

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dalam dinamika perekonomian, persaingan usaha memiliki peran penting dalam mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk, inovasi, dan efisiensi usaha guna memperoleh keuntungan. Persaingan yang sehat dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.² Namun, apabila persaingan dilakukan secara tidak wajar, seperti praktik monopoli atau penguasaan pasar secara berlebihan, maka dapat menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha lain maupun konsumen. Oleh karena itu, aktivitas persaingan usaha memerlukan aturan hukum yang jelas agar tercipta keseimbangan dan keadilan dalam kegiatan ekonomi. Di Indonesia, pengaturan tersebut terdapat dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, sedangkan dalam Islam diatur melalui prinsip-prinsip fikih muamalah yang menekankan keadilan dan kemaslahatan.³

Dalam perspektif Islam, kegiatan ekonomi tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan nilai kejujuran, keadilan, dan keberkahan. Fikih muamalah melarang praktik usaha yang merugikan pihak lain, termasuk ihtikar atau penimbunan barang untuk mengendalikan

² Amanda Salsabila Kusumawardana and Rani Apriani, "Impact of Monopoly Practices in Business Space in Indonesia According to Indonesian Regulations," *De'Rechtsstaat* 11, no. 1 (2025): hal 75–90,

³ *ibid.*, hlm. 27

harga pasar demi keuntungan pribadi. *Ihtikar* berasal dari kata *hakara* yang berarti menimbun atau menguasai barang dengan tujuan memperoleh keuntungan berlebih melalui kenaikan harga. Praktik tersebut bertentangan dengan prinsip muamalah karena dapat menimbulkan ketidakadilan dan kesulitan bagi masyarakat. Larangan terhadap perilaku yang merugikan pasar juga sejalan dengan prinsip syariat Islam yang menolak segala bentuk eksploitasi dalam kegiatan ekonomi.⁴

Prinsip-prinsip dalam fikih muamalah menekankan pentingnya kejujuran, tanggung jawab, keadilan, dan kemaslahatan umat dalam aktivitas perdagangan. Rasulullah SAW memberikan teladan dalam menjalankan usaha dengan mengedepankan sikap amanah dan tidak merugikan pihak lain. Dalam praktik perdagangan, persaingan diperbolehkan selama dilakukan secara sehat, tidak mengandung penipuan, *gharar*, maupun tindakan yang dapat merusak mekanisme pasar. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Q.S. An-Nisa ayat 29 yang melarang memakan harta orang lain dengan cara yang batil⁵. Dengan demikian, persaingan usaha dalam Islam harus tetap berada dalam batas-batas syariat demi terciptanya keseimbangan dan keberkahan dalam kegiatan ekonomi.

Sejalan dengan prinsip tersebut, Indonesia menetapkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan

⁴ H. Fakhary Zamzam Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Bebisnis Keberkahan*, ed. Avinda Yuda Wati Ukurana Dzatin Nabila Proofreader Dwi Novidiantoko Sumber, Amir (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 89

⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta, 2019. Q.S. An-Nisa ayat 29.

Persaingan Usaha Tidak Sehat sebagai dasar hukum untuk menciptakan iklim usaha yang adil dan kompetitif. Undang-Undang ini bertujuan mencegah terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang dapat merugikan masyarakat maupun pelaku usaha lain. Kehadiran regulasi tersebut menjadi penting, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah, agar tercipta persaingan yang seimbang serta tidak terjadi penguasaan pasar oleh pihak tertentu.

Pada masa sekarang, praktik persaingan usaha semakin kompleks sehingga sulit membedakan antara persaingan yang wajar dan persaingan yang mengarah pada tindakan tidak sehat. Berbagai strategi seperti perang harga, pemberian diskon secara berlebihan, hingga promosi yang menjatuhkan pesaing sering digunakan untuk menarik konsumen. Apabila dilakukan tanpa memperhatikan prinsip keadilan, tindakan tersebut dapat menimbulkan persaingan yang merugikan pelaku usaha lain. Kondisi ini memiliki kesamaan dengan konsep ihtikar dalam Islam yang melarang penguasaan pasar atau tindakan ekonomi yang menimbulkan kerugian bagi pihak lain.

