ABSTRAK

Dwi Sulis Setyo Ningrum, 1860101221079, Persaingan Usaha Minuman Es Teh Berdasarkan Prinsip Fikih Muamalah dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Kasus di Desa Plumpungrejo, Kecamatan Kademangan, Kabupaten Blitar) Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2026, Pembimbing: Dr. Budi Kolistiawan, S.Pd., M.E.I.

Kata Kunci: Persaingan Usaha, Fikih Muamalah, Undang-Undang.

Persaingan usaha merupakan suatu kondisi yang tidak terpisahkan dari aktivitas ekonomi, di mana dua pihak atau lebih saling berupaya untuk unggul dalam mencapai tujuan tertentu. Hal ini juga terjadi di Desa Plumpungrejo yang memiliki banyak pelaku usaha minuman Es Teh. Dalam praktiknya, terdapat beberapa pelaku usaha seperti Suweger, Asean Tea, Niko Drink's, dan Es Teh Raden yang turut meramaikan usaha tersebut. Keberadaan para pelaku usaha ini menimbulkan adanya perbandingan dalam aspek harga, kualitas produk, pelayanan, serta strategi pemasaran. Oleh karena itu, kondisi tersebut dapat dikategorikan sebagai bentuk persaingan usaha. Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah: 1. Bagaimana praktik persaingan usaha minuman Es Teh di Desa Plumpungrejo Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar? 2. Bagaimana persaingan usaha minuman Es Teh di Desa Plumpungrejo Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar ditinjau dari Fikih Muamalah? 3. Bagaimana persaingan usaha minuman Es Teh di Desa Plumpungrejo Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar ditinjau dari Undang – Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat? Adapun tujuan penelitian ini adalah: 1. Untuk mengetahui persaingan usaha minuman Es Teh di Desa Plumpungrejo Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar. 2. Untuk mengetahui persaingan usaha minuman Es Teh di Desa Plumpungrejo Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar ditinjau dari Fikih Muamalah. 3. Untuk mengetahui persaingan usaha minuman Es Teh di Desa Plumpungrejo Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar ditinjau dari Undang – Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan karena data diperoleh secara langsung dari pelaku usaha minuman Es Teh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi di Desa Plumpungrejo dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Persaingan usaha minuman Es Teh di Desa Plumpungrejo dilakukan melalui berbagai strategi sesuai dengan kemampuan masing-masing pelaku usaha, seperti pemasaran langsung, pemanfaatan media sosial, serta peningkatan kualitas produk dan pelayanan. 2) Persaingan harga yang terjadi antar pelaku usaha cukup beragam, namun selisih harga yang ditawarkan tidak terlalu signifikan. Berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, praktik yang dilakukan belum termasuk dalam kategori monopoli maupun persaingan usaha tidak sehat. 3) Ditinjau dari Fikih Muamalah, praktik persaingan yang dilandasi nilai tauhid, keadilan, kebebasan yang bertanggung jawab, serta kejujuran dalam bermuamalah.

ABSTRACT

Dwi Sulis Setyo Ningrum, 1860101221079, Competition in the Iced Tea Beverage Business Based on the Principles of Islamic Jurisprudence and Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition (Case Study in Plumpungrejo Village, Kademangan District, Blitar Regency), Department of Islamic Economic Law, Faculty of Sharia and Law, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2026, Supervisor: Dr. Budi Kolistiawan, S.Pd., M.E.I.

Keywords: Business Competition, Islamic Jurisprudence, Law.

Business competition is an inseparable part of economic activity, where two or more parties strive to excel in achieving certain goals. This also occurs in Plumpungrejo Village, which has many iced tea beverage businesses. In practice, there are several business actors such as Suweger, Asean Tea, Niko Drink's, and Es Teh Raden who also enliven the business. The existence of these business actors creates comparisons in aspects of price, product quality, service, and marketing strategy. Therefore, this condition can be categorized as a form of business competition. The focus of the research in this study is:1. How is the practice of competition in the Iced Tea beverage business in Plumpungrejo Village, Kademangan District, Blitar Regency? 2. How is the competition in the Iced Tea beverage business in Plumpungrejo Village, Kademangan District, Blitar Regency viewed from the perspective of Muamalah Fiqh? 3. How is the competition in the Iced Tea beverage business in Plumpungrejo Village, Kademangan District, Blitar Regency viewed from Law No. 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition? The objectives of this study are: 1. To determine the competition in the Iced Tea beverage business in Plumpungrejo Village, Kademangan District, Blitar Regency. 2. To determine business competition in the iced tea beverage industry in Plumpungrejo Village, Kademangan District, Blitar Regency, from the perspective of Islamic jurisprudence. 3. To determine business competition in the iced tea beverage industry in Plumpungrejo Village, Kademangan District, Blitar Regency, from the perspective of Law No. 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition.

This research is a field study with a qualitative approach. Data collection techniques were conducted through observation, in-depth interviews, and documentation. Data analysis techniques used included data condensation, data presentation, and conclusion drawing.

