

***PREDATORY PRICING* DALAM JUAL BELI PRODUK IMPOR
DI *E-COMMERCE* MENURUT PERSPEKTIF HUKUM
PERSAINGAN USAHA DAN KOMPILASI HUKUM
EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Hukum (SH)
Fakultas Syariah
Progam Studi Hukum Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh:

ANIS KURLILLAH
NIM. 201102020021

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS SYARIAH
JUNI 2024**

**PREDATORY PRICING DALAM JUAL BELI PRODUK IMPOR
DI E-COMMERCE MENURUT PERSPEKTIF HUKUM
PERSAINGAN USAHA DAN KOMPILASI HUKUM
EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh

gelar Sarjana Hukum (SH)

Fakultas Syariah

Progam Studi Hukum Ekonomi Syariah

Oleh:

ANIS KURLILLAH

NIM. 201102020021

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing



Moh. Syifa'ul Hisan, S.E.I., M.S.I

NIP. 19900817 202321 1 041

**PREDATORY PRICING DALAM JUAL BELI PRODUK IMPOR
DI E-COMMERCE MENURUT PERSPEKTIF HUKUM
PERSAINGAN USAHA DAN KOMPILASI HUKUM
EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
Persyaratan memperoleh gelar sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Hari : Jum'at

Tanggal : 21 Juni 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Freddy Hidayat, M.H.

Ahmad Hoiri, M.H.I.

NIP. 19880826 201203 1 003

NIP. 19910527 2002321 1 028

Anggota

1. Dr. Martoyo, S.H.I., M.H. (

2. Moh. Syifa'ul Hisan, S.E.I., M.S.I. (

Menyetujui
Dekan Fakultas Syariah

Dr. Wildani Hefni, M.A.
NIP. 19911107 201801 1 004

MOTTO

وَلَقَدْ آتَيْنَا لُقْمَانَ الْحِكْمَةَ أَنْ اشْكُرْ ۖ وَمَنْ يَشْكُرْ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ ۖ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ

أَسَّ عَنِّي حَمِيدٌ

Artinya: “Dan sesungguhnya Kami telah berikan hikmah kepada Luqman, yaitu: Bersyukurlah kepada Allah. Dan barangsiapa yang bersyukur, maka sesungguhnya dia hanya bersyukur untuk dirinya sendiri. Dan barangsiapa yang ingkar, maka sesungguhnya Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. (Q.S Al-Luqman (21) Ayat 12)¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

• Q.S. Al-Luqman (21) Ayat 12.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil Alamin, segenap rasa syukur atas nikmat dan karunia Allah SWT. yang telah memberikan jalan serta kemudahan saya untuk mengerjakan skripsi ini hingga selesai. Karya ini merupakan Sebagian anugrah yang tuhan sang Maha Pencipta limpahkan kepadaku, dengan tulus dan rasa syukur kupersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, yakni Ibu Muyasaroh dan Bapak Tohadi yang selalu memberikan saya dukungan moriil serta materiil, memberikan ridhonya kepada anaknya yang sedang menuntut ilmu di Perguruan Tinggi demi menggapai cita-citanya, selalu memberikan semangat, wejangan, dan kasih sayangnya yang tiada henti, dan tidak pernah berhenti untuk selalu mendoakan di setiap helaan nafasnya. Tidak ada yang bisa saya ungkap pada selembat kertas karya ini kecuali doaku pada Sang Esa untuk ibuk dan bapak tercinta. Semoga Allah SWT. selalu melindungi mereka, Aaamiin.
2. Kedua kakak saya, Nafilatul Khakikiyah dan Kholifatul Islamiyah yang rela mengorbankan masa depannya demi masa depan adeknya untuk berkuliah di Perguruan Tinggi yang saya inginkan. Mereka pula yang selalu menyupport saya dalam menuntut ilmu. Serta kepada Mohammad Ruidiyansyah adekku tersayang, semoga kelak engkau bisa menjadi sarjana pula bahkan bisa lebih sehingga membuat Bapak dan Ibumu bangga.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena telah memberi rahmat dan hidayahnya sehingga dapat terlaksana perencanaan, pelaksanaan, sampai penyelesaian penulisan skripsi ini dengan baik yang berjudul **“Predatory pricing dalam Jual Beli Produk Impor di E-Commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah”** sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana starata-1 dengan program studi Hukum Ekonomi Syariah di UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dapat berjalan dengan lancar.

Sholawat serta salam senantiasa terlimpahkan kepada kehadiran nabi Muhammad SAW. yang telah membawa kita dari zaman *jahiliyah* menuju ke jalan yang terang benderang yakni *Addiinul Islam*.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karenanya penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah mendukung dan memfasilitasi selama proses perkuliahan di Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Wildani Hefni, M.A. selaku Dekan Fakultas Syariah yang telah memberikan izin dan kesempatan melakukan penelitian.

3. Bapak Freddy Hidayat, M.H. selaku Ketua Progam Studi Hukum Ekonomi Syariah yang telah memberi arahannya atas progam perkuliahan yang saya tempuh.
4. Bapak Moh. Syifa'ul Hisan, S.E.I., M.S.I selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan pengetahuan dan membantu saya dalam pengerjaan Skripsi penelitian hingga selesai. Semoga Allah SWT. membalas kebaikan beliau, Aaamiin.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Progam Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan pengalaman dan ilmu selama penulis duduk dibangku perkuliahan serta tak lupa kepada para Civitas Akademik fakultas Syariah yang telah membantu dalam proses pemberkasan penelitian skripsi ini.
6. Keluarga seperjuangan perantauan, temen-temen kontrakan, Nahariyatul Munfaridah, Surotul Mahbubah, Ayunda Wulandari, Kuswinda Ramadhani, Roudhlotun Ni'mah, Kuswidya Rifki Afani, Ayu Nur Azizah P, dan Mu'tiqoh Izzatun Nadiyah yang telah memberikan dukungan serta motivasi, sehingga saya Anis Kurlillah telah menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat memperoleh gelar S.H di Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
7. Sahabat terbaik di kelas HES 1 angkatan 2020, Sri Qhamima Nur Masyitah, Anggraini, Sari Setianingsih R, Lailatus Sa'adah, Annisa Az-Zahra Sabira, Badriah Isnaini, Nur Kholidah, Alm. Alfito, Mitra Bhakti Zantoso, Ahmad Sholehuddin, M. Syaiful Ali, Hamdi izzul Haq, Ali Zubaidi, Yoga Chasbiansyah, dan Idham Fajar Prasetyo serta teman-teman HES 1 lainnya yang telah mengisi hari-hari saya selama kuliah serta telah memberikan

dukungan dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan tugas Skripsi penelitian ini.

8. Kepada keluarga 01.143-01.144 Pramuka UIN Kiai haji Achmad Siddiq Jember, khususnya pengurus Dewan Racana 22/23, Kak Adhitama, Huda, Hafed, Galang, Mila, Aziz, Anisa F, Vatih, Ofie, Kak Rohman, dan Kak Khofif yang telah menjadi tempat untuk saya berproses hingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini.
9. Teman KKN yang tiada hentinya selalu mengingatkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, Sindi Irtifaul L, Fatimah, Nurul, Afifah, Wilda, Aal Ali, dan Rifqi.
10. Kepada mas M. As'ad Abdullah, terimakasih telah kebersamai penulis dalam menyelesaikan Skripsi penelitian ini.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Anis Kurlillah, 2024: *Predatory Pricing dalam Jual Beli Produk Impro di E-commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.*

Kata Kunci : *Predatory Pricing*, Hukum Persaingan Usaha, dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Penelitian ini membahas tentang dugaan praktik jual rugi (*Predatory Pricing*) yang dilakukan oleh pelaku usaha yang menjual produk impor di *E-commerce*. *Predatory Pricing* merupakan strategi bisnis di mana perusahaan menetapkan harga produk atau layanan mereka di bawah biaya produksi atau di bawah harga pasar untuk sementara waktu. Dugaan ini muncul karena ditemukan produk impor yang dijual jauh lebih murah dibandingkan produk lokal. Toko tersebut yaitu toko *Fistyle* dan *Biu.costore*. Meski demikian, tidak semua tindakan dapat disebut sebagai praktik *Predatory Pricing* yang dilarang. Perlu ada pembuktian atau pengkajian oleh KPPU (Komisi pengawas Persaingan Usaha).

Fokus penelitian dalam Skripsi ini adalah: 1) Bagaimana perspektif Hukum Persaingan Usaha terhadap praktek *predatory pricing* yang dilakukan oleh toko *Fistyle* dan *Biu.*?, 2) Bagaimana perspektif KHES (Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah) terhadap praktek *predatory pricing* oleh toko *Fistyle* dan *Biu*?

Adapun tujuan penelitian ini adalah: 1) Perspektif Hukum Persaingan Usaha terhadap praktek *predatory pricing* yang dilakukan oleh toko *Fistyle* dan *Biu.*?, 2) Perspektif KHES (Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah) terhadap praktek *predatory pricing* yang dilakukan oleh toko *Fistyle* dan *Biu.costore*?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Yuridis Normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan pendekatan kasus (*case approach*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha, toko *Fistyle* dan *Biu.costore* tidak melanggar Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999. Toko *Fistyle* terbukti menjual pakaian impor bekas sehingga tidak dapat dikatakan sebagai bentuk *predatory pricing*. Sedangkan pada toko *Biu.costore* KPPU membuktikan bahwa mereka hanya melakukan praktik jual rugi, bukan *predatory pricing*, melalui penilaian *Unreasonably Low Price*, *Recoupment Test*, dan *Price Cost Test*. 2) Berdasarkan perspektif KHES (Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah), praktik toko *Fistyle* dikategorikan sebagai *Siyasah al-Ighraq*, yaitu tindakan yang menimbulkan kerugian bagi pihak lain dengan menjual produk sangat murah. Praktik ini melanggar prinsip keadilan dan kejujuran, serta menyebabkan kemudhlorotan seperti barang cacat dan merusak harga pasar. Sementara itu, toko *Biu.costore* belum terbukti melakukan *predatory pricing* karena harga murah dan diskon mereka adalah strategi pemasaran yang sah asalkan tetap adil dan transparan.

DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
1. Teoritis	12
2. Praktis.....	12
E. Definisi Istilah.....	14
F. Sistematika Pembahasan	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	19
A. Penelitian Terdahulu	19
B. Kajian Teori	29

BAB III METODELOGI PENELITIAN	62
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	62
B. Jenis Bahan Hukum.....	64
C. Teknik Penelusuran Bahan Hukum.....	64
D. Keabsahan Data.....	67
BAB IV PEMBAHASAN.....	70
A. Perspektif Hukum Persaingan Usaha Terhadap Praktek <i>Predatory Pricing</i> yang Dilakukan Toko Fistyle dan Bui, costore dalam Jual Beli Produk Impor Di <i>E-Commerce</i>	70
B. Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktek <i>Predatory</i> <i>Pricing</i> yang Dilakukan Toko Fistyle dan Bui, costore dalam Jual Beli Produk Impor Di <i>E-Commerce</i>	104
BAB V PENUTUP.....	119
A. Kesimpulan	119
B. Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Informan.....	64
Tabel 4.1 Daftar harga pasaran pakaian babebo Jember tahun 2024.....	89



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan Indonesia sekarang ini sedang berada di era Ekonomi Kreatif, dimana segala upaya sedang dilakukan untuk meningkatkan nilai produksi, distribusi bahkan memperluas relasi jaringan. Hal ini pasti memerlukan partisipasi aktif dari berbagai pihak, baik pelaku usaha bahkan instansi atau lembaga yang mengawasi atau berkontribusi pada pertumbuhan Ekonomi Kreatif. Ekonomi kreatif menjadi elemen yang sangat krusial dalam mewujudkan perekonomian nasional yang maju, yakni dengan memberikan berperan aktif terhadap pertumbuhan ekonomi serta pembentukan kesempatan lapangan kerja bagi masyarakat Indonesia.

Peran teknologi dalam kemajuan ekonomi bisnis di Indonesia terus berkembang seiring dengan adopsi teknologi yang lebih canggih. Peningkatan kesadaran, regulasi yang mendukung, dan investasi dalam infrastruktur teknologi menjadi kunci untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital di negara ini.

Kemajuan teknologi, terutama internet, telah mulai mempengaruhi pola bisnis. Dalam era ini, evolusi model bisnis terjadi dengan memperhatikan kemudahan, efisiensi, dan integrasi transaksi melalui sistem elektronik. Menurut Onno W.Purbo dan Aang Arif *E-Commerce* adalah serangkaian perangkat elektronik berupa program computer yakni aplikasi yang

melibatkan antara penjual dan pembeli melalui perdagangan barang, layanan, jasa dan informasi yang transaksinya dilakukan secara elektronik.²

E-Commerce merupakan singkatan dari (*Electronic Commerce*) yakni suatu proses jual beli, pemasaran, dan pertukaran barang, layanan serta informasi melalui internet atau jaringan computer elektronik lainnya secara online. Hal ini melibatkan transaksi bisnis yang dilakukan secara elektronik, tanpa kehadiran fisik secara langsung antara pembeli dan penjual. Di Indonesia sendiri telah memiliki platform-platform *E- Commerce*, Seperti Platform *Marketplace* diantaranya Shopee, Toko Pedia, Lazada, dan Bukalapak.

Adanya *E-Commerce* sangat bermanfaat bagi kehidupan ekonomi di Indonesia. Hal ini dianggap sangat berdaya guna bagi pelaku usaha dan konsumen, karena keduanya hanya memerlukan ponsel pintar sebagai alat atau wadah untuk dapat menjangkau platform perdagangan daring. Di era modern sekarang ini, *E-Commerce* dianggap sebagai kebutuhan yang sangat penting untuk melakukan transaksi perdagangan, dimana semua orang bisa melakukan transaksi tanpa perlu keluar rumah bahkan dapat dilakukan tanpa waktu yang berlama-lama sehingga siapa saja bisa mengakses *platform-platform marketplace*.³

E-Commerce atau bisnis melalui sistem elektronik diatur dalam Pasal 1 angka 24 Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan bahwa:

² Endang Purwaningsih, *Hukum Bisnis*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 58.

³ Mumtahana, Hani Atun, Sekreningsih Nita, dan Adzinta Winerawan Tito. *Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran*, (Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika 3: no. 1, 2017), 6-15.

“Perdagangan melalui sistem elektronik adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik”.⁴

Pertumbuhan *E-Commerce* yang pesat telah mengubah *lanskap* bisnis secara signifikan. Ini mencakup peningkatan penetrasi internet, pertumbuhan *platform* online, dan perubahan perilaku konsumen yang awalnya belanja ke *store* beralih ke belanja online. Pertumbuhan pesat *E-Commerce* telah menghadirkan tantangan baru dalam lingkup persaingan usaha.

Namun, dalam kegiatan bisnis melalui *E-Commerce* tersebut ada beberapa hal yang bisa saja menimbulkan persoalan dalam perdagangan yang dilakukan di *E-Commerce*, dimana persoalan tersebut dapat dikategorikan sebagai bentuk *Predatory Pricing*. praktik *Predatory Pricing* sendiri diartikan sebagai strategi untuk menetapkan harga produk di bawah harga normal produksi untuk mengeliminasi pesaing dan mencapai dominasi pasar, telah menjadi perhatian dalam konteks ini. Praktik ini memiliki potensi untuk merugikan konsumen dan pesaing serta dapat mengganggu dinamika pasar.

