

ABSTRAK

Nayandra Prayudira Adam, NIM. 126101201065, Etika Bisnis Islam *Fair Trade* Terhadap Persaingan Harga Produk Antara Penjual Tiktok Shop Dengan Penjual Pakaian di Pasar Legi Kota Blitar Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2024, Pembimbing : Abdul Khair Wattimena, M.H., Kata Kunci: Persaingan Harga, Etika Bisnis Islam, *Fair Trade*, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Kata Kunci : Persaingan Harga, Etika Bisnis Islam, *Fair Trade*, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat

Persaingan usaha adalah ketika kelompok usaha atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei atau sumber daya yang dibutuhkan. Secara umum persaingan usaha adalah persetujuan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik. Adanya persaingan menuntut pelaku usaha untuk terus memperbaiki produk atau jasa yang dihasilkan serta terus melakukan inovasi, berupaya keras memberi barang atau jasa secara efisien. Bagi konsumen, dengan adanya persaingan memberikan pilihan dalam barang atau jasa tertentu dengan harga yang minimal dan kualitas yang tinggi.

Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah : 1) Bagaimana penerapan etika bisnis Islam *Fair Trade* terhadap praktik persaingan harga produk antara penjual Tiktok Shop dengan penjual pakaian di Pasar Legi Kota Blitar ?, 2) Bagaimana penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap praktik persaingan harga produk antara penjual Tiktok Shop dengan penjual pakaian di Pasar Legi Kota Blitar ?, 3) Bagaimana solusi untuk menciptakan persaingan harga produk yang sehat dan adil antara penjual Tiktok Shop dan penjual pakaian di Pasar Legi Kota Blitar dalam tinjauan etika bisnis Islam ?

Metode yang dilakukan adalah metode penelitian lapangan (*Field Research*). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan kondensasi data, analisis data, verifikasi penarikan kesimpulan. Sedangkan teknik pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi.

Hasil dari penelitian ini adalah : 1) praktik persaingan harga produk antara penjual Tiktok Shop dengan penjual pakaian di Pasar Legi Kota Blitar dalam perspektif etika bisnis Islam *Fair Trade* masih belum sepenuhnya sesuai karena masih ada beberapa penjual yang tidak memperhatikan aturan yang berlaku dan tidak transparan dalam memberikan harga, 2) penerapan Undang-Undang Nomor 5

Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam persaingan harga produk antara penjual Tiktok Shop dengan penjual pakaian di Pasar Legi Kota Blitar, masih belum sepenuhnya sesuai karena adanya kesenjangan harga dan penguasaan pasar menimbulkan terjadinya monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, 3) Rumusan solusi dari penelitian ini adalah himbauan kepada penjual untuk mematuhi aturan norma dari etika bisnis Islam.

ABSTRACT

Nayandra Prayudira Adam, NIM. 126101201065, Islamic Fair Trade Business Ethics Against Product Price Competition Between Tiktok Shop Sellers and Clothing Sellers at the Legi Market in Blitar City Reviewed from Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopoly Practices and Unfair Business Competition, Sharia Economic Law Study Program, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2024, Supervisor: Abdul Khair Wattimena, M.H.,

Keywords: Price Competition, Islamic Business Ethics, Fair Trade, Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopoly Practices and Unfair Business Competition.

Business competition is when organizations or individuals compete to achieve desired goals such as consumers, market share, survey rankings or required resources. In general, business competition is a feud or rivalry between business people who independently try to get consumers by offering good prices with good quality goods or services. The existence of competition requires business actors to continue to improve the products or services produced and continue to innovate, strive to provide goods or services efficiently. For consumers, competition provides choices in certain goods or services at minimal prices and high quality.

The formulation of the problem in this study is: 1) How is the application of Islamic Fair Trade business ethics to the practice of product price competition between Tiktok Shop sellers and clothing sellers in the Legi Market in Blitar City?, 2) How is the application of Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopoly Practices and Unfair Business Competition to the practice of product price competition between Tiktok Shop sellers and clothing sellers in the Legi Market in Blitar City?, 3) How to formulate a solution to create healthy and fair product price competition between Tiktok Shop sellers and clothing sellers in the Legi Market in Blitar City?

The method carried out is the field research method. The data collection techniques used in this study are in the form of in-depth interviews, observations, and documentation. Data analysis techniques use data condensation, data analysis, and conclusion drawing verification. Meanwhile, the technique of checking the validity of the data uses triangulation.

The results of this study are: 1) the practice of product price competition between Tiktok Shop sellers and clothing sellers in the Legi Market in Blitar City in the perspective of Islamic Fair Trade business ethics is still not fully appropriate because there are still some sellers who do not pay attention to applicable rules and are not transparent in providing prices, 2) the application of Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopoly Practices and Unfair Business Competition in product price competition between Tiktok Shop sellers with clothing sellers in the Legi Market in Blitar City, are still not fully suitable because of price gaps and market control causing monopolies and unhealthy business competition, 3) The

formulation of the solution from this study is an appeal to sellers to comply with the rules of the applicable law and continue to apply existing norms.