Kajian mengenai persaingan usaha minuman Es Teh di Desa Plumpungrejo, Kecamatan Kademangan, Kabupaten Blitar menjadi penting untuk diteliti karena meningkatnya jumlah pelaku usaha dengan produk sejenis yang berada dalam satu wilayah pemasaran yang relatif berdekatan. Kondisi tersebut menimbulkan persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha, terutama dalam hal penetapan harga, strategi promosi, kualitas pelayanan, dan upaya menarik minat konsumen. Dalam praktiknya,

persaingan usaha yang berlangsung tanpa memperhatikan prinsip keadilan berpotensi menimbulkan tindakan yang mengarah pada persaingan usaha tidak sehat dan merugikan pelaku usaha lain maupun konsumen.

Fenomena persaingan usaha di Desa Plumpungrejo terlihat dari banyaknya pelaku usaha minuman Es Teh yang menawarkan produk serupa dengan strategi usaha masing-masing. . Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan adanya kecenderungan persaingan harga, pemberian promosi secara berlebihan, serta upaya mempertahankan pelanggan dengan cara tertentu yang berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan dalam mekanisme pasar. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa praktik persaingan usaha pada tingkat usaha mikro dan kecil tidak hanya terjadi di wilayah perkotaan, tetapi juga mulai berkembang pada lingkungan pedesaan yang memiliki tingkat persaingan pasar cukup tinggi.

Penelitian ini menjadi penting dilakukan karena praktik persaingan usaha pada pelaku UMKM minuman Es Teh di lingkungan pedesaan masih jarang dikaji secara mendalam, khususnya dalam perspektif fikih muamalah dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.⁶ Sebagian penelitian sebelumnya lebih banyak membahas strategi pemasaran, peningkatan penjualan, maupun persaingan usaha pada sektor modern dan wilayah perkotaan. Sementara itu, penelitian yang mengkaji praktik persaingan usaha

⁶ *ibid.*, Hlm. 52-56

minuman Es Teh dengan memadukan perspektif hukum Islam dan hukum positif pada lingkungan pedesaan masih sangat terbatas.

Penelitian sebelumnya terkait strategi pemasaran Es Teh di Lamongan menunjukkan bahwa kelemahan promosi digital dapat menurunkan daya saing. Sementara itu, penelitian mengenai praktik *price fixing* di CFD Tulungagung menunjukkan keambiguan antara legalitas dan pelanggaran tergantung dampaknya pada pasar.⁷ Namun, belum ada kajian yang secara mendalam memadukan perspektif fikih muamalah Islam dengan regulasi nasional dalam konteks usaha minuman Es Teh pada lingkungan pedesaan seperti Desa Plumpungrejo. Faktor budaya lokal serta keterbatasan akses informasi pasar juga berpotensi memperburuk praktik persaingan tidak sehat termasuk kemungkinan *price fixing* yang bertentangan dengan prinsip keadilan dan larangan *ihtikar* dalam Islam.⁸

Keunikan penelitian ini terletak pada objek dan lokasi penelitian, yaitu pelaku usaha minuman Es Teh di Desa Plumpungrejo yang memiliki karakteristik persaingan usaha lokal dengan hubungan sosial masyarakat yang masih erat. Kondisi tersebut menyebabkan persaingan usaha tidak hanya dipengaruhi faktor ekonomi, tetapi juga dipengaruhi budaya sosial masyarakat desa, kedekatan antar pelaku usaha, serta pola konsumsi masyarakat setempat. Selain itu, penelitian ini mengintegrasikan analisis fikih muamalah dengan

