan Krisnawan Maduwu, Nico Pratama, 2024).

### Dampak Monopoli terhadap Perekonomian

Dampak ekonomi monopoli sangat beragam, mencakup aspek positif dan negatif. Secara positif, monopoli dapat mendorong efisiensi produksi, mengurangi biaya, dan meningkatkan stabilitas dalam penyediaan barang/jasa penting. Namun, secara negatif, monopoli dapat mengurangi persaingan, meningkatkan harga, mengurangi pilihan konsumen, dan menghambat inovasi. (Azira et al., 2025)

### Hukum Anti Trust

Hukum antitrust memiliki peran krusial dalam menyeimbangkan kepentingan antara pelaku bisnis dan masyarakat umum di tengah perkembangan ekonomi global maupun nasional. Dalam skala internasional, hukum ini bertujuan untuk mencegah praktik monopoli serta persaingan usaha yang tidak sehat yang bisa merugikan konsumen dan pelaku usaha kecil-menengah. Di Indonesia, implementasi hukum antitrust diatur melalui Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-undang ini bertujuan menciptakan lingkungan usaha yang kompetitif dan adil, serta menghindari penguasaan pasar oleh segelintir pelaku usaha yang berpotensi menghambat persaingan. (Effendi, 2024)

## 3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan menelaah berbagai literatur, artikel ilmiah, dan jurnal-jurnal yang relevan sebagai sumber utama data. Metode ini dipilih karena topik yang dikaji membutuhkan penelusuran teori, gagasan, serta hasil penelitian sebelumnya untuk dianalisis dan disintesis secara mendalam. Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas jurnal nasional yang terbit dalam lima tahun terakhir, dengan kriteria tertentu yang relevan dengan

fokus kajian. Peneliti mengakses jurnal-jurnal tersebut melalui database akademik terpercaya. Setelah jurnal dikumpulkan, peneliti melakukan proses seleksi berdasarkan topik, kesesuaian konteks, serta kontribusinya terhadap rumusan masalah. Analisis data dilakukan secara deskriptif-kualitatif dengan teknik analisis isi (*content analysis*), yaitu mengidentifikasi tema-tema utama, membandingkan argumen atau temuan antarpengarang, serta menarik kesimpulan konseptual dari berbagai perspektif yang ditemukan. Dengan menggunakan metode ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang utuh, kritis, dan berbasis literatur terhadap isu yang dibahas, tanpa perlu melakukan pengumpulan data lapangan secara langsung.

#### 4. Hasil dan Pembahasan

##### Perilaku Bisnis dan Kebijakan Publik

Perilaku bisnis merupakan segala bentuk tindakan, keputusan, dan kebijakan yang diambil oleh suatu perusahaan atau pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas ekonominya. Tujuan utama dari perilaku bisnis adalah untuk memperoleh keuntungan (*profit*), mempertahankan keberlangsungan usaha, pertumbuhan sosial dan tanggung jawab sosial. (Novita Ambarsari & Luhur Prasetyo, 2022). Karena perilaku bisnis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan, maka pelatihan dan pengembangan bisnis dapat menjadi investasi yang sangat berharga. Melalui pelatihan ini, pemilik dan pengelola bisnis dapat mengembangkan keterampilan, pengetahuan, serta sikap yang diperlukan untuk mengelola usahanya secara lebih efektif dan berkelanjutan. (D. Darmawan, A. Fuady, R. Mardikaningsih et al., 2022).

Salah satu aspek penting dalam perilaku bisnis adalah etika. Etika bisnis adalah kumpulan prinsip serta nilai-nilai moral yang dijadikan pedoman dalam menjalankan aktivitas bisnis, mencakup semua interaksi antara perusahaan, individu, dan Masyarakat. Didalam etika bisnis, setiap aktivitas bisnis seharusnya dijalankan berdasarkan dengan dasar moralitas dan prinsip kebenaran yang disertai dengan tanggung jawab oleh masing-masing pelaku bisnis. Etika bisnis menuntut para pelaku usaha untuk bertindak secara adil dan tidak merugikan pihak lain. Dengan memahami batas antara tindakan yang benar dan salah, serta mana yang dapat diterima atau tidak dapat diterima berdasarkan harapan organisasi dan masyarakat, bisnis dapat dijalankan secara berkelanjutan dan bermartabat. (H. Bengu, S. Kelin, R. Hadjon et al., 2024).