Predatory Pricing merupakan strategi bisnis di mana perusahaan menetapkan harga suatu barang atau produk serta layanan mereka di bawah biaya produksi atau di bawah harga pasar untuk sementara waktu. Penerapan strategi *Predatory Pricing* merupakan suatu praktik yang melanggar hukum. Hal ini dikarenakan dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli, walaupun hanya terlihat sebagai praktik bisnis pada umumnya. Namun,

⁴ Undang-Undang No 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

demikian tentunya berdampak pada pertumbuhan produk olahan yang dihasilkan oleh UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia.⁵

Indonesia sebagai negara hukum yang mengatur segala aspek kehidupan manusia memiliki hubungan erat dengan Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 1945). UUD 1945 menjadi landasan konstitusional bagi penyusunan dan penerapan seluruh peraturan perundang-undangan di Indonesia. Alenia keempat Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 yakni melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial.⁶

Alinea keempat UUD 1945 memberikan landasan konstitusional yang kuat untuk menentang praktik predatory pricing. Praktik ini tidak hanya merugikan konsumen dan pesaing, tetapi juga bertentangan dengan tujuan dan prinsip dasar negara Indonesia dalam memajukan kesejahteraan umum, keadilan sosial, dan melindungi seluruh rakyat Indonesia.

Menurut Undang-Undang Persaingan Usaha Pasal 20 No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat bahwasannya:

⁵ D., Margaretha, V., & Lesmana, I, *Analisis Peran Regulator Dan Aspek Biaya Dalam Pencegahan Praktik Predatory Pricing Di E-Commerce Indonesia*, (Jurnal Biantara, 6(1), 2022), 72–88.

⁶ Alenia ke IV Pembukaan UUD 1945.

“Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual beli atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.⁷

Maksud dari pasal yang tertulis diatas adalah untuk melarang praktik *predatory pricing* atau penetapan harga yang sangat rendah. Hal tersebut bertujuan untuk mengusir pesaing dari pasar atau mematikan usaha pesaingnya. Adanya larangan tersebut didasarkan guna meminimalisir adanya bentuk kejadian praktik monopoli atau persaingan usaha yang tidak sehat yang dapat merugikan konsumen dan pesaing karena dengan memasarkan dan menjual barang atau jasa dengan harga yang sangat murah di bawah biaya produksi atau harga pasar yang wajar, Sehingga pelaku usaha bisa mengurangi atau menghilangkan daya saing pesaingnya. Akibatnya, mereka dapat menciptakan dominasi pasar (monopoli) atau merusak persaingan yang sehat, yang pada akhirnya akan merugikan konsumen dan menghambat pertumbuhan ekonomi.

Salah satu peristiwa yang terjadi sekarang ini di Indonesia adalah maraknya produk yang di impor ke Indonesia dan dijual dengan harga murah di platform *marketplace* Indonesia. Pertumbuhan pesat platform e-commerce telah meningkatkan penetrasi produk impor di Indonesia dengan harga yang relatif murah. Hal ini menjadi tantangan besar bagi pelaku usaha lokal dan UMKM yang harus bersaing dengan harga dan kualitas produk asing.

⁷ Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan persaingan usaha Tidak Sehat.

Maraknya produk impor terlihat di berbagai sektor, seperti elektronik, tekstil, hingga makanan dan minuman.⁸

Data dari Dirjen Bea dan Cukai menunjukkan bahwa nilai impor Indonesia terus meningkat, terutama dari negara-negara seperti Tiongkok, Hong Kong, dan Jepang. Produk-produk dari negara-negara tersebut dikenal memiliki harga kompetitif dan kualitas yang baik, sehingga menarik minat konsumen Indonesia. Anggota KPPU, Eugenia Mardanugraha, menyatakan bahwa masuknya barang impor dengan harga murah ke dalam perekonomian Indonesia menciptakan persaingan yang terlalu ketat dan mengancam keberlangsungan usaha domestik.

Impor adalah jenis kegiatan pembelian barang atau jasa dari luar negeri. Kegiatan impor ini umumnya dilakukan dalam jumlah besar dan melibatkan proses bea cukai. Pemerintah seringkali menetapkan tarif pajak untuk setiap produk impor yang dikenakan kepada para importir. Akibatnya, produk atau barang impor cenderung memiliki harga yang lebih tinggi daripada produk local atau domestik. Sehingga konsumen merasakan dampak dari biaya pajak yang dibayar oleh para importir saat barang-barang tersebut masuk ke dalam suatu negara. Namun nyatanya banyak dari produk impor yang diperjualkan lebih murah dari harga di *platform-platform E-Commerce*.

Menurut menteri perdagangan Enggartiasto Lukita, terdapat sekitar 90 persen dari produk yang dijual di *platform E-Commerce* adalah produk impor,

⁸ KPPU, (19 Mei 2024), *Maraknya Produk Impor, KPPU Tekankan Pentingnya Upaya Proteksi Produk dalam Negeri*, <https://kppu.go.id/blog/2024/05/maraknya-produk-impor-kppu-tekankan-pentingnya-upaya-proteksi-produk-dalam-negeri/>, Diakses pada 21 Mei 2024.

sementara sisanya hanya sekitar 10 persen yang merupakan produk domestik.⁹ Begitupun menurut Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menkop UKM) Teten Masduki, menurutnya sebanyak 90 persen produk impor yang mendominasi sektor *E-Commerce* di Indonesia dijual oleh pelaku UMKM yang berperan sebagai *reseller* tanpa memiliki produknya sendiri.¹⁰ Bahkan, Presiden Jokowi juga menyatakan bahwa banyak barang yang diimpor dan ditawarkan dengan harga yang sangat rendah di platform perdagangan daring *E-Commerce*, seperti baju yang dijual dengan harga Rp 5.000. Baju-baju tersebut merupakan hasil dari praktik jual rugi atau "*predatory pricing*", sehingga perlu dihadapi dengan kewaspadaan yang lebih.¹¹

Mengenai maraknya produk impor yang dijual di *E-commerce*, peneliti juga menemukan beberapa toko yang menjual barang impor di *E-commerce* yang dijual dengan harga yang cukup murah. Toko tersebut adalah toko *Fistyle* dan *Biu.costore*.

Toko *Fistyle* dan *Biu. costore* adalah toko yang sama-sama menjual pakaian impor dan sama-sama menjual dengan harga yang cukup murah. Hal tersebut dibuktikan dalam akun tokonya, toko *Fistyle* menjual baju seharga Rp 15.000. Bahkan toko *Fistyle* juga seringkali mengadakan promo cuci gudang

⁹ Rised, (13 April 2023), *Produk Impor Mendominasi E-commerce, Bagaimana Nasib UMKM?* <https://rised.or.id/produk-impor-mendominasi-e-commerce-bagaimana-nasib-umkm/>, Diakses 12 Desember 2023.

¹⁰ Lida Puspaningtyas, (23, Nobeber 2023), *90 Persen Produk Impor di E-Commerce Dijual Reseller*, <https://ekonomi.republika.co.id/berita/s4kwbm502/90-persen-produk-impor-di-commerce-dijual-reseller>, Diakses 12 Desember 2023.

¹¹ CNN Indonesia, (04 Oktober 2023), *Jokowi Sebut Ada Baju Impor Dijual Rp5.000 Singgung Predatory Pricing*, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20231004145921-532-1007082/jokowi-sebut-ada-baju-impor-dijual-rp5000-singgung-predatory-pricing>, Diakses 12 Desember 2023.

besar-besaran, dimana mereka menjual produknya hanya Rp 2000 Rupiah saja.

Adapun toko *Biu.costore* menjual berbagai aksesoris *fashion* mulai dari harga Rp 30.000. toko ini juga menjual tas diesel impor yang hanya dijual dengan harga Rp 225.000, padahal tas diesel sebagai salah satu brand *fashion* premium asal Italia dibandrol dengan harga yang mahal yakni Jutaan Rupiah.

Praktik *predatory pricing* menjadi perhatian dalam konteks *E-Commerce*. Para pelaku usaha yang melakukan strategi jual rugi biasanya dalam praktik ini melibatkan persaingan bisnis dengan menetapkan harga di bawah harga yang ditetapkan oleh pesaing.

Strategi ini digunakan oleh pelaku usaha untuk menjaga dominasi mereka dengan menurunkan harga sementara mempertahankan kualitas barang yang sama, memungkinkan mereka untuk tetap dominan dan melindungi posisi mereka di pasar. Praktik *Predatory Pricing* pada produk impor ini biasanya banyak dilakukan oleh para pelaku usaha, baik di pasaran maupun yang ada di *marketplace* seperti *Shopee*, *Lazada*, *Tokopedia* dan *Bukalapak* yang berindikasi menetapkan harga barang yang sangat murah secara konsisten mengkhawatirkan para pengusaha yang baru memasuki industri ini. Namun dalam penelitian ini kegiatan *Predatory Pricing* yang dilakukan oleh pelaku usaha yang menjual secara *online* di *Platform* *Shopee*, *Tiktok shop* dan juga *Instagram*.

Mayoritas konsumen lokal cenderung lebih memilih produk impor dari Cina. Di samping nilai yang lebih ekonomis dan terjangkau, adanya diskon

Biaya pengiriman yang lebih rendah menjadi faktor utama yang mendorong preferensi ini. Keunggulan dari harga yang bersaing ini jelas sangat menguntungkan bagi konsumen. Akan tetapi, situasi ini merupakan ancaman yang serius bagi kelangsungan bisnis para pelaku usaha UMKM Indonesia.¹²

Agama Islam juga mengatur tentang ketentuan harga. Penetapan harga di pasar diharapkan tidak melampaui harga pasar yang berlaku, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak ada penetapan harga di bawah harga pasar. Hal ini tercermin dalam hadits Sunan Ibnu Majah No. 2200:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْمُثَنَّى حَدَّثَنَا حَجَّاجٌ حَدَّثَنَا حَمَّادُ بْنُ سَلَمَةَ عَنْ قَتَادَةَ وَحُمَيْدٍ وَبَيْتٌ عَنْ
 أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ قَالَ عَلَا السِّعْرُ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالُوا - رَسُولَ
 اللَّهِ - قَدْ عَلَا السِّعْرُ فَسَعِّرْ لِنَلْفَقَالَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ إِنِّي لَأَرْجُو أَنْ
 أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Artinya: “Dari Anas bin Malik ia berkata, Pernah terjadi kenaikan harga pada masa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam, maka orang-orang pun berkata, Wahai Rasulullah, harga-harga telah melambung tinggi, maka tetapkanlah setandar harga untuk kami. Beliau lalu bersabda: Sesungguhnya Allah lah yang menentukan harga, yang menyempitkan dan melapangkan, dan Dia yang memberi rizki. Sungguh, aku berharap ketika berjumpa dengan Allah tidak ada seseorang yang meminta pertanggungjawaban dariku dalam hal darah dan harta” (HR. Ibnu Majah)¹³”.

¹² Emir Yanwardhana, (18 September 2022), *Ternyata Ini Penyebab Harga Barang 'Made In China' Bisa Murah*, https://www.google.com/amp/s/www.cnbcindonesia.com/market/202209_18161008-17-373026/ternyata-ini-penyebab-harga-barang-made-in-china-bisa-murah/amp, Diakses 12 Desember 2023.

¹³ Abu Abdillah Muhammad Ibn Yazid Ibn Majah Al-Qoruni, Sunan Ibnu Majah, (tt:tp,tth),238.

Hadits diatas menjelaskan tentang perintah kebijaksanaan dalam mengelola ekonomi, kesabaran dalam menghadapi kesulitan, dan kesadaran bahwa kita akan dimintai pertanggungjawaban atas tindakan kita di hadapan Allah di akhirat nanti. Hadits tersebut juga sebagai pengingat agar tidak menetapkan harga di atas harga pasar serta di bawah harga pasar, terutama saat harga-harga sedang naik. Hal ini karena penetapan harga yang terlalu tinggi akan menyulitkan pembeli, sementara penetapan harga terlalu rendah akan menyulitkan penjual.

Islam juga mengatur mengenai kehidupan duniawi melalui Fiqh Muamalah yang diatur dalam KHES (Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah). Fiqh Muamalah merupakan cabang hukum Islam terkait aspek transaksi dan aktivitas ekonomi. Dalam konteks *predatory pricing* di *E-commerce*, mempertimbangkan perspektif hukum Islam dapat memberikan pandangan tentang aspek etika dan moralitas, serta prinsip-prinsip yang dapat memandu perilaku bisnis dalam menciptakan persaingan yang sehat dan adil.

Harga barang impor yang dijual murah di toko Fistyle dan Bui.costore tersebut tentunya perlu dipertanyakan, bahwa bagaimana bisa pelaku usaha barang Impor mematok harga sedemikian murah. Apakah dalam pembiayaan transportasi bea cukai bisa lolos tanpa ada tarif harga atau bagaimanapun itu akan dibahas dalam penelitian ini.

Dengan demikian, Untuk dapat mengategorikan apakah jual murah produk barang import yang dilakukan oleh toko Fistyle dan Bui.costore di *E-Commerce* merupakan praktik *Predatory Pricing* atau tidak, bahkan atau

hanya sekedar strategi jual rugi maka harus dikaji secara mendalam sesuai unsur-unsur Pasal 20 UU No. 5/1999 sebagaimana diuraikan diatas. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian yang berjudul “***Predatory Pricing Dalam Jual Beli Produk Impor Di E-Commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah***”.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana perspektif Hukum Persaingan Usaha terhadap praktek *predatory pricing* yang dilakukan oleh toko Fistyle dan Biu.costore dalam jual beli produk impor di *E-Commerce*?
2. Bagaimana perspektif KHES (Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah) terhadap praktek *predatory pricing* yang dilakukan oleh toko Fistyle dan Biu.costore dalam jual beli produk impor di *E-Commerce*?

C. Tujuan Penelitian

1. Guna mengetahui perspektif Hukum Persaingan Usaha terhadap praktek *predatory pricing* yang dilakukan oleh toko Fistyle dan Biu.costore dalam jual beli produk impor di *E-Commerce*.
2. Guna mengetahui perspektif KHES (Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah) terhadap praktek *predatory pricing* yang dilakukan oleh toko Fistyle dan Biu.costore dalam jual beli produk impor di *E-Commerce*

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang pengaruh serta kontribusi apa yang dapat dijadikan sebuah kajian setelah selesai melakukan sebuah penelitian, baik secara teoritis maupun praktis. Berikut ini manfaat penelitian ini adalah:¹⁴

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan teori-teori yang dilaksanakan oleh penegakan hukum dalam menanggulangi kejahatan sehingga bermanfaat bagi semua pihak untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat, yaitu mengenai penelitian tentang *Predatory Pricing* jual beli produk impor dengan harga murah di *E-Commerce* Perspektif Hukum Persaingan Usaha Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis karena memberikan pengetahuan serta wawasan dalam pembuatan karya tulis ilmiah, memberikan pengalaman, serta kontribusi pemikiran bagi penulis terkait dengan penelitian *Predatory Pricing* jual beli produk impor dengan harga murah di *E-Commerce*

¹⁴ Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 103.

Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

b. Bagi Pelaku Usaha Produk Impor di *E-Commerce*

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan untuk menambah pengetahuan bagi para pelaku usaha produk impor *E-Commerce* dan menjadi sumber informasi agar mereka tahu mengenai wawasan mendalam tentang dinamika pasar, tren harga, dan strategi yang umumnya digunakan dalam praktek bisnis *E-Commerce*.

c. Bagi Konsumen

Diharapkan penelitian ini nantinya dapat membantu mengidentifikasi praktik *predatory pricing* yang berpotensi merugikan konsumen. Dengan demikian, konsumen jual beli produk impor di *E-Commerce* diharapkan mendapatkan perlindungan dari praktik harga yang tidak adil atau manipulatif yang dapat menyebabkan kerugian finansial bagi konsumen.

d. Bagi KPPU (Komisis Pengawas Persaingan Usaha)

Diharapkan penelitian ini nantinya dapat menjadi sumbangan informasi atau dapat memberikan kontribusi informasi atau gagasan untuk pengembangan pengetahuan, terutama dalam studi tentang hukum Islam dan hukum positif terkait peran serta fungsi Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), khususnya *predatory Pricing*, serta sebagai stimulant untuk penelitian selanjutnya, untuk menggali

lebih dalam persoalan seputar fungsi dan peran KPPU yang lebih menyeluruh dan terinci.

e. Bagi UIN KHAS Jember

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjadi tambahan literasi dan referensi bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang merupakan almamater tempat peneliti melangsungkan studi, sehingga nantinya hasil penelitian ini dapat berguna untuk menunjang proses pembelajaran bagi mahasiswa dalam menyelesaikan tugas akhirnya yakni skripsi mengenai *Predatory Pricing*.

E. Definisi Istilah

1. *Predatory Pricing*

Predatory pricing merupakan suatu bentuk tindakan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan atau pelaku usaha untuk menetapkan harga di bawah biaya produksi dengan maksud menyingkirkan pesaing yang lain. *Predatory Pricing* dilarang dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan

Usaha Tidak Sehat bahwa:

“Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau memastikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.¹⁵

¹⁵ Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan usaha Tidak Sehat.

2. Jual Beli

Secara etimologi, jual beli (*Al-Bay'u*) berarti proses pertukaran barang dengan barang. Secara terminologi, jual beli adalah pertukaran barang dengan barang atau barang dengan uang, di mana hak kepemilikan berpindah dari satu pihak ke pihak lain berdasarkan kesepakatan dan kerelaan bersama.¹⁶

Imam Syafi'i mengatakan bahwasannya jual beli adalah sesuatu hal yang diperbolehkan dan sifatnya mubah, yaitu apabila dengan keridhaan dari kedua belah pihak. Namun kehalalan ini bisa saja berubah menjadi haram apabila jual beli tersebut dilarang oleh Rasulullah SAW.¹⁷

3. Produk Impor

Menurut Susilo Utomo, impor merupakan aktivitas mengimpor barang dari luar negeri ke daerah pabean yang dilaksanakan oleh seorang individu maupun perusahaan selaku perwakilan dari kedua negara.¹⁸ Sehingga dapat dikatakan Produk impor merujuk pada barang atau produk yang dibeli dan diimpor dari negara lain untuk diperdagangkan atau digunakan di dalam negeri. Barang impor dapat berupa berbagai macam produk, mulai dari barang konsumsi seperti pakaian, elektronik, makanan, minuman, hingga barang modal seperti mesin, peralatan industri, dan

¹⁶ Ahmad Sarwat, LC., MA, *Fiqh Jual-Beli*, (Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing, 2018), 5.

¹⁷ Ahmad Sarwat, LC., MA, *Fiqh Jual-Beli*, (Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing, 2018), 6.

¹⁸ Husnul Abdi, (24, januari 2022), *Pengertian Ekspor dan Impor Menurut Para Ahli, Ketahui Manfaatnya untuk Negara*, <https://www.liputan6.com/hot/read/4868095/pengertian-ekspor-dan-impor-menurut-para-ahli-ketahui-manfaatnya-untuk-negara?page=2>, Diakses 15 Desember 2023.

Bahan-bahan mentah atau material yang digunakan dalam proses pembuatan produk.

4. *E-Commerce*

E-commerce merupakan singkatan dari *Electronic Commerce*, yaitu kegiatan bisnis yang melibatkan konsumen (*consumers*), services providers, manufaktur (*manufactures*) dan pedagang perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan- jaringan computer yakni internet.¹⁹ Banyak *E-Commerce* yang sudah terkenal dan banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia, meliputi Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli, JD.ID, bahkan *platform* khusus untuk barang impor seperti dan Alibaba.com dan Aliexpress.com dan masih banyak lagi. Namun dalam penelitian ini, peneliti memilih *Platform* Shopee, Tiktok dan Instagram sebagai rujukan *E-commerce*.

5. Hukum Persaingan Usaha

Rachmadi Usman menyatakan bahwa hukum persaingan usaha (*competition law*) adalah pengaturan hukum yang berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 bagi para pelaku usaha sehingga mereka dapat bersaing secara kompetitif dan sehat tanpa merugikan masyarakat atau konsumen.²⁰ Dalam hukum persaingan usaha sendiri mempunyai Dua tugas yang telah diatur dalam Undang-Undang No. 5 tahun 1999 yakni

¹⁹ Barkatullah, Abdul Halim, *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: Sebagai Pedoman dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-commerce di Indonesia*, (Nusamedia, 2019), 11.

²⁰ Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan usaha di Indonesia*, (Jakarta, Sinar Grafika,2022), 1.

tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usah tidak sehat serta dalam Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang UMKM.²¹

6. KHES (Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah)

Menurut A. Djazuli, KHES merupakan kompilasi yang disusun dari berbagai sumber, termasuk syariah, fiqh, dan qanun. Salah satu sumber penyusunan KHES adalah *Majallatual-Ahkam al-Adliyah*, sebuah kitab undang-undang hukum perdata yang disusun pada masa Turki Usmani, yang kemudian disesuaikan dengan kondisi modern dan konteks ke-Indonesiaan.²²

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika Pembahasan adalah alur pembahasan penelitian dalam sebuah karya tulisan secara keseluruhan. Dalam proposal, sistematika pembahasan adalah gambaran singkat mengenai urutan antar bab dari penelitian proposal penelitian skripsi yang dirumuskan secara berurutan dengan tujuan agar mempermudah dalam memahami isi proposal skripsi serta membantu pembaca untuk lebih mudah memahami dan mengikuti alur pemikiran penulis. Sistematika pembahasan bervariasi tergantung pada jenis karya atau topik yang dibahas.

Penelitian ini terdiri atas Lima Bab. Guna mempermudah pemahaman mengenai isi dari penelitian ini, oleh karena itu peneliti membuat sistematika penulisan diantaranya sebagai berikut:

²¹ Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan usaha Tidak Sehat.

²² A. Djazuli, Kaidah-Kaidah Fikih: *Kaidah-Kaidah Hukum Islam Dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah Yang Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm: 109.

Bab I, berisi tentang pendahuluan yang terdiri atas latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah penelitian, Tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara Teoritis maupun Praktisi, dan dilanjutkan dengan poin definisi Istilah yang menjelaskan tentang pengertian dari judul penelitian yang sedang diteliti serta ditutup dengan Sistematika Pembahasan.

Bab II, berisi tentang pembahasan mengenai Kajian Pustaka atau Tinjauan Pustaka. Kajian Pustaka sendiri terdapat Penelitian terdahulu yang berisi tentang perbandingan maupun persamaan mengenai penelitian yang diteliti dengan penelitian-penelitian terdahulu yang juga memiliki kesamaan mengenai penelitian ini, dan kajian teori. Dengan kata lain, dalam kajian pustaka ini berisi tentang review literatur serta konsep dasar yakni menjelaskan konsep-konsep dasar yang mendasari pembahasan.

Bab III, berisi tentang metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitiannya. Diantaranya meliputi jenis dan pendekatan penelitian, subjek penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian.

Bab IV, merupakan penutup dari proposal penelitian ini. Bab ini berisi tentang Kesimpulan dari penelitian, saran, daftar pustaka dan lampiran jika diperlukan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Skripsi yang ditulis oleh Richard Febryan Raintung, Fakultas Hukum, Universitas Hasanuddin Makassar, 2022, dengan judul skripsi “Tinjauan Hukum Persaingan Usaha dalam Pencegahan Praktik Jual Rugi Pada Perdagangan *Marketplace*”. Adapun fokus penelitiannya adalah:²³
 - a. Bagaimana peran pemerintah dalam mencegah terjadinya praktik jual rugi pada perdagangan *marketplace*?
 - b. Bagaimana bentuk penegakan hukum oleh KPPU dalam dugaan praktik jual rugi pada perdagangan *marketplace*?

Perbedaan antara skripsi Richard dengan penelitian ini adalah terletak pada tinjauan hukumnya, dimana penelitian Richard hanya meninjau dari perspektif hukum persaingan usaha saja sedangkan dalam penelitian ini selain meninjau dari perspektif hukum persaingan usaha juga dari perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Selain itu, Fokus penelitian Richard hanya ada Dua dan berbeda dengan penelitian ini. Penelitian ini berfokus sistem praktek persaingan usaha dengan sistem *predatory pricing* dalam *E-Commerce*, tinjauan hukum persaingan usaha berdasarkan UU No.5 Tahun 1999 dan Fiqh Muamalah serta peran KPPU terkait dugaan praktik *Predatory Pricing*

²³ Richard Febryan Raintung, *Tinjauan Hukum Persaingan Usaha dalam Pencegahan Praktik Jual Rugi Pada Perdagangan Marketplace*, (Skripsi, Universitas Hasanuddin Makassar, 2022).

pada *E-Commerce*. Metode penelitian Richard juga menggunakan penelitian hukum empiris, sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian hukum Normatif.

2. Skripsi yang ditulis oleh Rega Lukmanto, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Jember, 2020, dengan judul skripsi “Jual Beli Ponsel Pintar/*Smartphone* dengan Sistem Jual Rugi/*Predatory Pricing* Menurut UU No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Fiqh Muamalah (Studi Kasus Toko Ponsel Grosell Kecamatan Jajag, Kabupaten Banyuwangi)”. Adapun Fokus penelitian Rega adalah, sebagai berikut:²⁴

- a. Mengapa Toko Ponsel Grosell di Kecamatan Jajag, Kabupaten Banyuwangi menerapkan sistem Jual Rugi/*Predatory Pricing* dalam penjualan ponsel pintar/*smartphone*?
- b. Bagaimana pelaksanaan penjualan ponsel pintar/*smartphone* dengan sistem Jual Rugi/*Predatory Pricing* menurut UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat?
- c. Bagaimana penjualan ponsel pintar/*smartphone* dengan sistem Jual Rugi/*Predatory Pricing* menurut perspektif Fiqh Muamalah?

Perbedaan antara penelitian Rega dengan penelitian ini adalah terletak pada objek penelitiannya. Obyek penelitian Rega yakni jual beli Ponsel

²⁴ Rega Lukmanto, *Jual Beli Ponsel Pintar/Smartphone dengan Sistem Jual Rugi/Predatory Pricing Menurut UU No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Fiqh Muamalah (Studi Kasus Toko Ponsel Grosell Kecamatan Jajag, Kabupaten Banyuwangi)*, (Skripsi, IAIN Jember, 2020).

Pintar/*Smartphone* yang dijual dengan sistem jual rugi di daerah Grosell Kecamatan Jajag, Kabupaten Banyuwangi. Sedangkan obyek penelitian ini adalah jual beli produk impor di E-Commerce yang menggunakan sistem *Predatory Pricing*. Penelitian Rega menggunakan pendekatan kualitatif dan dengan jenis penelitian *Field Research* atau penelitian lapangan. namun dalam kedua penelitian ini mempunyai kesamaan, yakni sama-sama membahas tentang jual rugi atau *Predatory Pricing* dan sama-sama menggunakan tinjauan yuridis UU No. 5 Tahun 1999 namun dalam penelitian ini juga menggunakan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

3. Skripsi yang ditulis oleh Yolanda Eka Eriyanti, Fakultas Hukum, Universitas Jember, 2019, dengan judul Skripsi “Keterkaitan Promo Gojek dengan Konsep *Predatory Pricing* dalam Hukum Persaingan Usaha”. Adapun Fokus penelitian Rega adalah, sebagai berikut:²⁵
 - a. Apakah promo gojek tidak bertentangan dengan konsep jual rugi (*Predatory Pricing*) dalam hukum persaingan usaha?
 - b. Apa akibat hukum (*Predatory Pricing*) dalam perspektif hukum persaingan usaha?

Hasil dari penelitian Yolanda menyebutkan bahwa Promo Gojek tidak melanggar konsep jual rugi (*Predatory Pricing*) dalam hukum persaingan usaha karena perlu membedakan antara kegiatan promosi dan penerapan *predatory pricing* dalam bisnis. Promosi yang dilakukan oleh Gojek bersifat jangka pendek dan dirancang untuk menarik konsumen.

²⁵ Yolanda Eka Eriyanti, *Keterkaitan Promo Gojek dengan Konsep Predatory Pricing dalam Hukum Persaingan Usaha*, (Skripsi, Universitas Jember, 2019).

Penelitian ini juga mempunyai kesamaan dengan penelitian ini yakni sama-sama menggunakan jenis penelitian Normatif. Penelitian ini juga sama membahas tentang *Predatory Pricing*, akan tetapi obyek penelitian Yolanda adalah pada Promo gojek, sedangkan obyek penelitian ini adalah produk impor yang ada di *E-Commerce*. Dalam segi tinjauannya, penelitian Yolanda hanya mengacu pada hukum persaingan usaha saja tanpa adanya Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

4. Skripsi yang ditulis oleh Aulia Ma'rifa, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2021, dengan judul Skripsi “Penetapan Harga Suatu Produk Di Bawah Harga *Official Store* Menurut Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dan Fiqh Muamalah (Studi *Reseller Skincare Pada Marketplace Shopee*)”. Adapun fokus penelitian Aulia adalah:²⁶
 - a. Bagaimana penetapan harga di bawah harga resmi *official store* yang dilakukan oleh *reseller* ditinjau perspektif UU No.5 Tahun 1999?
 - b. Bagaimana penetapan harga di bawah harga resmi *official store* yang dilakukan oleh *reseller* ditinjau perspektif fiqh muamalah?

Penelitian Aulia membahas tentang penetapan harga dibawah rata-rata atau *Predatory Pricing* pada suatu toko dan meninjaunya dengan Perspektif Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 dan Fiqh Muamalah.

²⁶ Aulia Ma'rifa, *Penetapan Harga Suatu Produk Di Bawah Harga Official Store Menurut Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dan Fiqh Muamalah (Studi Reseller Skincare Pada Marketplace Shopee)*, (Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2021).