⁷ Zulfa Zahratul Fadilah Yusuf Mardhani, "Praktik Jual Beli Price Fixing Pada Kegiatan Car Free Day (Cfd) Tulungagung Ditinjau Dari Uu No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Serta Hukum Ekonomi Syariah" 11, No. 5 (2023), Hlm. 51-57

⁸ Amanda Salsabila Kusumawardana and Rani Apriani, "Impact of Monopoly Practices in Business Space in Indonesia According to Indonesian Regulations," *De'Rechtsstaat* 11, no. 1 (2025) Hlm. 44-48

ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai praktik persaingan usaha dalam perspektif syariah dan hukum nasional.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan penelitian untuk mengetahui bentuk persaingan usaha minuman Es Teh di Desa Plumpungrejo serta kesesuaiannya dengan prinsip fikih muamalah dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan dugaan awal, terdapat praktik persaingan usaha yang kurang sesuai dengan prinsip keadilan Islam, seperti persaingan harga yang tidak sehat dan tindakan yang berpotensi merugikan pelaku usaha lain. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menciptakan persaingan usaha yang sehat, adil, dan sesuai dengan prinsip syariah serta hukum yang berlaku.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis praktik persaingan usaha minuman Es Teh di Desa Plumpungrejo berdasarkan perspektif fikih muamalah dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, serta mengidentifikasi potensi terjadinya praktik monopoli maupun persaingan usaha tidak sehat. Secara teoritis, Penelitian ini berpotensi menjadi kontribusi berharga dalam pengembangan disiplin ilmu hukum, khususnya terkait dinamika persaingan usaha minuman Es Teh di Desa Plumpungrejo, Kecamatan Kademangan. Kajian ini mengeksplorasi perspektif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, bersandingan dengan prinsip-prinsip fikih muamalah, sehingga memperkaya

pemahaman teoritis tentang integrasi kedua kerangka tersebut dalam konteks lokal . Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi pelaku usaha agar menjalankan kegiatan perdagangan sesuai prinsip fikih muamalah, sehingga tercipta persaingan usaha yang adil, seimbang, dan tidak merugikan pihak lain. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat maupun pemerintah desa dalam menciptakan iklim usaha yang sehat dan sesuai dengan prinsip syariah.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian, maka fokus penelitian ini adalah Persaingan Usaha Minuman Es Teh Berdasarkan Prinsip Fikih Muamalah dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 di Desa Plumpungrejo, Kecamatan Kademangan, Kabupaten Blitar. Dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

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?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, penelitian ini memiliki tujuan kegiatan penelitian yaitu:

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.

D. Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat. Beberapa manfaat yang bisa diperoleh dari hasil penelitian ini antara lain:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini berpotensi menjadi kontribusi berharga dalam pengembangan disiplin ilmu hukum, khususnya terkait dinamika persaingan usaha minuman Es Teh di Desa Plumpungrejo, Kecamatan Kademangan. Kajian ini mengeksplorasi perspektif Undang-Undang

Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, bersandingan dengan prinsip-prinsip fikih muamalah, sehingga memperkaya pemahaman teoritis tentang integrasi kedua kerangka tersebut dalam konteks lokal.

2. Secara Praktis

a. Bagi Pelaku Usaha

Dengan bantuan hasil penelitian ini, pelaku usaha diharapkan memperoleh wawasan mendalam mengenai pola persaingan di kalangan penjual Es Teh, yang pada gilirannya dapat membantu mereka mengurangi kesalahan-kesalahan umum dalam aktivitas jual beli. Dengan demikian, hal ini mendukung penciptaan lingkungan bisnis yang lebih harmonis, di mana kemaslahatan dapat dirasakan oleh semua pihak yang terlibat.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat memperluas pengetahuan masyarakat tentang isu persaingan usaha minuman Es Teh, sekaligus menyediakan solusi potensial terhadap berbagai tantangan yang muncul. Selain itu, hasil kajian ini dapat dijadikan acuan utama dan masukan berharga, terutama bagi komunitas lokal, untuk mempertimbangkan langkah-langkah perbaikan dalam kehidupan sehari-hari.