Di sisi lain, kebijakan publik dapat dipahami sebagai serangkaian tindakan, keputusan, sikap, program, dan aktivitas yang dirancang serta dijalankan oleh aktor atau pihak-pihak terkait dalam rangka menyelesaikan persoalan yang dihadapi oleh masyarakat. Kebijakan publik memiliki peranan yang sangat penting dalam mewujudkan tujuan bersama. Secara umum, kebijakan mencakup dua aspek utama, yaitu: (1) kebijakan merupakan bentuk respons terhadap suatu peristiwa atau kondisi tertentu, dengan tujuan untuk menciptakan keharmonisan antar pemangku kepentingan serta memberikan perlakuan yang adil terhadap pihak-pihak yang sebelumnya kurang diperhatikan dalam kerja kolektif; dan (2) kebijakan merupakan praktik sosial karena proses perumusan dan penerapannya tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial tempat kebijakan tersebut dikembangkan. (D. Desrinelti, M. Afifah, N. Gistituati et al., 2021) Kebijakan publik memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku bisnis, khususnya dalam membentuk loyalitas pelanggan. Ketika kebijakan publik dipersepsikan secara positif oleh masyarakat, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan atau merek. Kepercayaan tersebut mendorong terbentuknya loyalitas, di mana pelanggan akan lebih cenderung memilih produk atau layanan dari perusahaan yang dinilai mematuhi kebijakan yang adil, menawarkan harga wajar, serta memberikan pelayanan yang baik. Selain itu, strategi pemasaran yang sejalan dengan kebijakan publik juga memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Dengan demikian, kebijakan publik yang tepat dapat menciptakan iklim

bisnis yang sehat dan mendorong keberlangsungan usaha melalui loyalitas pelanggan. (K. Damanik, M. Sinaga, S, Sihombing et al., 2024).

Hubungan antara keduanya terlihat dalam pembentukan loyalitas pelanggan. Perilaku bisnis yang etis dan sesuai dengan kebijakan publik yang adil akan meningkatkan kepercayaan konsumen, sehingga pelanggan merasa dihargai dan diperlakukan secara adil. Hal ini akan mendorong loyalitas, meningkatkan reputasi perusahaan, dan mendukung keberlangsungan usaha.

## **Monopoli**

Monopoli bisa terjadi ketika pelaku usaha memiliki keunggulan teknis tertentu dan terdapat hambatan besar bagi perusahaan lain untuk masuk ke pasar tersebut. Hambatan ini bisa berupa: Pelaku usaha memiliki pengetahuan atau kemampuan khusus yang membuat proses produksi lebih efisien, adanya skala ekonomi, yaitu semakin besar jumlah produksi, biaya per unit menjadi lebih rendah karena biaya marjinal menurun dan pelaku usaha mampu menguasai sumber daya penting seperti sumber daya alam, tenaga kerja, atau lokasi strategis produksi. (M. Adriaman, Z. Arman, S. Mundar et al., 2024).

Selain itu, monopoli juga bisa muncul karena adanya hak khusus, seperti: Hak atas kekayaan intelektual, misalnya hak paten atau hak cipta. Hak usaha eksklusif, yaitu hak yang diberikan pemerintah kepada pelaku usaha tertentu, seperti agen tunggal, importir tunggal, atau pembeli tunggal, yang tidak dimiliki oleh pelaku usaha lainnya. Semua faktor ini membuat pelaku usaha bisa menguasai pasar tanpa persaingan berarti. (L. Sri Pradonggo, D. Nurul Hasanah, S. Silvani et al., 2023).

## **Ketetapan Harga**

Harga memiliki peran yang sangat penting dalam setiap jenis usaha, karena harga yang ditetapkan akan langsung mempengaruhi jumlah barang yang bisa terjual. Semakin sesuai harga dengan daya beli konsumen, maka semakin besar kemungkinan barang tersebut laku di pasaran. Sebaliknya, jika harga terlalu tinggi, konsumen mungkin akan berpikir dua kali untuk membeli, sehingga barang menjadi lebih lama terjual. Dengan kata lain, harga sangat menentukan cepat atau lambatnya perputaran barang dalam usaha, dan berpengaruh besar terhadap keuntungan yang akan diperoleh oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, menetapkan harga yang tepat menjadi salah satu strategi penting dalam menjalankan bisnis agar penjualan tetap stabil dan usaha bisa terus berkembang. (A. Aini, K. A, D. Rosita et al., 2022).