Perbedaannya Penelitian Aulia menggunakan jenis penelitian Empiris dan pendekatan penelitian metode Kualitatif. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian Yuridis Normatif.

5. Skripsi yang ditulis oleh Hartini Diah Setiowati, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022. dengan judul Skripsi “Analisis *Rule Of Reason* Dalam Jual Rugi Dan/Atau Menetapkan Harga Yang Sangat Rendah Pada Perkara Kppu Nomor 3/Kppu-L/2020 Dalam Mencapai Kepastian Hukum”. Adapun fokus penelitian Hartini adalah:

- a. Apa pertimbangan Majelis Komisi dalam merumuskan penilaian dan keputusan pada perkara KPPU Nomor 3/KPPU-L/2020?
- b. Bagaimana penerapan pendekatan *rule of reason* yang digunakan oleh Majelis Komisi dalam memaknai jual rugi dan/atau menetapkan harga yang sangat rendah pada perkara KPPU Nomor 3/KPPU-L/2020 demi mencapai kepastian hukum dan dampak hukum dari kegiatan jual rugi yang dilakukan oleh PT. Conch South Kalimantan Cement?²⁷

Metode penelitian yang digunakan oleh Hartini adalah kepustakaan atau normatif, dengan pengumpulan data berupa dokumen dan informasi untuk dianalisis. persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartini Diah Setiowati dapat diidentifikasi dari metode penelitian yang digunakan, yakni sama-sama menggunakan metode penelitian normative. Pembedanya terdapat pada subjek penelitian yang

²⁷ Hartini Diah Setiowati, *Analisis Rule Of Reason Dalam Jual Rugi Dan/Atau Menetapkan Harga Yang Sangat Rendah Pada Perkara Kppu Nomor 3/Kppu-L/2020 Dalam Mencapai Kepastian Hukum*, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022).

digunakan masing-masing penelitian, dimana penelitian Hartini menggunakan subjek penelitian berupa putusan KPPU No. 3/KPPU-L/2020, sedangkan dalam penelitian ini adalah perspektif Hukum Persaingan Usaha dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah terhadap isu jual beli produk Impor.

6. Jurnal yang ditulis oleh Vicky Darmawan dan Ditha Wiradiputra, Fakultas Hukum, Universitas Indonesia, 2022, dengan judul jurnal “*Predatory Pricing Dalam E-Commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha*”. Adapun fokus penelitian jurnal ini adalah:²⁸
 - a. Bagaimana pengaturan larangan praktik jual rugi (*predatory pricing*) berdasarkan hukum persaingan usaha di Indonesia?
 - b. Apakah penjualan barang impor dengan harga sangat murah dalam e-commerce termasuk kategori *predatory pricing* yang dilarang dalam hukum persaingan usaha di Indonesia?

Jurnal penelitian ini membahas tentang kasus *Predatory Pricing* yang terjadi dalam *E-Commerce* pada barang impor. Dalam penelitian jurnal ini mengkaji kasus tersebut menurut Perspektif Hukum Persaingan usaha. Berbeda dengan penelitian ini yang tidak hanya mengkaji menurut hukum persaingan usaha melainkan menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pula.

²⁸ Vicky Darmawan dan Ditha Wiradiputra, *Predatory Pricing Dalam E-Commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha*, (Jurnal, Universitas Indonesia, 2022).

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu

NO	NAMA/ PT/ TAHUN	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Richard Febryan Raintung, Fakultas Hukum, Universitas Hasanuddin Makassar, 2022	Tinjauan Hukum Persaingan Usaha dalam Pencegahan Praktik Jual Rugi Pada Perdagangan Marketplace	<ul style="list-style-type: none"> • Sama-sama membahas jual rugi (<i>Predatory Pricing</i>) • Menggunakan an Perspektif Hukum Persaingan Usaha 	<ul style="list-style-type: none"> • Tinjauan Yuridis hanya berdasarkan Hukum Persaingan Usaha tanpa menggunakan Perspektif Fiqh Muamalah • Menggunakan penelitian hukum Empiris • Obyek yang diteliti adalah jual rugi pada perdagangan di Marketplace, sedangkan penelitian ini adalah jual rugi pada produk impor.
2	Rega Lukmantoro, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Jember, 2020	Jual Beli Ponsel Pintar/Smartphone dengan Sistem Jual Rugi/Predatory	<ul style="list-style-type: none"> • Sama-sama membahas jual Irugi (<i>Predatory</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Objek Penelitiannya adalah jual beli pada ponsel

		<p><i>Pricing</i> Menurut UU No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Fiqh Muamalah (Studi Kasus Toko Ponsel Grosell Kecamatan Jajag, Kabupaten Banyuwangi).</p>	<p><i>Pricing</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan an Perspektif UUI No. 5 Tahun1999 dan Fiqh Muamalah 	<p>pintar, sedangkan penelitian ini adalah jual beli pada produk impor</p> <ul style="list-style-type: none"> Lokasi penelitian ini adalah Toko ponsel Grosell Jajag, Banyuwangi Menggunakan Pendekatan Kualitatif, sedangkan penelitian ini Pendekatan Yuridis Normatif.
3	Yolanda Eka Eriyanti, Fakultas Hukum, Universitas Jember, 2019	Keterkaitan Promo Gojek dengan Konsep <i>Predatory Pricing</i> dalam Hukum Persaingan Usaha	<ul style="list-style-type: none"> Sama-sama membahas jual rugi (<i>Predatory Pricing</i>) menggunakan perspektif Hukum Persaingan Usaha 	<ul style="list-style-type: none"> Obyek penelitiannya adalah promo gojek Tinjauan Yuridis hanya berdasarkan Hukum Persaingan Usaha tanpa

			<ul style="list-style-type: none"> Menggunakan penelitian hukum normatif 	<p>menggunakan Perspektif Fiqh Muamalah</p>
4	<p>Aulia Ma'rifa, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2021</p>	<p>Penetapan Harga Suatu Produk Di Bawah Harga <i>Official Store</i> Menurut Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dan Fiqh Muamalah (Studi <i>Reseller Skincare</i> Pada <i>Marketplace</i> (Shopee))</p>	<ul style="list-style-type: none"> Membahas jual rugi (<i>Predatory Pricing</i>) Menggunakan an perspektif UU No.5 Tahun 1999 dan Fiqh Muamalah 	<ul style="list-style-type: none"> Obyek penelitiannya adalah jual rugi pada <i>Official Store</i> Menggunakan jenis penelitian Empiris
5	<p>Hartini Diah Setiowati, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022</p>	<p>Analisis <i>Rule Of Reason</i> Dalam Jual Rugi Dan/Atau Menetapkan Harga Yang Sangat Rendah Pada Perkara Kppu Nomor 3/Kppu-L/2020 Dalam</p>	<ul style="list-style-type: none"> Sama-sama membahas jual rugi (<i>Predatory Pricing</i>) Sama-sama Menggunakan Penelitian 	<ul style="list-style-type: none"> Tinjauan Yuridis berdasarkan KPPU No. 3/KPPU-L/2020

		Mencapai Kepastian Hukum	hukum normative,	
6	Vicky Darmawan dan Ditha Wiradiputra, Fakultas Hukum, Universitas Indonesia, 2022	<i>Predatory Pricing</i> Dalam <i>E-Commerce</i> Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha	<ul style="list-style-type: none"> • Sama-sama membahas jual rugi (<i>Predatory Pricing</i>) • Obyek penelitiannya sama-sama produk Impor dalam <i>E-Commerce</i> • menggunakan perspektif Hukum Persaingan Usaha • Sama-sama Menggunakan penelitian hukum normative. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tinjauan Yuridis hanya berdasarkan Hukum Persaingan Usaha tanpa menggunakan Perspektif Fiqh Muamalah.

B. Kajian Teori

1. *Predatory Pricing*

a. *Pengertian Predatory Pricing*

Dalam berbisnis, *Predatory Pricing* atau sistem jual rugi dilarang sebagaimana dalam Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 karena dapat menyebabkan praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat.

Menurut teori ekonomi, jual rugi terjadi ketika seorang pengusaha menetapkan harga barang atau jasa di bawah biaya total rata-rata (*Average Total Cost*). Untuk mendapatkan keuntungan, pengusaha harus menetapkan harga jual produk atau jasa di atas biaya total rata-rata.²⁹

Namun, jika harga yang diberlakukan di bawah biaya total rata-rata (ATC) masih dianggap wajar jika tetap lebih tinggi daripada biaya variabel rata-rata (*Average Variable Cost*). Dalam kondisi tersebut, masih terdapat insentif bagi pengusaha untuk melanjutkan produksi, meskipun tidak cukup untuk menutup biaya peralatan modal yang sudah rusak. Namun, jika seorang pengusaha memproduksi dengan harga di bawah biaya variabel rata-rata (AVC), hal ini dianggap sebagai harga yang tidak masuk akal, dan penjualan dengan kerugian yang dilakukan oleh pengusaha tersebut dapat mencurigakan adanya motif tertentu.

²⁹ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Pedoman pelaksanaan Pasal 20 Tentang Jual Rugi (Predatory Pricing), Seri Pedoman Pelaksanaan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, (2009).

Jual rugi dan *predatory pricing* adalah dua konsep yang terkait dengan strategi bisnis, tetapi memiliki perbedaan yang signifikan dalam tujuan dan implikasinya pada pasar.

Pada dasarnya jual rugi dengan *Predatory Pricing* adalah Dua hal pengertian yang berbeda. Jual rugi biasanya merujuk pada praktik Menjual produk dengan harga yang lebih rendah daripada biaya produksinya. Tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan dan volume bisnis, serta untuk mengurangi persaingan dengan pesaing lainnya. Jual rugi tidak secara langsung bertujuan untuk mengeliminasi pesaing, tetapi lebih fokus pada meningkatkan keuntungan dengan cara mengurangi biaya produksi.

Adapun *Predatory Pricing* adalah strategi bisnis yang lebih agresif dan bertujuan untuk mengeliminasi pesaing dari pasar. *Predatory pricing* dilakukan dengan menjual produk dengan harga yang sangat rendah, seringkali di bawah biaya produksi, tujuannya adalah untuk mengeliminasi pesaing dan memperoleh monopoli di pasar. *Predatory pricing* dapat dilakukan dengan cara menawarkan harga yang sangat murah untuk waktu yang singkat, sehingga pesaing tidak dapat menandingi, atau dengan cara menawarkan harga yang sangat rendah secara terus-menerus untuk mengeliminasi pesaing dari pasar.

Perbedaan utama antara keduanya adalah, jual rugi biasanya dilakukan untuk meningkatkan keuntungan dengan cara mengurangi

biaya produksi, sedangkan predatory pricing dilakukan untuk mengeliminasi pesaing dan memperoleh monopoli di pasar.

Harga murah yang ditetapkan oleh pelaku usaha akan tampak sangat berbeda dari harga yang dihitung berdasarkan perhitungan ekonomis. Untuk menentukannya, ada beberapa pendekatan yang bisa digunakan untuk mengetahui apakah harga tersebut masih dalam batas wajar atau tidak. Pendekatan-pendekatan tersebut antara lain.³⁰

- 1) Analisis kemampuan pelaku usaha tersebut untuk menutupi kerugian dalam jangka waktu yang cukup panjang;
- 2) Analisis pelaku usaha yang berkaitan dengan perbandingan antara penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi

Apabila praktik *Predatory Pricing* dilakukan oleh pengusaha untuk memasarkan dan menjual suatu produknya, maka hal tersebut dapat mematikan para pengusaha produk sejenis yang lain dan pada akhirnya menjadikan produk tersebut sebagai satu-satunya opsi yang ada di pasar, yang berpotensi menciptakan monopoli atau dominasi pasar. Dan pelaku usaha yang menguasai pasar tersebut dapat dengan mudah menentukan harga produk, barang dan jasa yang berada di pasar.³¹

³⁰ Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia, *Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pedoman pasal 20 (jual rugi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, 14.

³¹ Rizki Tri Anugrah Bhakti, *Perlindungan Hukum Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dari Praktek Dumping Akibat Perdagangan Internasional*. (Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Putra Batam: Cahaya Keadilan, Vol 6, No. 1), 79

Para ahli ekonomi mengklasifikasikan praktek predatory pricing sebagai bagian dari upaya dumping oleh perusahaan, terdiri dari Tiga kategori:³²

- 1) Kategori *Sporadis*, di mana barang dijual dalam jangka waktu singkat di pasar internasional dengan harga di bawah harga domestik di negara pengekspor atau biaya produksi. Tujuannya seringkali adalah untuk menyingkirkan persediaan yang tidak diinginkan, tanpa niat untuk menindas atau menghancurkan produk pesaing.
- 2) Kategori *Persistent*, melibatkan penjualan di pasar internasional dengan harga di bawah harga domestik atau biaya produksi secara konsisten sebagai kelanjutan dari penjualan sebelumnya.
- 3) Kategori *Predatory*, terjadi ketika suatu pelaku usaha untuk sementara waktu menerapkan diskriminasi harga terhadap pembeli asing yang bertujuan mengeliminasi persaingan, kemudian menaikkan harga barang setelah persaingan reda.

b. Dasar Hukum *Predatory Pricing*

Dalam hukum *Predatory Pricing* terdapat pada Pasal 7 dan pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat telah diatur bahwa:

Pasal 7 :“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga dibawah pasar,

³² A. Akmal, *Praktek Monopoli Dan Pasaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Dan Hukum Islam*, (2016), 9(1), 54-69.

yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat”.

Pasal ini melarang pelaku usaha untuk melakukan perjanjian dengan pelaku usaha yang lain untuk bersama-sama menetapkan harga dibawah harga pasar.

Pasal 20: “Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.³³

Pasal ini melarang pelaku usaha untuk memasok barang dan/atau jasa dengan cara menjual dengan kerugian atau menetapkan harga yang sangat murah. Praktik menjual dengan kerugian atau menetapkan harga sangat rendah ini bisa menyebabkan terjadinya monopoli atau persaingan usaha yang tidak sehat.

Sedangkan dalam Islam, jual rugi atau *Predatory Pricing* telah dijelaskan dalam Al-Qur’an, diantaranya:

1) QS. An-Nisa’ Ayat 29, yang berbunyi:

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِإِطْلَاقٍ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ

مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar). Kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S An-Nisa’ [4]: 29).³⁴

³³ Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan persaingan usaha Tidak Sehat.

³⁴ QS An-Nisa’ (4): 29.

Secara keseluruhan, dalam konteks *predatory pricing* dalam Q.S. An-Nisa' ayat 29 mengingatkan pelaku usaha untuk berlaku adil, menjunjung tinggi etika dalam berdagang, dan menghindari praktik yang merugikan pesaing secara tidak sah atau merusak dinamika pasar yang sehat.

2) Q.S Al-Baqarah Ayat 188:

وَلَا تَكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِطَايِلٍ وَتُدُلُّوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِيَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ
النَّاسِ الَّيْسَ لَكُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui”. (Q.S Al-Baqarah [2]: 188).³⁵

Surat Al-Baqarah ayat 188 relevan dalam konteks *predatory pricing* karena keduanya mencerminkan ketidakadilan dan penipuan dalam transaksi ekonomi, yang dilarang dalam Islam.