c. Bagi Akademis

Diharapkan, penelitian ini akan berfungsi sebagai rujukan primer dalam penyusunan karya ilmiah di bidang terkait, serta

memberikan dasar yang kuat untuk penelitian lanjutan di masa mendatang. Pendekatan ini tidak hanya memperkaya literatur akademik, tetapi juga mendorong diskusi lebih dalam mengenai topik serupa.

d. Bagi Pemerintah

Kajian ini diharapkan memberikan rekomendasi dan perspektif yang berguna bagi pemerintah, khususnya dalam memahami intensitas persaingan usaha minuman Es Teh. Dengan demikian, pemerintah dapat merancang regulasi pembangunan usaha minuman Es Teh secara lebih bijaksana, memastikan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan perlindungan bagi pelaku usaha kecil.

E. Penegasan Istilah

Penguatan istilah dalam kajian ini bertujuan untuk mencegah kesalahpahaman dan memastikan interpretasi yang tepat sepanjang pembahasan penelitian berjudul Analisis Persaingan Usaha Minuman Es Teh Berdasarkan Prinsip Fikih Muamalah dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 di Desa Plumpungrejo, Kecamatan Kademangan, Kabupaten Blitar. Dengan demikian, definisi yang jelas diperlukan untuk menjaga konsistensi dengan arah dan tujuan utama penelitian.

1. Penegasan Konseptual

Untuk menghindari ambiguitas dalam analisis, beberapa istilah kunci dalam penelitian ini didefinisikan secara jelas, sehingga selaras

dengan kerangka konseptual keseluruhan. Definisi tersebut dapat dirangkum sebagai berikut:

a. Persaingan usaha

Persaingan usaha, atau yang sering disebut sebagai rivalitas bisnis, merujuk pada interaksi kompetitif di antara pelaku usaha yang beroperasi secara mandiri, dengan tujuan merebut pangsa pasar melalui penawaran harga yang bersaing serta kualitas produk atau jasa yang unggul.⁹

b. Usaha minuman Es Teh

Usaha minuman Es Teh merupakan salah satu bentuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berfokus pada sektor kuliner dan minuman, di mana produk inti berupa beragam varian teh yang disajikan dalam bentuk dingin (dengan es).¹⁰

c. Fikih Muamalah

Fikih muamalah adalah seperangkat norma hukum yang diterapkan oleh pemerintah atau otoritas terkait untuk mengatur aktivitas ekonomi, dengan landasan prinsip Islam, guna mencapai kesejahteraan individu, masyarakat, dan negara secara keseluruhan.¹¹

⁹ H. Fakhary Zamzam Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Bebisnis Keberkahan*. Hlm. 89-90

¹⁰ Devi Triana, "Rihlah Iqtishad : Jurnal Bisnis Dan Keuangan Islam Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Es Teh (Pertama) Ditinjau Dari Segi Kehalalannya," *Jurnal Bisnis Dan Keuangan Islam* 2, no. 1 (2025): 25–35.

¹¹ M.Hum. Dr.Faisal,S.Ag.,S.H., *Hukum Ekonomi Islam* (Lhokseumawe: UNIMAL PRESS, 2015). Hlm. 5

d. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

Kebijakan usaha Indonesia didasarkan pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yang melarang Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha yang Tidak Sehat (Undang-Undang Anti Monopoli).¹² Undang-Undang Anti Monopoli ini mengatur hubungan persaingan antara perusahaan dan usaha kecil dengan cara yang unik. Undang-Undang tersebut juga menjelaskan apa yang dilarang oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, Undang-Undang ini dibuat untuk mencegah persaingan usaha yang tidak sehat di Indonesia yang didasarkan pada pemusatan kekuatan ekonomi pada individu atau kelompok tertentu, baik melalui praktik monopoli maupun persaingan usaha yang tidak sehat. Dengan demikian, persaingan usaha yang sehat, produktif, dan efektif diharapkan mencapai tujuan efisiensi ekonomi .

e. Persaingan Usaha Tidak Sehat

Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha terdapat pada pasal 1 Nomor6.¹³ Pada dasarnya, jenis persaingan usaha yang tidak sehat yang ada dalam suatu perekonomian adalah: (1) Kartel (hambatan

¹² Peraturan Pemerintah RI, “*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999*” (Jakarta, 1999).