Perusahaan biasanya menetapkan harga dengan beberapa pendekatan, salah satunya melalui diskusi dan penjelasan langsung mengenai pentingnya menentukan harga jual yang tepat. Penetapan harga juga didukung oleh laporan keuangan, seperti perhitungan biaya produksi, besarnya keuntungan yang sudah diperoleh, serta strategi pengembangan usaha berdasarkan profit yang didapat. Semua hal ini penting untuk menunjang kesuksesan usaha. (I. Prasetyo, W. Sadewisasi, A. Prasetyo et al., 2021).

## **Dampak Ekonomi Pasar Monopoli**

Pasar monopoli adalah kondisi di mana satu perusahaan menguasai seluruh atau sebagian besar pasar tanpa pesaing yang berarti. Dalam situasi seperti ini, perusahaan tersebut memiliki kekuasaan penuh untuk menentukan harga barang atau jasa yang dijual. Biasanya, harga yang ditetapkan jauh lebih tinggi dibandingkan dengan biaya produksi sebenarnya. Hal ini tentu merugikan konsumen karena mereka harus membayar lebih mahal untuk barang atau jasa yang sama, padahal seharusnya bisa didapatkan dengan harga lebih rendah jika ada persaingan. Akibatnya, daya beli masyarakat menurun, konsumsi ikut berkurang, dan ini berdampak buruk pada pertumbuhan ekonomi karena perputaran uang di masyarakat jadi lebih lambat. (Aan Krisnawan Maduwu, Nico Pratama, 2024).

Untuk mengatasi dampak buruk dari monopoli, diperlukan langkah nyata dari pemerintah dan lembaga terkait. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah membuat dan menegakkan peraturan yang mencegah praktik monopoli dan menjaga agar persaingan antar perusahaan tetap sehat. Dengan adanya pengawasan yang ketat, perusahaan tidak bisa seenaknya menaikkan harga atau menghalangi kemunculan pesaing baru. Selain itu, penghapusan berbagai aturan atau birokrasi yang terlalu rumit juga penting agar perusahaan-perusahaan baru lebih mudah masuk ke pasar. Semakin banyak pelaku usaha yang bersaing secara sehat, maka konsumen akan lebih diuntungkan karena mereka punya lebih banyak pilihan dengan harga yang wajar. Lingkungan usaha yang terbuka dan kompetitif akan mendorong perusahaan untuk terus berinovasi agar tidak kalah bersaing. Inovasi ini bisa berupa peningkatan kualitas produk, efisiensi dalam proses produksi, hingga pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Semua hal ini secara tidak langsung akan berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi karena menciptakan iklim usaha yang dinamis dan sehat.

Oleh karena itu, untuk menciptakan ekonomi yang kuat dan berkelanjutan, penting bagi pemerintah untuk memastikan bahwa pasar tidak dikuasai oleh satu atau beberapa perusahaan saja. Persaingan yang sehat harus dijaga agar masyarakat tidak dirugikan dan agar investasi, baik dari dalam maupun luar negeri, terus mengalir dengan lancar. Pasar yang adil, terbuka, dan inovatif adalah salah satu kunci utama untuk mencapai kemajuan ekonomi yang merata dan berkelanjutan. (L. Sri Pradonggo, D. Nurul Hasanah, S. Silvani et al., 2023).

## **Undang-Undang Anti Trust dan Pelaksanaannya**

Undang-Undang Antitrust adalah aturan yang bertujuan mencegah praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Di Indonesia, hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Undang-undang ini melarang berbagai tindakan yang merugikan persaingan, seperti kartel, penetapan harga bersama, monopoli, dan penguasaan pasar secara tidak adil. (M. Habib, D. Suniayadi, Y. Pridasa et al., 2022).