The results of this study indicate that: 1) Business competition in the iced tea beverage industry in Plumpungrejo Village is carried out through various strategies according to the capabilities of each business owner, such as direct marketing, utilization of social media, and improving product and service quality. 2) Price competition between businesses is quite diverse, but the price differences offered are not significant. Based on the provisions of Law No. 5 of 1999, these practices do not fall into the category of monopoly or unfair business competition. 3) Judging from Muamalah Fiqh, the practice of competition is based on the values of monotheism, justice, responsible freedom and honesty in muamalah.

الملخص

دوي سوليس سيتيو نينغروم، 1860101221079، المنافسة في تجارة مشروبات الشاي المثلج

بناءً على مبادئ الفقه الإسلامي والقانون رقم 5 لسنة 1999 بشأن تحريم الممارسات الاحتكارية والمنافسة التجارية غير العادلة (دراسة حالة في قرية بلومبونغريجو، مقاطعة كاديمانغان، محافظة بليتار)، قسم القانون الاقتصادي الإسلامي، كلية الشريعة والقانون، جامعة سيد علي رحمت الله تولونغ أغونغ الإسلامية الحكومية، 2026، المشرف: د. بودي كوليستياوان، ماجستير في التربية، ماجستير في الاقتصاد الإسلامي.

الكلمات المفتاحية: المنافسة التجارية، الفقه الإسلامي، القانون.

تُعدّ المنافسة التجارية جزءًا لا يتجزأ من النشاط الاقتصادي، حيث يسعى طرفان أو أكثر إلى التفوق في تحقيق أهداف معينة. وينطبق هذا أيضًا على قرية بلومبونغريجو، التي تضم العديد من محلات بيع مشروبات الشاي المثلج. في الواقع، هناك العديد من الجهات الفاعلة في هذا القطاع، مثل سويجر، وأسيان تي، ونيكو درينكس، وإس تيه رادين، التي تُساهم في تنشيط السوق. ويُؤدي وجود هذه الجهات إلى مقارنات في جوانب السعر، وجودة المنتج، والخدمة، واستراتيجية التسويق. لذا، يُمكن تصنيف هذا الوضع كشكل من أشكال المنافسة التجارية. 1. يركز هذا البحث على: كيف تُمارس المنافسة في قطاع مشروبات الشاي المثلج في قرية بلومبونجريجو، مقاطعة كاديمانجان، محافظة بليتار؟ 2. كيف يُنظر إلى المنافسة في قطاع مشروبات الشاي المثلج في قرية بلومبونجريجو، مقاطعة كاديمانجان، محافظة بليتار من منظور فقه المعاملات؟ 3. كيف يُنظر إلى المنافسة في قطاع مشروبات الشاي المثلج في قرية بلومبونجريجو، مقاطعة كاديمانجان، محافظة بليتار من منظور القانون رقم 5 لسنة 1999 بشأن حظر الممارسات الاحتكارية والمنافسة التجارية غير العادلة؟ تهدف هذه الدراسة إلى: ١. تحديد مستوى المنافسة في قطاع مشروبات الشاي المثلج في قرية بلومبونغريجو، مقاطعة كاديمانجان، محافظة بليتار. ٢. تحديد مستوى المنافسة في قطاع مشروبات الشاي المثلج في قرية بلومبونغريجو، مقاطعة كاديمانجان، محافظة بليتار، من منظور الفقه الإسلامي. ٣. تحديد مستوى المنافسة في قطاع مشروبات الشاي المثلج في قرية بلومبونغريجو، مقاطعة كاديمانجان، محافظة بليتار، من منظور القانون رقم ٥ لسنة ١٩٩٩ بشأن حظر الممارسات الاحتكارية والمنافسة غير العادلة.هذه الدراسة ميدانية ذات منهج نوعي. وقد جُمعت البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات المعمقة والتوثيق. وشملت أساليب تحليل البيانات المستخدمة تكثيف البيانات وعرضها واستخلاص النتائج.

هذه الدراسة ميدانية ذات منهج نوعي. تشير نتائج هذه الدراسة إلى ما يلي: 1) تتم المنافسة التجارية في قطاع مشروبات الشاي المثلج في قرية بلومبونغريجو من خلال استراتيجيات متنوعة تتناسب مع قدرات كل صاحب عمل، كالتسويق المباشر، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وتحسين جودة المنتج والخدمة. 2) تتسم المنافسة السعرية بين الشركات بتنوعها، إلا أن الفروقات السعرية ليست كبيرة. وبناءً على أحكام القانون رقم 5 لسنة 1999، لا تندرج هذه الممارسات ضمن فئة الاحتكار أو المنافسة التجارية غير العادلة. 3) وفقًا لفقه المعاملات، تستند ممارسة المنافسة إلى قيم التوحيد والعدل والحرية المسؤولة والنزاهة في المعاملات.