Ayat ini menegaskan pentingnya keadilan, transparansi, dan kejujuran dalam bisnis, serta larangan terhadap praktik-praktik yang merugikan orang lain secara tidak adil.

Dalam *Al-Muwattha'* Imam Malik, juga dicatatkan bahwa pada zaman Sayidina Umar, praktek *predatory pricing* sangat dilarang. Bahkan, Sayidina Umar pernah mengusir seorang pedagang dari pasar karena menerapkan praktek tersebut. Dalam riwayat tersebut, Umar

³⁵ Q.S Al- Baqarah (2): 188.

bin Khattab berkata kepada pedagang Hatib bin Abu Balta'ah yang sedang menjual kismis di pasar, “Ada dua opsi untukmu: naikkan harga atau tinggalkan pasar kami”.³⁶

2. Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian jual beli adalah proses atau transaksi yang melibatkan pertukaran barang atau jasa antara dua pihak, yang satu sebagai penjual dan yang lainnya sebagai pembeli. Fiqh memberikan beragam definisi untuk jual beli, termasuk *al-ba'i* yang mengacu pada proses menyerahkan barang dan menerima pembayaran, *asy-syira'* yang merupakan tindakan memasukkan zat ke dalam hak milik dengan imbalan, *al-mubadah* yang merujuk pada pertukaran, dan *at-tijarah* yang menggambarkan proses perdagangan.³⁷

Secara terminologi terdapat beberapa pengertian dari jual beli, yaitu:

- 1) Menurut Imam Taqiyuddin dalam kitab *Kiffayatul al-Akhyar*,

bahwa jual beli adalah:

مقابلة مال قابلين للتصرف يجب و قبول على الوجه المال ءذون فيه

³⁶ Ulum, F, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam (Analisis Pemikiran Tokoh dari Masa Rasulullah SAW Hingga Masa Kontemporer)*, Buku. Prodi HES Fakultas Syariah UINSA, (2004).

³⁷ Sri Sudiarti, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018), 74.

Artinya: “Saling tukar harta, saling menerima, dapat dikelola (*tasharruf*) dengan ijab qobul, dengan cara yang sesuai dengan syara’”.³⁸

2) Menurut Syekh Zakaria al Anshari dalam kitabnya *fath Al-Wahab*

مقابلة مال بمال على وجه مخصوص

Artinya: “Tukar-menukar benda lain dengan cara yang khusus (dibolehkan)”.³⁹

Adapun menurut pasal 20 ayat (2) Kompilasi Hukum Ekonomi Syari’ah, disebutkan bahwa:

“Ba’i adalah jual beli antara benda dengan benda, atau pertukaran benda dengan uang”.⁴⁰

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jual beli dapat diartikan sebagai Pertukaran harta atau barang antara dua belah pihak, yaitu penjual dan pembeli, yang dilakukan atas dasar kesepakatan suka sama suka dan saling setuju, yang mengakibatkan pemindahan kepemilikan barang tersebut dengan nilai yang sebanding dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau memenuhi kebutuhan akan barang atau jasa yang dibutuhkan.

b. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli dalam agama Islam hukumnya adalah boleh, dengan catatan kegiatan jual beli tersebut dilakukan selama memenuhi syarat-

³⁸ Taqiyuddin Abi Bakr Ibn Muhammad al-Husaini, *Kifayatul al-Akhyar*, Juz I, (tt: tp, tth),329

³⁹ Abi Zakaria Al-Ansari, *Fath al-Wahab*, Juz 1, (tt:tp,t.th),157.

⁴⁰ pasal 20 ayat (2) Kompilasi Hukum Ekonomi Syari’ah.

syarat tertentu dan tidak bertentangan dengan larangan atau ketentuan agama.

Al-Imam Asy-Syafi'i menegaskan bahwa dasarnya hukum jual-beli itu seluruhnya adalah mubah, yaitu apabila dengan keridhaan dari kedua-belah pihak. Namun kehalalan ini akan berubah menjadi haram bila terjadi hal-hal tertentu, misalnya apabila jual-beli itu dilarang oleh Rasulullah SAW atau yang maknanya termasuk yang dilarang beliau SAW.⁴¹ Dengan demikian, Diperbolehkannya transaksi jual boleh tersebut tidak lepas dari landasan hukum yang termuat dalam Al-Quran dan Hadits sebagai berikut:

1) Q.S Al- Baqarah Ayat 275:



وَأَحَلَّ اللَّهُ لِلْبَيْعِ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan *riba*”.(Q.S Al-Baqarah [2]: 275)

Ayat ini menjelaskan bahwa *riba* adalah suatu perbuatan yang sangat tidak disukai oleh Allah, sedangkan jual beli yang dilakukan dengan cara yang benar dan adil diperbolehkan dalam Islam.

2) Q.S An-Nisa' Ayat 29

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِإِطْلَاقٍ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

⁴¹ Ahmad Sarwat, LC., MA, *Fiqih Jual-Beli*, (Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing, 2018), 5.

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha penyayang kepadamu.”* (Q.S An-Nisa [4] : 29).

Ayat ini menekankan pentingnya memperoleh harta dengan cara yang benar dan adil serta menolak segala bentuk penipuan atau cara yang tidak sah dalam memperoleh kekayaan. Prinsip ini mencerminkan dasar hukum dalam jual beli dalam Islam yang menekankan pentingnya transaksi yang jujur, adil, dan tanpa unsur penipuan atau ketidakadilan.

- 3) Hadits Nabi Riwayat al-Bazzar dinyatakan sahih oleh al-Hakim al-Naysaburi

عن رفاعة بن رافع رضي أأل عنه أن النبي صلى أألعله وسلم سئل أي

الكسب أطيب قال : عمل الرجل بيده وكل بيع مبرور ، .رواه البزار وصححه الحاكم

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Artinya: *“Dari Rifa’ah ibn Rafi’ r.a. bahwasannya Rasulullah ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik. Rasulullah menjawab: Usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang diberkati.”* (HR. al-Bazzar dinyatakan sahih oleh al-Hakim al-Naysaburi).⁴²

Hadis tersebut menjelaskan bahwa usaha atau pekerjaan yang dilakukan dengan tangan sendiri, yaitu dengan bekerja keras dan bersungguh-sungguh, serta setiap transaksi jual beli yang mendapat berkah, merupakan jenis pekerjaan yang baik.

⁴² Abdullah Ibnu Abdirrahman Al Bassam, *Taudihul Ahkam Min B ulughil Maram*, Juz III, (Jeddah: Darul Qiblah,1992),cet 1, 411.

4) Hadits Nabi Riwayat Ahmad 4: 141

أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya : “Wahai Rasulullah, mata pencaharian (*kasb*) apakah yang paling baik?” Beliau bersabda, “Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur (*diberkahi*)”. (HR. Ahmad 4: 141)

Riwayat hadis tersebut menegaskan bahwasannya usaha yang hasilnya baik itu adalah dengan berdagang. Melalui berdagang, seseorang bisa mendapatkan penghasilan yang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya.

c. Rukun dan Syarat Jual Beli

Transaksi jual beli dianggap sah berdasarkan syariah jika syarat-syarat akad penjualan terpenuhi. Hukum Islam mengatur bahwasannya terdapat beberapa rukun dan syarat yang harus terpenuhi dalam jual beli agar transaksi tersebut dianggap sah.

Menurut Hanafiya, Rukun menjadi tempat bergantung dan bagian yang tidak terpisahkan. Rukun jual beli ada Tiga: Pertama lafal (*Shighat*), kedua belah pihak yang berakad (*'aqidain*), dan yang diakadkan (*Ma'qud 'alaih*). Penulis mendahulukan *shighat* karena ia merupakan rukun yang paling penting. Adapun menurut Imam An-Nawawi dan Al-Mahalli mendahulukan *shighat* adalah karena pihak

yang berakad dan barang yang diakadkan tidak akan dapat terlaksana sebagaimana jual beli kecuali jika ada *shighat*.⁴³

1) *Shighat*

Shighat merupakan Ijab dan qabul yang merupakan ucapan yang diungkapkan pihak yang melakukan perjanjian, dalam kasus jual beli yakni antara penjual dan pembeli. Ijab merujuk pada ungkapan awal yang dikeluarkan oleh salah satu pihak yang terlibat dalam perjanjian. Sementara qabul adalah respons atau kata setuju yang dikeluarkan oleh pihak lain yang terlibat setelah adanya ijab, menegaskan kesepakatan dalam suatu perjanjian.

Syarat-syarat *shighat* antara lain:⁴⁴

- a) Ucapan dan Lafadz ketika ijab Qabul harus jelas, sehingga dapat dipahami maksud dan tujuannya.
- b) Antara ijab dan Qabul harus sesuai, sehingga terhindar dari adanya kesalahpahaman antara kedua belah pihak yang melakukan ijab dan qabul di kemudian hari.
- c) Ketidakterpaksaan (*Ikrah*), Tidak adanya unsur paksaan atau tekanan dalam kesepakatan tersebut. Penawaran dan penerimaan harus dilakukan atas dasar kehendak bebas tanpa ada unsur pemaksaan dari pihak lain.

⁴³ Abdul Aziz M.A, *Fiqh Munakahat: Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*, (Jakarta, Sinar Grafika,2022), 28.

⁴⁴ Abdul Aziz M.A, *Fiqh Munakahat: Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*, (Jakarta, Sinar Grafika,2022), 32.

2) *'Aqid* (Orang yang berakad)

Jika dikatakan kata *'aqid*, maka secara tidak langsung akan tertuju pada penjual dan pembeli. Sebagai penjual maupun pembeli, harus memenuhi syarat untuk melakukan tindakan hukum, yang melibatkan memiliki kriteria berakal dan sudah dewasa. Dengan demikian dapat diartikan bahwasannya transaksi jual beli hukumnya tidak sah apabila dilakukan oleh anak kecil, orang gila atau orang bodoh yang tidak paham dengan pembelanjaan harta bendanya.⁴⁵

Syarat-syarat *'aqid* antara lain:

- a) Bebas berbuat
 - b) Tidak ada paksaan tanpa kebenaran
 - c) Keislaman orang yang membeli mushaf, kitab hadits atau kitab ilmu yang didalamnya ada ucapan kaum salaf
 - d) Terjaminnya pembeli jika yang dijual adalah peralatan perang
- 3) *Ma'qud 'alaih* (Barang yang diperjual belikan)

Al-Ma'qud 'alaih merujuk pada harga dan barang yang diperdagangkan. Untuk mengetahui sahnya suatu transaksi jual beli, baik barang maupun harganya harus memenuhi lima syarat berikut: barang harus bersih, berguna, pihak yang berakad memiliki kendali atas barang atau harganya, mampu untuk

⁴⁵ Abdul Aziz M.A, *Fiqh Munakahat: Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*, (Jakarta, Sinar Grafika,2022), 39-41.

menyerahkannya, dan kedua belah pihak yang berakad mengetahui baik zat barangnya, jumlahnya, maupun sifatnya.

Menurut As-Subki, kelima syarat ini pada dasarnya dapat direduksi menjadi hanya dua syarat, yaitu kepemilikan dan kebermanfaatan, karena kemampuan untuk menyerahkan, pengetahuan, dan hak kepemilikan pada dasarnya merupakan syarat yang melekat pada individu yang berakad. Selain itu, syarat kebersihan dikecualikan dari kepemilikan karena barang yang najis tidak boleh dijadikan hak milik. Pendapat ini kemudian dijawab dengan menyatakan bahwa semua faktor ini hanyalah hal-hal yang berhubungan dengan persepsi, kadang-kadang dikaitkan dengan pihak yang berakad, dan kadang-kadang juga terkait dengan harga yang ditetapkan dalam perjanjian, dan di bawah ini kita akan menjelaskan syarat-syarat ini secara lebih rinci.

3. Produk Impor

a. Pengertian Produk Impor

Produk impor berasal dari Dua kata, yaitu “Produk” dan “Impor”. Produk merujuk pada barang atau jasa yang dihasilkan atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Adapun Impor menurut Pasal 1 Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan Dijelaskan bahwa “Impor adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam Daerah Pabean”.⁴⁶ Daerah Pabean

⁴⁶ Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.

menurut PMK Nomor 199/PMK.010/2019 adalah wilayah yang meliputi wilayah perairan, darat, dan ruang udara di Indonesia.

Adapun menurut KBBI, pengertian Impor adalah memasukkan barang dari luar negara Indonesia ke dalam negara Indonesia. Dinyatakan pula pengertian Impor dalam situs resmi bea cukai yakni sebagai kegiatan memasukkan barang ke dalam Daerah Pabean. Daerah Pabean .

Berikut ini beberapa definisi impor menurut beberapa ahli.⁴⁷ Menurut Marolop Tandjung, Impor merupakan proses memperoleh barang dari luar dan membawanya masuk ke wilayah pabean suatu negara. Susilo Utomo menjelaskan bahwa impor adalah kegiatan mengenalkan barang dari luar negeri ke wilayah pabean di dalam negara, yang bisa dilakukan oleh perwakilan dari kedua negara baik itu individu maupun perusahaan.

Adapun Astuti Purnamawati Mendefinisikan impor sebagai pembelian barang dari luar negeri sesuai dengan aturan pemerintah yang dilakukan dengan pembayaran menggunakan mata uang asing.

b. Mekanisme produk Impor

Dengan potensi tinggi permintaan beragam barang di platform e-commerce, semakin banyak individu yang tertarik untuk menjadi

⁴⁷ usnul Abdi, (24, januari 2022), *Pengertian Ekspor dan Impor Menurut Para Ahli, Ketahui Manfaatnya untuk Negara*, <https://www.liputan6.com/hot/read/4868095/pengertian-ekspor-dan-impor-menurut-para-ahli-ketahui-manfaatnya-untuk-negara?page=4>, diakses pada 13 Desember 2023.

importir barang e-commerce dan menjualnya di dalam negeri. Minat tinggi masyarakat Indonesia dalam membeli barang di e-commerce dipicu oleh harga barang yang terbilang ekonomis.

Barang impor dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa kriteria, tergantung pada jenis, sifat, dan penggunaan barang tersebut, diantaranya:⁴⁸

1) Barang Kiriman

Menurut ketentuan dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 199/PMK.10/2019 tentang Tentang Ketentuan, Kepabeanan, Cukai, Dan Pajak Atas Impor Barang, barang kiriman merujuk pada barang-barang impor yang dikirim oleh pengirim dari luar negeri kepada penerima di dalam negeri melalui Penyelenggara Pos.⁴⁹ Dengan demikian, proses impor barang kiriman tidak bisa dilakukan secara bebas, karena importir membutuhkan layanan dari Penyelenggara Pos untuk melaksanakan transaksi tersebut.

2) Pembatasan Barang Kiriman

Jenis barang impor yang dilarang atau dibatasi masuk ke negara Indonesia merupakan termasuk dalam kategori barang LARTAS (Larangan dan Pembatasan). Berikut ini adalah contoh dari barang yang termasuk dalam kelompok LARTAS:

⁴⁸ Natindo Cargo, (07 September 2022), *Mekanisme Impor Barang E Commerce*, <https://natindocargo.com/articles/mechanisme-imp-or-barang-ecommerce>, diakses pada 13 Desember 2023.