UU ini dibuat untuk mencegah satu atau beberapa pelaku usaha menguasai pasar secara berlebihan, agar persaingan usaha tetap sehat dan adil. Pelaksanaan undang-undang ini diawasi oleh KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha), yang bertugas menyelidiki, menyidangkan, dan memberi sanksi kepada pelaku usaha yang melanggar aturan. Undang-undang ini mengatur banyak hal, seperti larangan praktik monopoli, kartel, penetapan harga, dan kerja sama yang merugikan persaingan. Selain itu, juga mengatur soal penguasaan pasar secara tidak adil dan posisi dominan dari pelaku usaha. Namun, pelaksanaannya di lapangan sering terkendala, misalnya karena kekurangan sumber daya dan birokrasi yang rumit. Akibatnya, banyak pelaku usaha yang melanggar aturan tapi tidak mendapat hukuman yang setimpal. Faktor lain seperti kurangnya dukungan politik, adanya korupsi, dan pengaruh dari pelaku usaha besar juga membuat KPPU sulit bertindak tegas. Kadang-kadang, intervensi politik membuat KPPU tidak bisa menindak pelaku usaha yang punya kekuatan besar di pasar. Tanpa penegakan hukum yang tegas dan konsisten, UU ini tidak akan efektif dalam menjaga persaingan usaha yang sehat. (A. Effendi, 2024).

## **5. Kesimpulan**

Perilaku bisnis dan kebijakan publik merupakan dua aspek penting yang saling berkaitan dalam menciptakan iklim usaha yang sehat, adil, dan berkelanjutan. Perilaku bisnis tidak hanya berkaitan dengan tujuan memperoleh keuntungan, tetapi juga menyangkut tanggung jawab sosial, etika, dan nilai-nilai moral yang harus dijunjung tinggi oleh para pelaku usaha. Dalam konteks ini, etika bisnis menjadi fondasi penting untuk membangun kepercayaan konsumen dan memperkuat loyalitas pelanggan. Ketika pelaku usaha menjalankan bisnis dengan jujur, adil, dan bertanggung jawab, hal ini akan menciptakan reputasi yang positif dan mendukung kelangsungan usaha dalam jangka panjang.

Di sisi lain, kebijakan publik sebagai bentuk intervensi pemerintah memiliki peran besar dalam mengatur pasar dan melindungi kepentingan masyarakat luas. Kebijakan yang dirancang secara adil dan bijak dapat mendorong terciptanya persaingan yang sehat antar pelaku usaha serta mencegah terjadinya praktik-praktik curang seperti monopoli. Monopoli sendiri merupakan kondisi pasar yang tidak ideal, di mana satu perusahaan atau pelaku usaha menguasai sebagian besar pasar dan mampu menentukan harga secara sepihak. Kondisi ini merugikan konsumen karena harga yang ditawarkan sering kali jauh lebih tinggi dibandingkan dengan biaya produksi, sehingga daya beli masyarakat menurun dan konsumsi berkurang.

Dampak jangka panjang dari monopoli sangat berbahaya bagi perekonomian nasional. Perputaran uang menjadi lambat, inovasi terhambat, dan pelaku usaha baru kesulitan untuk masuk ke pasar. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang tegas dan lembaga pengawasan yang efektif, seperti Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) di Indonesia. Keberadaan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat merupakan langkah konkret dalam menjaga agar pelaku usaha bersaing secara adil. Namun, pelaksanaan undang-undang ini tetap memerlukan kesadaran, kepatuhan, serta partisipasi aktif dari semua pihak, baik pemerintah, pelaku usaha, maupun masyarakat.