¹³ *ibid.*, Pasal 1 Nomor6

horizontal), (2) Perjanjian tertutup (hambatan vertical), (3) Merger, dan (4) Monopoli. Tidak hanya jenis – jenisnya, akan tetapi terdapat juga beberapa faktor yang dapat mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat diantaranya adalah kebijaksanaan perdagangan, pemberian hak monopoli oleh pemerintah, kebijakan investasi, kebijakan pajak, dan pengaturan harga oleh pemerintah.

2. Penegasan Operasional

Berdasarkan penegasan istilah diatas maka yang dimaksud dengan, 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. Untuk mengetahui bagaimana persaingan usaha minuman Es Teh di Desa Plumpungrejo Kecamatan Kademangan, Penelitian ini berfokus pada praktik persaingan usaha antara empat pelaku usaha minuman Es Teh di Desa Plumpungrejo Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar yang memiliki lokasi usaha berdekatan serta menawarkan produk, harga, dan pelayanan yang relatif serupa. Sudahkah dalam praktiknya sesuai dengan Fikih muamalah dan UU Nomor 5 tahun 1999.

F. Sistematika Pembahasan

Kajian ini menguraikan analisis persaingan usaha minuman Es Teh melalui perspektif prinsip hukum ekonomi Islam dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, dengan fokus pada Desa Plumpungrejo, Kecamatan

Kademangan, Kabupaten Blitar. Struktur laporan dan pembahasan disusun secara sistematis sebagai berikut:

1. Bagian Awal Skripsi

Bagian awal skripsi ini akan mencakup halaman sampul depan, halaman judul skripsi, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan orisinalitas, motto dan persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

2. Bagian Isi Skripsi

Bagian isi skripsi terdiri dari sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, pada bab ini berisi tentang beberapa uraian latar belakang problematika yang akan dibahas dan diteliti dalam skripsi ini. Rumusan masalah berupa pertanyaan-pertanyaan yang akan digali dan dicari jawabannya dalam penelitian nantinya. Tujuan yang berisi tentang harapan yang akan dicapai dari penelitian. Membahas tentang kegunaan hasil penelitian sehingga penelitian ini harus dilaksanakan. Menjelaskan tentang penegasan istilah-istilah yang belum jelas untuk menghindari kesalah pahaman dalam pemahaman skripsi dan memberi batasan-batasan yang di gunakan dalam penelitian ini.

Bab II Kajian Pustaka. pada bab ini berisi tentang menuliskan tinjauan kepustakaan mengenai penelitian-penelitian terdahulu, landasan teoritis yang menguatkan penelitian ini.

Bab III Metode Penelitian. yang berisi tentang tata cara penelitian yang akan digunakan yang dalam skripsi ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Dalam bab ini juga menjelaskan lokasi penelitian, peran kehadiran peneliti, sumber data yang harus dikumpulkan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data dan tahap-tahap data.

Bab IV hasil penelitian. hasil penelitian, yang menyajikan dan mendeskripsikan tentang data-data yang telah ditemukan dan informasi-informasi lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini

Bab V Pembahasan. yang berisi tentang hasil penelitian di lapangan dan teori-teori yang ditemukan kemudian akan dibahas dan diperjelas dengan merujuk teori-teori sebelumnya.

Bab VI kesimpulan. pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari proses dan hasil penelitian dan saran untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang sejenisnya.