⁴⁹ Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 199/PMK.10/2019 tentang Tentang Ketentuan, Kepabeanan, Cukai, Dan Pajak Atas Impor Barang.

- a) Bahan pangan harus mendapatkan persetujuan dari Badan Pengawas Obat dan makanan (BPOM).
 - b) Obat-obatan dan kosmetik harus memperoleh persetujuan dari Badan POM.
 - c) Elektronik seperti: Handphone, komputer genggam, dan komputer tablet hanya diperbolehkan 2 unit (berdasarkan peraturan Menteri Perdagangan) sedangkan pakaian jadi hanya diperbolehkan 10 pcs (berdasarkan peraturan Menteri Perdagangan).
 - d) Barang yang termasuk dalam kategori LARTAS dan terdaftar dalam website INSW.
- 3) Bea Masuk dan PDRI

Pemerintah telah menyediakan insentif pajak untuk kegiatan impor barang kiriman. Dalam kriteria tertentu, impor barang dapat mendapatkan pembebasan dari kewajiban membayar Bea Masuk. Namun, ada situasi di mana impor barang dapat memiliki tanggung jawab pajak yang harus dibayarkan saat proses impor barang kiriman.

Jika nilai barang kiriman kurang dari FOB USD 3 per orang per kiriman, maka kewajiban Bea Masuk tidak diberlakukan. Tetapi, jika nilainya melebihi FOB USD 3 per orang per kiriman, maka Bea Masuk harus dibayarkan. Barang kiriman dengan nilai hingga USD 1.500 akan dikenakan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) tanpa Pajak Penghasilan (PPh). Apabila nilai melebihi USD 1.500, maka akan dikenakan Bea Masuk Umum atau Tarif Negara Paling Dihargai (Most Favourable Nations/MFN). Untuk barang kiriman

dengan nilai pabean di atas USD 1.500, diperlukan Pemberitahuan Impor Barang (PIB) apabila penerima barang adalah badan usaha, atau PIBK jika penerima barang berupa perorangan atau bukan badan usaha.

Tarif umum Bea Masuk berlaku sebesar 7,5 persen, tetapi untuk beberapa jenis barang tertentu, tarif Bea Masuk mengikuti tarif MFN. Berikut ini adalah barang dan tarif yang dimaksud, sebagai berikut:

- a) Tarif Bea Masuk 15-20% untuk produk Tas kode series HS 4204.
- b) Tarif Bea masuk 25-30% untuk produk Sepatu kode series HS 64.
- c) Tarif Bea masuk 15-25% untuk produk Tekstil dengan kode series HS 61, 62 dan 63.

4. *E-Commerce*

a. Pengertian *E-Commerce*

Di Indonesia sendiri, *E-Commerce* dikenal dengan sebutan *Marketplace* atau tempat belanja online. *E-commerce* merupakan kegiatan bisnis yang melibatkan konsumen (*consumers*), *services providers*, manufaktur (*manufactures*) dan pedagang perantara

(*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan- jaringan computer yakni internet.⁵⁰

Banyak sekali *E-Commerce* yang sudah terkenal dan banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia, meliputi Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli, JD.ID, bahkan platform khusus untuk barang impor seperti dan Alibaba.com dan Aliexpress.com dan masih banyak lagi.

Pengertian *E-Commerce* juga diatur dalam Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yaitu perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.⁵¹

Undang-undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mendefinisikan Pengertian *E-Commerce*, yaitu perdagangan dimana sistem transaksinya dilakukan dengan menggunakan seperangkat alat dan prosedur elektronik.⁵²

b. Jenis-jenis *E-Commerce*

Terdapat beberapa kategori bisnid melalui *E-Commerce*, diantaranya:⁵³

⁵⁰ Barkatullah, Abdul Halim, *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: Sebagai Pedoman dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-commerce di Indonesia*, (Nusamedia, 2019), 11.

⁵¹ Pasal 1 Angka 2, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

⁵² Undang-undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

⁵³ Darin Rania, (06 April 2021), *Apa Itu E Commerce, Jenis, dan Contohnya di Indonesia*, [Apa Itu E commerce, Jenis, dan Contohnya di Indonesia - Jubelio](#), Diakses pada 14 Desember 2023.

1) B2B (*Business to Business*)

B2B merupakan model bisnis yang paling dilakukan oleh pengguna *E-Commerce*. model *E-Commerce* ini dilakukan oleh sebuah perusahaan yang menjual produk atau jasa kepada perusahaan lainnya. Sebagai contoh, kegiatan bisnis yang dilakukan oleh Jubelio termasuk dalam kategori B2B karena merupakan *platform omni channel* yang bermitra dengan berbagai perusahaan, termasuk produsen barang dan toko online.

2) B2C (*Business to Consumer*)

Selain B2B, B2C juga paling digunakan oleh pengguna bisnis. Dalam model bisnis (B2C), terdapat partisipasi konsumen dalam mencari informasi, melakukan pembelian barang dimana produsen dapat menjual produknya secara ecer maupun grosir secara online. Contohnya adalah Shopee, Lazada, Tiktok Shop.

3) C2C (*Costumer to Costumer*)

Model bisnis ini memerlukan suatu platform atau media perantara yang menghubungkan dan memungkinkan interaksi antara konsumen sehingga transaksi dapat terjadi. Ada beragam metode pembayaran yang digunakan, seperti metode bayar tunai saat barang diterima (*cash on delivery/COD*). Saat ini, terdapat banyak situs web yang berfungsi sebagai wadah untuk menghubungkan penjual dan pembeli, seperti contohnya Kaskus

atau OLX. Bahkan dalam jenis bisnis ini dapat transaksi jual beli barang bekas.

4) C2B (*Consumer to Business*)

Dalam model *consumer to business* (C2B), seorang individu menawarkan produk atau layanan kepada perusahaan yang memerlukannya. Salah satu *platform* C2B adalah *freelancer.com* yang berfungsi sebagai tempat untuk menghubungkan individu dengan perusahaan yang membutuhkan jasa *freelance* atau keahlian khusus lainnya.

5) O2O (*Online to Offline*)

Model bisnis O2O melibatkan produsen dalam menjangkau, menarik, dan mempromosikan kepada konsumen melalui *platform* online, yang kemudian dilanjutkan dengan pembelian barang secara langsung atau *offline* di toko fisik. Contohnya adalah layanan dari Gojek atau Grab yang memanfaatkan dua jalur, yaitu online dan offline. Sebelum mengambil barang langsung ditoko fisik, konsumen melakukan pemesanan barang terlebih dahulu melalui *platform* online.

6) C2A (*Consumer to Administration*)

C2A adalah transaksi perdagangan elektronik yang terjadi antara individu perorangan dan pemerintah. Dalam model *E-Commerce* C2A, jarang ditemui transaksi dalam bentuk barang, lebih seringnya berupa penyediaan jasa. Fokus bisnis ini adalah

untuk meningkatkan kinerja secara optimal baik bagi pemerintah maupun individu dengan memanfaatkan teknologi.

7) B2A (*Business to Public Administration*)

B2A adalah bentuk *E-Commerce* yang berfokus pada penjualan produk dan layanan kepada lembaga pemerintah. Perusahaan akan mengajukan penawaran produk atau layanan kepada pihak pemerintah, seringkali melalui proses tender. Contohnya adalah aplikasi Qlue yang dirancang untuk membantu meningkatkan efisiensi kinerja perusahaan dan lembaga pemerintah dalam administrasi sistem.

5. Hukum Persaingan Usaha

a. Pengertian dan Sejarah Hukum Persaingan usaha

Menurut Christopher Pass dan Bryan Lowes dalam kamus ekonomi yang mereka tulis, Hukum persaingan atau *Competition Law* adalah bagian dari sistem hukum yang mengatur tentang monopoli, penggabungan perusahaan, akuisisi, perjanjian perdagangan, dan tindakan-tindakan anti persaingan.⁵⁴

Di Indonesia, regulasi mengenai persaingan usaha tertuang dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, yang berfokus pada Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

⁵⁴ Hermansyah, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2009), Cetakan ke-2, 3.

Tujuan dari UU ini, sebagaimana dirumuskan dalam Pasal 3, adalah sebagai berikut:⁵⁵

- a) Untuk melindungi kepentingan publik dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional, yang pada gilirannya diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- b) Untuk menciptakan lingkungan bisnis yang mendukung, dengan mengatur persaingan usaha yang adil. Ini dimaksudkan untuk menjamin kesempatan berusaha yang sama bagi semua pelaku usaha, baik itu usaha besar, menengah, maupun kecil.
- c) Untuk menghindari praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat yang mungkin dilakukan oleh pelaku usaha.
- d) Untuk memastikan kegiatan usaha berjalan secara efektif dan efisien.

UU No. 5 Tahun 1999 ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan yang merata kepada semua pelaku usaha. Hal ini dilakukan dengan cara mencegah praktek monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat, sehingga menciptakan pasar yang kompetitif dan kondusif di mana setiap pelaku usaha memiliki kesempatan yang sama untuk bersaing secara adil dan sehat.

Secara prosedural, dikenal dua teori dalam hukum persaingan usaha, yaitu pendekatan *per se illegal* dan pendekatan yang berdasarkan *rule of reason*.⁵⁶

⁵⁵ Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, Pasal 3.

Pendekatan *per se illegal* adalah ketika suatu tindakan dianggap melanggar undang-undang tanpa memerlukan bukti konkret mengenai dampak dari tindakan tersebut. Sebaliknya, pendekatan *rule of reason* memerlukan bukti konkret tentang tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Tindakan tersebut akan dianggap melanggar hukum jika dapat terbukti bahwa tindakan tersebut menyebabkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat. Dalam menetapkan suatu pasal menggunakan pendekatan *rule of reason*, penilaian didasarkan pada kata-kata “mengakibatkan” atau “dapat mengakibatkan” terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat.

Hukum persaingan usaha di Indonesia mulai terbentuk setelah terjadinya perjanjian kondisional antara Dana Moneter Internasional (IMF) dan Pemerintah Republik Indonesia pada 15 Januari 1998. Perjanjian tersebut mencakup persetujuan IMF untuk menyediakan bantuan keuangan senilai USD 43 Miliar untuk membantu Indonesia mengatasi krisis ekonomi. Namun, bantuan tersebut disertai syarat bahwa Indonesia harus melakukan reformasi ekonomi serta menerapkan undang-undang ekonomi tertentu. Dari sinilah, kerangka hukum persaingan usaha di Indonesia mulai berakar.⁵⁷

⁵⁶ Devi Meyliana, *Hukum Persaingan Usaha: Studi Konsep Pembuktian Terhadap Perjanjian Penetapan Harga dalam Persaingan Usaha*, (Malang: Setara Press, 2013),16-17.

⁵⁷ Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2022), 1.

Inisiatif DPR (Dewan Perwakilan Rakyat) untuk membentuk Rancangan Undang-Undang (RUU) Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat merupakan langkah konkret dalam reformasi ekonomi. RUU tersebut disetujui dalam sidang penuh DPR pada 18 Februari 1999 yang dihadiri oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan Rahardi Ramelan, dan kemudian ditandatangani oleh Presiden RI B.J. Habibie, berlaku secara resmi secara nasional pada 5 Maret 1999.⁵⁸

Pemberlakuan UU ini juga merupakan implementasi dari hasil sidang MPR-RI mengenai Pokok-Pokok Reformasi Pembangunan untuk Penyelamatan dan Normalisasi Kehidupan Nasional (MPR-RI No. X/MPR/1998), yang menandai era baru dalam reformasi ekonomi Indonesia.⁵⁹ Pengesahan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mencerminkan komitmen untuk menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat bagi semua pelaku usaha.

b. Jenis-jenis Persaingan Usaha⁶⁰

a) Persaingan Sehat

Persaingan sehat dalam dunia bisnis merujuk pada kompetisi antara usaha yang dilakukan dengan cara yang *fair* dan etis. Ini berarti pelaku usaha bersaing untuk mencapai keunggulan

⁵⁸ A. Fami Lubis, *Hukum Persaingan Usaha, edisi kedua*, (Jakarta, KPPU, 2017), 33.

⁵⁹ A. Fami Lubis, *Hukum Persaingan Usaha, edisi kedua*, (Jakarta, KPPU, 2017), 33.

⁶⁰ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

tanpa melakukan tindakan yang merugikan pesaing atau pelanggan.

Beberapa karakteristik dari persaingan sehat meliputi:

- 1) Pelaku usaha harus mematuhi semua hukum dan regulasi yang berlaku dalam bisnis, seperti hukum persaingan, perlindungan konsumen, dan lain-lain.
 - 2) Pelaku usaha harus meningkatkan produk atau layanan mereka untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik.
 - 3) Harus menetapkan harga yang *fair* dan kompetitif, tanpa praktik penentuan harga yang merugikan konsumen atau pesaing.
 - 4) melakukan promosi produk atau layanan dengan jujur dan memberikan informasi yang akurat kepada konsumen.
 - 5) Menghormati hak kekayaan intelektual
- b) Persaingan Usaha Tidak sehat

Menurut Pasal 1 Angka 6 dari Undang-Undang Nomor 5

Tahun 1999 mendefinisikan persaingan usaha tidak sehat adalah:

“Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha”.

Dengan demikian, persaingan usaha tidak sehat mencakup praktik-praktik yang tidak jujur, menghambat persaingan, dan bertentangan dengan hukum dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang dan/atau jasa.

Terdapat tiga hal yang dilarang menurut UU No.5 tahun 1999 dalam hukum persaingan usaha karena dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat. Tiga hal yang dimaksud diantaranya:

- 1) Perjanjian yang dilarang (pasal 4-16)
- 2) Kegiatan yang dilarang (pasal 17-24)
- 3) Bentuk penyalahgunaan posisi dominan (pasal 25-29).

Dalam ketiga larangan tersebut, peneliti akan membahas mengenai kegiatan yang dilarang. Berbeda dengan perjanjian yang memerlukan pihak lain untuk pelaksanaannya, “Kegiatan” dapat dilakukan secara mandiri tanpa melibatkan pihak lain atau pelaku usaha lainnya. Jika ditinjau secara “*a contrario*” terhadap definisi dalam Undang-Undang, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan “kegiatan” tersebut adalah tindakan atau perbuatan hukum “sepihak” yang dilakukan oleh satu pelaku usaha tanpa adanya hubungan hukum dengan pihak lain atau pelaku usaha lainnya.

Beberapa kegiatan yang tidak diizinkan bagi pelaku usaha sesuai dengan UU Nomor 5 tahun 1999 adalah sebagai berikut:

- 1) Monopoli

Dijelaskan dalam Pasal 17 UU No. 5 Tahun 1999 bahwa Monopoli merujuk pada dominasi yang dilakukan oleh satu pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha atas produksi, pemasaran barang, atau pemanfaatan jasa tertentu. Praktik ini

dilarang karena dalam kasus monopoli, pelaku usaha atau penjual akan memiliki kontrol terhadap penetapan harga (*Price Maker*) daripada bergantung pada harga pasar yang ada (*Price Taker*), sehingga berpotensi merugikan konsumen dengan menetapkan harga yang kurang kompetitif.