Dengan menjaga keseimbangan antara etika bisnis dan kebijakan publik yang adil, serta mengawasi dan mencegah praktik monopoli secara ketat, maka lingkungan usaha yang terbuka, kompetitif, dan inovatif dapat terwujud. Hal ini bukan hanya menguntungkan konsumen dengan harga dan kualitas yang lebih baik, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan bagi seluruh lapisan masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. Sri Pradonggo, D. Nurul Hasanah, S. Silvani, A. Rayhana, and D. Abdul Rauf, "Dampak Monopoli Pada Kegiatan Ekonomi Dan Upaya Mengatasinya," 2023.
- [2] A. Ayu Rizkia and S. Rahmawati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Anti Monopoli Dan Persaingan Bisnis Tidak Sehat : Globalisasi Ekonomi, Persaingan Usaha, Dan Pelaku Usaha. (Literature Review Etika)," *J. Ilmu Manaj. Terap.*, vol. 2, no. 5, pp. 631-643, 2021.
- [3] N. Fathurahman, N. Paikah, and I. Bone, "Efektivitas Fungsi Pengawasan Komisi Pengawas Persaingan Usaha ( KPPU ) Kanwil VI Makassar Dalam Mencegah Praktek Monopoli Perdagangan Perspektif Hukum Islam," vol. 1, no. 1, 2025.
- [4] S. Ramadhani, R. M. V Manullang, T. Karunia, and A. Br, "Keseimbangan Pasar Monopoli dalam Teori Permintaan dan Penawaran Serta Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Sosial," vol. 3, 2025.
- [5] A. T. Aan Krisnawan Maduwu, Nico Pratama, "EFEK PASAR MONOPOLI PADA EKONOMI INDONESIA :," no. 3, 2024.
- [6] F. Azira *et al.*, "PERAN MONOPOLI DALAM EKONOMI MODERN : KAJIAN TENTANG FAKTOR PENYEBAB DAN IMPLIKASI JANGKA Jurnal Manajemen Dinamis," vol. 7, no. 1, pp. 10-16, 2025.
- [7] A. M. Effendi, "Peran Hukum Anti Trust Dalam Mengatur Dan Mengadili Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat," *Multiling. J. Univers. Stud.*, vol. 4, no. 2, pp. 186-195, 2024.
- [8] Novita Ambarsari and Luhur Prasetyo, "Perilaku Pedagang Di Pasar Wisata Plaosan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam," *Niqosiya J. Econ. Bus. Res.*, vol. 2, no. 1, pp. 121-138, 2022.
- [9] D. Darmawan, A. H. R. Fuady, R. Mardikaningsih, and E. Retnowati, "Tiga Pilar Sukses: Perilaku Kewirausahaan, Etika Bisnis, dan Modal Sosial Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis," *TIN Terap. Inform. Nusant.*, vol. 3, no. 5, pp. 185-192, 2022.
- [10] H. Bengu, S. P. Kelin, and R. P. Hadjon, "Penerapan Etika Bisnis Dalam Kegiatan Umkm Di Era Digital," *TIMOR CERDAS - J. Teknol. Informasi, Manaj. Komput. dan Rekayasa Sist. Cerda*, vol. 2, no. 1, pp. 1-7, 2024.

- [11] D. Desrinelti, M. Afifah, and N. Gistituati, "Desrinelti, 2021," *JRTI (Jurnal Ris. Tindakan Indones.*, vol. 6, no. 1, p. 83, 2021.
- [12] K. Damanik, M. Sinaga, S. Sihombing, M. Hidajat, and O. S. Prakoso, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan," *J. Manaj. Pendidik. Dan Ilmu Sos.*, vol. 5, no. 2, pp. 76-85, 2024.
- [13] M. Adriaman, Z. Arman, and S. Munandar, "YANG TERLARANG DALAM PERSPEKTIF ISLAM," vol. 7, no. 2, pp. 493-501, 2024.
- [14] A. I. Aini, K. A, and D. D. Rosita, "Penetapan Harga Hasil Perikanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Tempat Pelelangan Ikan (Tpi) Muncar Kabupaten Banyuwangi)," *J. Ekon. Syariah Darussalam*, vol. 3, no. 2, pp. 73-91, 2022.
- [15] I. Prasetyo, W. Saddewisasi, and A. Prasetyo, "Penerapan Strategi Penentuan Harga Jual dalam Menunjang Kesuksesan Usaha UMKM Aneka Snack," *E-Dimas J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 12, no. 2, pp. 305-309, 2021.
- [16] T. A. Maduwu, Pratama Nico, "EFEK PASAR MONOPOLI PADA EKONOMI INDONESIA :," no. 3, 2024.
- [17] M. Habib, D. B. Sunlaydi, Y. Pridasa, and H. O. Sutopo, "Urgensi Revisi Undang-undang Anti Monopoli Indonesia Studi Perbandingan Fair Trade Commission Jepang," *J. Ilm. Univ. Batanghari Jambi*, vol. 22, no. 1, p. 107, 2022.
- [18] A. M. Effendi, "Peran Hukum Anti Trust Dalam Mengatur Dan Mengadili Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat," *Multiling. J. Univers. Stud.*, vol. 4, no. 2, pp. 186-195, 2024.