خلاصة

ناياندرا برايوديرا آدم، نيم. ١٠٦٥، ١٢٠١، ١٢٦١، التجارة العادلة أخلاقيات الأعمال الإسلامية فيما يتعلق بالمنافسة في أسعار المنتجات بين بائعي متاج وبائعي الملابس في سوق ليجي، مدينة بلييتار، انطلاقاً من القانون رقم 5 لعام ١٩٩٩ بشأن حظر الممارسات الاحتكارية والمنافسة التجارية غير العادلة، برنامج دراسة القانون الاقتصادي الشرعي، سيد علي رحمة الله تولونج أجونج، ٢٠٢٤، المشرف: عبد الخير وتيمينا، الكلمات المفتاحية: المنافسة السعرية، أخلاقيات الأعمال الإسلامية، التجارة العادلة، القانون رقم ٥ لسنة ١٩٩٩ بشأن حظر الممارسات الاحتكارية والمنافسة التجارية غير العادلة.

الكلمات الدالة: المنافسة السعرية، أخلاقيات الأعمال الإسلامية، التجارة العادلة، القانون رقم 5 لسنة ١٩٩٩ بشأن حظر الممارسات الاحتكارية والمنافسة التجارية غير العادلة

المنافسة التجارية هي عندما تتنافس مجموعات الأعمال أو الأفراد لتحقيق الأهداف المرجوة مثل المستهلكين أو حصة السوق أو تصنيفات الاستطلاع أو الموارد المطلوبة. بشكل عام، المنافسة التجارية هي عداة أو تنافس بين رجال الأعمال الذين يحاولون بشكل مستقل الحصول على المستهلكين من خلال تقديم أسعار جيدة مع سلع أو خدمات ذات نوعية جيدة. يتطلب وجود المنافسة من الجهات الفاعلة في مجال الأعمال الاستمرار في تحسين المنتجات أو الخدمات التي تنتجها والاستمرار في الابتكار، والسعي جاهدة لتوفير السلع أو الخدمات بكفاءة. بالنسبة للمستهلكين، توفر المنافسة خيارات في سلع أو خدمات معينة بأقل الأسعار وبجودة عالية.

صياغة المشكلة في هذا البحث هي: (١) كيف تنطبق أخلاقيات التجارة العادلة الإسلامية على ممارسة المنافسة في أسعار المنتجات بين بائعي وبائعي الملابس في سوق ليجي بمدينة بلييتار؟، (٢) كيف يتم تطبيق القانون رقم 5 من ١٩٩٩ بشأن حظر ممارسات الاحتكار والمنافسة التجارية غير العادلة فيما يتعلق بممارسة المنافسة في أسعار المنتجات بين بائعي وبائعي الملابس في سوق ، مدينة بلييتار؟، (٣) ما هو الحل لخلق منافسة صحية وعادلة في أسعار المنتجات بين باعة المحلات التجارية وبائعي الملابس في سوق ليجي مدينة بلييتار مراجعة لأخلاقيات العمل الإسلامي؟

والطريقة المستخدمة هي طريقة البحث الميداني (البحث الميداني). تقنيات جمع البيانات المستخدمة في هذا البحث هي المقابلات المتعمقة والملاحظة والتوثيق. تستخدم تقنيات تحليل البيانات تكثيف البيانات، وتحليل البيانات، والتحقق من الاستنتاجات. وفي الوقت نفسه، تستخدم تقنية التحقق من صحة البيانات التثليث.

نتائج هذا البحث هي: (١) ممارسة المنافسة في أسعار المنتجات بين بائعي وبائعي الملابس في سوق بمدينة بليتار من منظور أخلاقيات العمل الإسلامي للتجارة العادلة لا تزال غير مناسبة تمامًا لأنه لا يزال هناك بعض البائعين الذين يقومون بذلك عدم الاهتمام بالقواعد المعمول بها وعدم الشفافية في تقديم الأسعار، (٢) تنفيذ القانون رقم 5 لعام ١٩٩٩ بشأن حظر الممارسات الاحتكارية والمنافسة التجارية غير العادلة في المنافسة على أسعار المنتجات بين بائعي وبائعي الملابس في سوق Legi، مدينة بليتار، لا يزال غير مناسب تمامًا بسبب الفجوة السعرية والسيطرة على السوق مما يؤدي إلى الاحتكار والمنافسة التجارية غير الصحية، (٣) صياغة الحل من هذا البحث هي دعوة البائعين للامتثال لمعايير أخلاقيات الأعمال الإسلامية.