2) Monopsoni

Berdasarkan Pasal 18 UU No. 5 Tahun 1999, bahwa pelaku usaha dilarang melakukan kegiatan monopsoni atau menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal atas barang dan/atau jasa dalam pasar bersangkutan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

3) Penguasaan Pasar

Kegiatan ini dilarang berdasarkan Pasal 19 UU No. 5

Tahun 1999 yang terdiri dari 4 (empat) kegiatan, yakni:

- a) Menolak dan atau menghambat pesaing untuk terlibat dalam hubungan pasar yang bersangkutan;
- b) Mencegah konsumen atau pelanggan pesaing untuk berhubungan usaha dengan pesaing tersebut;
- c) Mempersempit distribusi atau penjualan barang dan jasa di pasar yang bersangkutan; atau
- d) Melakukan diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.

4) Jual Rugi (*Predatory Pricing / Dumping*)

Jual rugi didefinisikan sebagai proses penjualan atau penyediaan barang dan/atau jasa dengan niat merugikan pesaing lain melalui penetapan harga yang tidak adil., yaitu harga di bawah biaya variabel produksinya. Tindakan *predatory pricing/Dumping* dilarang berdasarkan ketentuan dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

5) Manipulasi biaya produksi

Berdasarkan pasal 21 UU No. 5 tahun 1999, Pelaku usaha dilarang untuk melakukan tindakan curang dalam menetapkan biaya produksi dan biaya lainnya yang merupakan bagian dari harga barang dan jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat.

6) Persekongkolan

Persekongkolan adalah kolaborasi antara pelaku usaha dengan tujuan mengendalikan pasar tertentu demi keuntungan bersama dari para pelaku usaha yang terlibat. Dalam kegiatan persekongkolan berdasarkan pasal 22-24 UU No. 5 tahun 1999 terdiri dari 3 (tiga) bentuk, yakni Persekongkolan tender, Persekongkolan membocorkan rahasia dagang dan Persekongkolan menghambat perdagangan.

Menurut Pasal 22-24 Undang-undang No. 5 Tahun 1999, bahwa kegiatan persengkokolan terdiri atas Tiga bentuk,

yakni Persengkokolan tender, persengkokolan menghambat perdagangan dan persengkokolan membocorkan rahasia dagang.

6. Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

a. Pengertian Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) merupakan sumber hukum yang diterapkan oleh Peradilan Agama dalam bidang ekonomi syariah. KHES terdiri dari empat bagian atau buku, yaitu:

- 1) Buku I: Subjek Hukum dan Amwal
- 2) Buku II: Akad
- 3) Buku III: Zakat dan Hibah
- 4) Buku IV: Akuntansi Syariah

Menurut A. Djazuli, KHES merupakan kompilasi yang disusun dari berbagai sumber, termasuk syariah, fiqh, dan qanun. Salah satu sumber penyusunan KHES adalah *Majallatual-Ahkam al-Adliyah*, sebuah kitab undang-undang hukum perdata yang disusun pada masa Turki Usmani, yang kemudian disesuaikan dengan kondisi modern dan konteks ke-Indonesiaan.

Kontekstualisasi seperti ini memang diperlukan, karena fiqh dapat berubah seiring dengan perubahan waktu, tempat, keadaan, niat, dan kebiasaan (adat-istiadat). Asas fleksibilitas fiqh ini dibahas secara khusus dalam *I'lâm al-Muwaqqi'în 'an Rabb al-'Âlamîn*, yakni sebagai berikut:

تغير انفتي واختلافها بحسب تغير الأزمنة والأمكنة والأحوال واننيات وانعمائد

Artinya: “Perubahan dan perbedaan fatwa (pendapat hukum) disebabkan oleh perbedaan waktu, tempat, keadaan, niat dan adat-istiadat”.⁶¹

Hal ini menyatakan bahwa perubahan dan perbedaan fatwa (pendapat hukum) disebabkan oleh perbedaan waktu, tempat, keadaan, niat, dan adat-istiadat. Berdasarkan fakta tersebut, KHES dapat dianggap sebagai salah satu bentuk positivisasi hukum Islam yang telah mengalami penyesuaian dengan konteks ke-Indonesiaan saat ini. Jika upaya positivisasi tersebut tidak mempertimbangkan konteks sekitarnya, maka hukum yang ada hanya akan menjadi “tontonan” dan bukan “tuntunan”.

Dengan Demikian Fiqh Muamalah dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) bekerja sama dalam mengatur dan mengawasi aktivitas ekonomi agar sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

b. Aspek Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Menurut kajian hukum ekonomi syariah, keseimbangan harga terjadi jika memuat beberapa aspek sebagai berikut:⁶²

⁶¹ A. Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam Dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah Yang Praktis* (Jakarta: Kencana, 2006), 10.

⁶² Khoirun Nisak, Abdurrahman Muqsih, *Strategi Penetapan Harga Oleh Pedagang di Pasar Batik Pamekasan (Kajian Undang-Undang Anti Monopoli dan Kompilasi Hukum Eknomi Syariah*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth*, 2023, Vol.21, No.1.

1. Kejujuran (*Ash Shiddiq*)

Kejujuran diwajibkan dalam interaksi muamalah sebagai bentuk sahnya transaksi. Transaksi yang dilakukan dengan kebohongan akan batal atau tidak sah. Sjaechul Hadi Poernomo, menjelaskan bahwa prinsip kejujuran dan kebenaran dalam syariah tercermin dalam transaksi yang mengutamakan kepentingan sosial di atas kepentingan individu.

2. Keterbukaan (*Transparency*)

Transparansi transaksi mirip dengan nilai kejujuran. Islam mengajarkan untuk selalu memberikan informasi yang akurat dan benar tentang produk yang ditawarkan tanpa menyembunyikan cacat produk tersebut.

3. Keadilan (*al- 'Adl*)

Dalam hukum ekonomi syariah, keadilan adalah bagian dari kewajiban bisnis yang baik, mencakup penetapan harga, persaingan usaha, dan aspek lain dari kegiatan ekonomi. Keadilan diartikan sebagai tindakan yang meniadakan eksploitasi dalam bentuk apa pun yang mengarah pada perilaku zalim, baik disengaja maupun tidak disengaja.

4. Moralitas (Prinsip Tauhid “Keimanan”)

Moralitas adalah salah satu bagian terpenting dalam bermuamalah. Prinsip ini mengajarkan bahwa Allah maha melihat dan maha berhak atas segala ciptaan-Nya, sehingga manusia hanya

sebagai pemegang amanah dalam memanfaatkan sumber daya yang telah Allah sediakan tanpa menimbulkan kerusakan atau saling merugikan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah **penelitian Yuridis Normatif**, yakni suatu penelitian yang mengacu pada analisis hukum berdasarkan peraturan perundang-undangan.⁶³

Penulis menggunakan penelitian yuridis normatif dengan mempertimbangkan fokus utama penelitian ialah untuk menganalisis peraturan-peraturan yang ada di Indonesia terkait *Predatory Pricing* dalam jual beli produk impor di *E-commerce*.

2. Pendekatan Penelitian

Penulis menggunakan Tiga pendekatan penelitian, diantaranya: pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan pendekatan kasus (*case approach*).

Pendekatan perundang-undangan merupakan pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang terkait dengan isu hukum yang sedang diteliti. Hasil dari telaah tersebut merupakan suatu argumen untuk memecahkan isu yang dihadapi. Dalam pendekatan berdasarkan peraturan perundang-undangan, penting untuk memeriksa apakah ada kesesuaian dan

⁶³ Zainuddin, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), 24.

konsistensi antara satu undang-undang dengan undang-undang lainnya, antara undang-undang dan Undang-Undang Dasar, atau antara regulasi dan undang-undang.⁶⁴

Pendekatan konseptual melibatkan penggabungan beberapa konsep praktis menjadi satu sudut pandang yang khusus, yang kemudian diimplementasikan sebagai solusi atas suatu permasalahan. Pendekatan ini biasanya dimulai dari aturan hukum yang ada, namun dilakukan ketika tidak ada aturan hukum yang dapat dijadikan pedoman untuk masalah yang sedang diteliti. Oleh karena itu, peneliti harus mengembangkan konsep-konsep baru sebagai landasan dalam penelitiannya.⁶⁵

Pendekatan kasus dilakukan ketika peneliti memahami rasio decidendi, yaitu alasan-alasan hukum yang digunakan oleh hakim untuk membuat putusan. Menurut Goodhart, rasio decidendi dapat ditemukan dengan memperhatikan fakta-fakta materiil, seperti orang, tempat, waktu, dan hal-hal lain yang relevan, selama tidak ada bukti yang menunjukkan sebaliknya.⁶⁶

Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah dan menganalisis peraturan-peraturan hukum yang mengatur terkait pelaksanaan praktik *Predatory Pricing* yang dilakukan oleh toko Fstyle dan Biu.costore.

⁶⁴ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum (edisi revisi)*, (Kencana, Jakarta, 2021),133.

⁶⁵ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum (edisi revisi)*, (Kencana, Jakarta, 2021),177.

⁶⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum (edisi revisi)*, (Kencana, Jakarta, 2021),158.

B. Jenis Bahan Hukum

Jenis dan sumber bahan hukum yang penulis gunakan adalah sebaga berikut:

1. Bahan Hukum Primer

Data primer adalah data yang diperoleh mencakup peraturan-peraturan hukum yang dikeluarkan oleh lembaga legislatif atau eksekutif yang memiliki kewenangan untuk membuat undang-undang dan regulasi hukum. Diantaranya:

- a. Undang-Undang Dasar 1945.
- b. Undang-Undang Dasar Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- c. KHES (Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah).
- d. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).
- e. Undang-undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.
- f. KUHP (Kitab Undang-Undang Hukum Pidana).
- g. Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 199/PMK.10/2019 tentang Tentang Ketentuan. Kepabeanan, Cukai, Dan Pajak Atas Impor Barang.
- h. Sumber Hukum Sekunder yang berasal dari buku hukum, jurnal hukum, Diktat, artikel, Skripsi dan Tesis

i. Sumber Hukum Tersier yang berasal dari kamus, web blog sebagai penunjang.

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah data pendukung yang diperoleh langsung dari sumbernya, yaitu melalui studi lapangan melalui wawancara, observasi, ataupun laporan dalam bentuk dokumen informal yang kemudian akan diolah oleh peneliti. Berikut ini beberapa informan yang dijadikan sumber primer:

3. Tabel 3.1
Informan

NO	NAMA	KETERANGAN
1	Saudara Ola	Admin Toko Fistyle
2	Bapak Choirullah	Penjahit dan Permak Baju
3	Bapak Bowo	Penjual BABEBO Tegalbesar
4	Bapak Herul	Penjual BABEBO Mangli
5	Ibu Yanti	Penjual BABEBO Mangli
6	Saudara Ayunda Wulandari	Konsumen Toko Fistyle

C. Teknik Penelusuran Bahan Hukum

Teknik penelusuran bahan hukum yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan

Bahan hukum yang digunakan peneliti dalam mendapatkan bahan hukum adalah:

- a. Perpustakaan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- b. Koleksi Pribadi

2. Internet

Penulis mendapatkan bahan hukum lainnya melalui website internet termasuk situs-situs resmi seperti, Digilib UIN KHAS Jember, E-book dan e-journal yang relevan dengan permasalahan penelitian.

3. Pendekatan kasus

Penulis mendapatkan bahan hukum mengenai kasus permasalahan dengan melakukan beberapa hal diantaranya:

a. Observasi

Observasi adalah cara yang dilakukan peneliti untuk menguji hipotesis sebuah penelitian yakni dengan cara mengumpulkan data melalui pengamatan yang dilakukan oleh peneliti.⁶⁷ Peneliti melakukan observasi partisipan, dimana peneliti mengamati toko *Fistyle* dan *Biu.costore* sebagai pelaku usaha, kemudian melakukan pengamatan kepada konsumen dengan melihat ulasan-ulasan dan tanggapan, dan mengamati pangsa pasar.

b. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan antara dua orang atau lebih di mana informasi dan ide dipertukarkan dan makna diciptakan

⁶⁷ Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2005), 192.

tentang topik tertentu melalui pertanyaan dan jawaban.⁶⁸ Teknik ini menggunakan tanya jawab tentang subjek penelitian guna mendapatkan informasi yang diperlukan. Peneliti menggunakan format wawancara terencana dalam mewawancarai subjek penelitian yakni toko Fstyle dan Bui.costore serta beberapa narasumber pendukung lainnya, seperti penjual bababo, konsumen dan penjahit.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara mendapatkan informasi dan data dari sumber tertulis atau dokumen berupa peraturan, buku, bukti faktur, majalah, notulensi rapat, catatan harian, dan lain-lain.⁶⁹ Data yang digunakan dapat berupa foto, gambar, makalah, atau dokumen penting lainnya yang dapat menunjang proses penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa kitab fiqih muamalah, syarat dan ketentuan standar shopee, promosi toko shopee, screenshot, majalah, artikel, dan berbagai informasi yang berkaitan dengan penelitian ini.

D. Keabsahan Data

Uji pada keabsahan data dalam sebuah penelitian, selalu hanya ditekankan pada uji reabilitas dan validitas.⁷⁰ Uji keabsahan data dalam

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), cet.19, 231

⁶⁹ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2000), 102.

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), cet.19, 267.

penelitian ini menggunakan triangulasi. William Wiersma mengungkapkan bahwa Triangulasi pada pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan beragam cara dan beragam waktu. Dalam keabsahan data ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan prosedur yang sama. Triangulasi sumber yaitu untuk menguji kredibilitas data yang dilakukancaranya dengan mengecek data yang sudah didapatkan dan beberapa sumber yang nantinya data-data tersebut dideskripsikan, dikategorikan, dimana spesifik dari tiga sumber yang ada.⁷¹

Data yang sudah dianalisis peneliti hingga menghasilkan kesimpulan, yang kemudian dimintakan kesepakatan dengan tiga sumber data yang ada.

2. Triangulasi Teknik

Teknik triangulasi untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data pada sumber yang sama dengan menggunakan teknik yang berbeda. Apabila dengan pengujian tiga teknik menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti harus melakukan diskusi lebih lanjut pada sumber data yang bersangkutan atau memastikan data mana yang dianggap benar, atau bisa saja

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), cet.19, 274.

semuanya benar. Peneliti menggunakan pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama,



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Perspektif Hukum Persaingan Usaha Terhadap Praktek *Predatory Pricing* yang Dilakukan Toko Fistyle dan Biu,costore dalam Jual Beli Produk Impor Di *E-Commerce*

Hukum persaingan usaha adalah seperangkat aturan hukum yang mengatur perilaku bisnis dan hubungan antara pelaku usaha yang satu dengan pelaku usaha lainnya sehingga dapat memastikan adanya persaingan yang sehat dan adil di pasar. Tujuannya adalah untuk mencegah praktik-praktik seperti monopoli, oligopoli, dan tindakan lain yang merugikan konsumen serta merusak persaingan yang sehat di antara pelaku usaha. Hukum tersebut umumnya melarang tindakan seperti pembentukan kartel, penyalahgunaan posisi dominan, diskriminasi, dan mendorong transparansi, keadilan, dan efisiensi dalam pasar.

1. Gambaran Objek Toko Fistyle dan Biu.costore

Penelitian ini mengacu kepada toko yang menjual produk impor dipasarkan di *platform e-commerce* dengan harga jual sangat rendah atau dikenal sebagai *Predatory Pricing*. Toko tersebut diantara:

A. Toko Fistyle.id

Fistyle.id adalah toko yang menjual pakaian (merk) yakni berupa atasan rajut, knitwear atau cardigan dengan bahan kualitas

mulai dari yang biasa sampai dengan yang premium. Dulunya toko ini memasarkan dan menjual produknya melalui Tiga *platform e-commerce* diantaranya di Instagram, Shopee, dan di Tiktok shop. Penjualan secara *online* tersebut dilakukan sejak 2021, kemudian setelah berjalan 1 tahun barulah mereka membuka toko *offline* yang beralamatkan Jl. Singasari, Bendogerit, Blitar, Jawa Timur.

Dalam akun Instragamnya, toko ini mempunyai 27,9 Ribu pengikut dan 278 postingan mengenai produk usahanya. Adapun cara pemesanan di Instagram dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Login ke akun Instagram anda.
- b. cari akun toko di logo pencarian dibawah tab menu Instagram dengan mengetik “fistyle_id”.
- c. Pilih produk atau barang yang ingin dibeli:
 - 1) Apabila barang tersebut berada di postingan, maka “Screenshot” kemudian kirim pesan ke akun Instagram atau bisa langsung kirim di nomor WhatsApp sudah tertera di akun Instagram.
 - 2) Barang yang ada di story atau sorotan, maka caranya juga sama seperti yang ada di postingan yakni dengan “Screenshot” dan kirim.

- 3) Bisa juga order barang yang ada di link yang sudah tertera dalam akun Instagram. Kemudian kirim pesan di akun Instagram atau bisa lewat Whatsapp dengan isi pesan order paket yang diinginkan.

Isi link tersebut adalah tampilan pilihan paket usaha yang bisa dipilih, diantaranya:

- a) PU Murmer 159k isi 10pcs
 - b) PU Cardigan hemat 149k isi 5 pcs
 - c) PU Crop premium 219k isi 5 pcs
 - d) PU Crop pemula 179k isi 5 pcs
 - e) PU Korean premium 239k isi 5 pcs
 - f) PU Murce 299k isi 10 pcs
 - g) Miniball 589k isi 20 pcs
- d. Setelah fix pemesanan, konsumen melakukan pembayaran melalui transfer sesuai harga yang disepakati.
 - e. Penjual akan memproses pemesanan dan mengirimnya menggunakan JNT/JNE ke alamat tujuan.

Adapun di akun Shopee, toko ini memiliki 2,4 Ribu pengikut dan 16 produk dengan rata-rata penilaian 4,7/5. Toko ini sudah memasarkan produknya di Shopee selama 2 tahun tehitung dari tahun 2022. Selain mempromosikan produknya melalui postingan di toko shopeenya, toko ini juga melakukan Live shopping di akun shopeenya. Sesi live Pertama dilakukan pada

pukul 11.00-13.00 WIB, sesi live Kedua dilakukan pukul 15.00-17.00 WIB, dan sesi live Ketiga dilakukan pada pukul 19.00-21.00.

Cara pemesanan produk fistyle di shopee dapat dilakukan sebagai berikut:

- a. Login di akun shopee yang sudah ada.
- b. cari akun toko di logo pencarian diatas menu Shopee dengan mengetik “fistyle_id”.
- c. Setelah mendapatkan, terdapat beberapa tahapan:

- 1) Checkout langsung

Cari barang atau produk yang diinginkan di katalog toko - klik “beli sekarang”- lengkapi alamat tujuan - pilih opsi pengiriman (Reguler/Hemat atau bisa ambil sendiri di tempat penyortiran) – jangan lupa gunakan voucher dan koin shopee jika tersedia – klik “metode pembayaran” dan pilih sesuai yang diinginkan (Kartu kredit, Cash on Delivery (COD), Transfer Bank, atau Shopeepay) – lalu klik “buat pesanan”

- 2) Checkout sejumlah produk dalam keranjang

Cari barang atau produk yang diinginkan di katalog toko (Jika barangnya yang dipesan lebih dari 2 di katalog yang berbeda, maka klik “masukkan

keranjang”) – setelah sudah dimasukkan semua klik “buka keranjang” dan pilih produk yang akan dibeli - lengkapi alamat tujuan - pilih opsi pengiriman (Reguler/Hemat atau bisa ambil sendiri di tempat penyortiran) – jangan lupa gunakan voucher dan koin shopee jika tersedia – klik “metode pembayaran” dan pilih sesuai yang diinginkan (Kartu kredit, Cash on Delivery (COD), Transfer Bank, atau Shopeepay) – lalu klik “buat pesanan”.

3) Checkout di live shopee

Gabung di live shopee yang diadakan di toko tersebut – jika ada produk yang ingin dibeli maka “Screenshot” barang tersebut kemudian chat admin toko di shopee – tunggu mendapatkan kode CO live dari admin toko – jika sudah maka langsung checkout seperti arahan diatas.

- d. Setelah fix pemesanan, penjual akan memproses pesanan dan akan mengirimkannya melalui jasa pengiriman yang ada.

Sementara di akun Tiktoknya, toko ini mempunyai 3 akun untuk memasarkan produknya, akun yang pertama dan merupakan akun khusus postingan PU yakni `Fistyle_id` dengan jumlah pengikut 15,1 Ribu, akun kedua merupakan akun live dengan user

Fistyle_id01 dengan jumlah pengikut 21,7 Ribu, dan akun Fistyle_id02 yang merupakan akun live juga dengan jumlah pengikut 11,8 Ribu.

Cara pemesanan produk fistyle di Tiktok Shop lewat Tokopedia dapat dilakukan sebagai berikut:

- a. Login di akun Tiktok yang sudah ada.
- b. Pada bagian bawah tab menu klik ikon keranjang belanja.
- c. Halaman Tiktok Shop akan terbuka dengan tampilan Tokopedia. Cari barang atau toko yang diinginkan dengan cari akun toko di logo pencarian dibawah tab menu Titok Shop dengan menetik "fistyle_id".
- d. Kemudian checkout barang seperti yang dilakukan di Shopee.
- e. Setelah fix pemesanan, penjual akan memproses pesanan dan akan mengirimkannya melalui jasa pengiriman yang ada.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Problematika yang terjadi di toko Fistyle dalam penelitian ini adalah toko ini menjual produk impornya dengan harga yang Sangat murah dibanding dengan pesaing yang lain.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi, bahwa toko Fistyle memilih untuk berdagang di E-commerce karena popularitasnya di kalangan masyarakat, yang membuat mereka dapat menjangkau lebih banyak pembeli dengan menggunakan platform tersebut.

Toko ini menjual produk fashion pakaiannya dengan harga yang cukup murah. Kemudian ketika merujuk pada pemaparan oleh penjual, maka dapat dilihat bahwa penerapan penjualan mereka dengan menjualnya dengan harga yang cukup rendah dapat dikatakan sebagai indikasi awal praktek Predatory Pricing. Dimana produk yang ditawarkan kepada seller dan konsumen dibandrol dengan harga yang tidak sewajarnya di pasaran.

Dalam wawancara tersebut kak Ola menjelaskan bahwa Bahwasannya toko Fistyle merupakan toko pakaian impor yang berasal dari korea dan China dan dipasarkan secara offline maupun online. Mengenai penentuan harga produk yang bisa terbilang murah, mereka beralasan karena owner dari toko Fistyle mengambil dari *supplier* pertama di korea atau China, dan mereka juga mengambil atau *menyupply* barangnya dengan memesan banyak barang sehingga dapat lebih murah dan menghemat biaya pengiriman. Selain itu, ternyata barang yang diambil sebagian besar adalah pakaian bekas sehingga harganya terbilang murah namun masih layak dan masih bagus untuk diperjualbelikan.

Peneliti juga menemukan dalam postingan toko bahwa pakaian bekas dijual dengan harga kisaran 15 Ribu dan untuk pakaian yang baru dan premium dijual dengan harga diatas 50 Ribu keatas. Bahkan terdapat pula baju yang dijual dengan harga 2 Ribu

Rupiah per item. Hal ini dikarenakan terdapat event cuci gudang sehingga harga yang diberikan lebih rendah dari yang biasanya.

Berdasarkan hasil wawancara, bahwa toko Fistyle merupakan toko yang menjual baju impor bekas. Biasanya toko ini menjual produknya berupa satuan atau terdapat juga paket murah yang dibandrol 150 Ribuan isi 10 item, paket Cardigan yang dibandrol dengan harga Seratus Ribuan isi 5 item, paket Crop premium dengan harga 200 Ribuan isi 5 item, paket Crop Pemula dengan harga Seratus Ribuan isi 5 item, dan untuk yang Korean premium 200 Ribuan isi 5 item. Hal ini dapat dikatakan murah karena dengan uang 150 Ribu seseorang dapat mendapatkan 10 item baju. Dalam artian Satu baju harganya Rp 15.000. Bahkan toko Fistyle juga seringkali mengadakan promo cuci gudang besar-besaran, dimana mereka menjual produknya hanya Rp 2000 Rupiah saja. Meskipun barang yang dijual merupakan barang sirtiran tapi tetap saja hal ini dapat menarik semua pelanggan dan dapat mengakibatkan kerugian bagi pesaing yang lain.

Menurut Ola, admin toko Fistyle penetapan harga produk yang dijual murah di tokonya masih kompetitif. Masih terdapat pula toko-toko yang menjual produk yang sama dengan harga yang tidak beda jauh juga.

Selanjutnya peneliti mencoba melakukan wawancara kepada pelaku usaha yang menjual pakaian bekas milik bapak Bowo, BABEBO Tegal Besar Jember, Bapak Herul BABEBO Mangli dan Ibu Yanti BABEBO Mangli dengan maksud untuk dijadikan sebagai responden pembanding dengan toko Fistyle.

Hasil daftar harga pasaran pakaian babebo Jember tahun 2024 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Daftar harga pasaran pakaian babebo jember

No	Uraian	Harga Satuan	Harga/Lusin
1.	Babebo Tegalbesar pak Bowo	Rp 25.000	Rp 250.000/Lusin
2.	Babebo Mangli pak Herul	Rp 30.000	Rp 230.000/Lusin
3.	Babebo Mangli bu Yanti	Rp 18.000	Rp 200.000/Lusin

Dari kesimpulan data dan wawancara yang dilakukan mengenai jual murah yang dilakukan toko Fistyle diatas adalah harga yang ditetapkan oleh toko fistyle lebih murah daripada beberapa toko babebo yang peneliti temui, akan tetapi dari sebagian besar toko babebo berpendapat bahwa harga produk yang dijual di toko Fistyle merupakan hal yang lumrah untuk dilakukan, mengingat barang yang dijual adalah barang bekas. Sekalipun harga yang terlalu murah dapat dibilang sebagai

marketing yang sehat karena memang kebanyakan penjual juga menetapkan harga demikian.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada penjahit asal Jember, Bapak Choirullah. Menurutnya, ia merasa kecewa terhadap masyarakat yang sekarang ini sering belanja di *online Shop*, namun hal ini juga dirasakan oleh bapak Bowo. Dalam ungkapan bapak Bowo, beliau juga kesal dengan pembeli yang selalu minta harga yang murah dengan alasan di online saja harganya murah. Sehingga mau tidak mau bapak Bowo menurunkan harga dan menyebabkan laba yang diperoleh sedikit dan pas-pasan.

Akan tetapi, dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 40 Tahun 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2021 tentang Barang Dilarang Ekspor dan Barang Dilarang Impor menyatakan bahwa pakaian bekas merupakan barang yang dilarang impor.

Dengan demikian jual beli baju bekas impor sejatinya dilarang karena dianggap membahayakan para pengguna, sehingga hal ini tidak bisa dikatakan sebagai praktik *Predatory Pricing*.

B. Toko Biu.costore

Biu.costore merupakan toko distributor pakaian yang menjual pakaian impor dari Korea maupun local, mulai dari baju, blouse, kaos, jaket, tas, rok bahkan celana. Alamat toko ini adalah Jl. Bukit Cimangu City Raya No.21, RT.06/RW.09, Cibadak, Kecamatan Tanah Sereal, Bogor, Jawa Barat. Toko ini buka setiap hari mulai pukul 08.00 – 19.00 WIB. Toko ini berdiri sejak Tahun 2023. Selain menjual produknya secara langsung di tokonya, toko ini juga memasarkan dan menjualnya di Instagram dan Shopee.

Dalam akun Instragamnya, toko ini mempunyai 336 Ribu pengikut dengan 979 postingan mengenai produk usahanya. Untuk penjualan di Instagram sendiri, toko ini hanya menjualnya lewat Live Streaming Instagram.

Adapun cara pemesanan di Instagram dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Login ke akun Instagram anda.
- b. Cari akun toko di logo pencarian dibawah tab menu Instagram dengan mengetik “biu.costore”.
- c. Gabung live Streaming yang diadakan oleh toko.
- d. Jika ada barang yang diinginkan Screenshot dan kirim ke admin yang tertera dalam bio Instagram.

- e. Setelah fix pemesanan, konsumen melakukan pembayaran melalui transfer di rekening yang disepakati.
- f. Penjual akan memproses pemesanan dan mengirimnya menggunakan JNT/JNE ke alamat tujuan.

Sementara di akun Shopee, toko ini memiliki pengikut sebanyak 9,5 Ribu dan mempunyai 51 produk yang dipasarkan di Shopee dengan rata-rata penilaian 4,6/5. Toko ini mulai memasarkan produknya di Shopee sejak tahun 2023.

Adapun cara pemesanan produk fistyle di shopee dapat dilakukan sebagai berikut:

- a. Login di akun shopee yang sudah ada.
- b. cari akun toko di logo pencarian diatas menu Shopee dengan mengetik "BIU.CO".
- c. Setelah mendapatkan barang yang diinginkan, terdapat beberapa pilihan:
 - 1) *Checkout* langsung.
 - 2) Pilih beberapa barang

Jika ingin memesan lebih dari satu barang maka barang yang diinginkan masukkan ke keranjang dan pilih barang lagi kemudian *Checkout*.

- 3) Lengkapi alamat tujuan
- 4) Pilih opsi pengiriman (Reguler/Hemat atau bisa ambil sendiri di tempat penyortiran) - jangan lupa gunakan

voucher dan koin shopee jika tersedia – klik “metode pembayaran” dan pilih sesuai yang diinginkan (Kartu kredit, Cash on Delivery (COD), Transfer Bank, atau Shopeepay) – lalu klik “buat pesanan”.

- 5) Setelah fix pemesanan, penjual akan memproses pesanan dan akan mengirimkannya melalui jasa pengiriman yang ada.

Problematika yang terjadi di toko Biu.costore dalam penelitian ini adalah toko ini menjual produk impornya dengan harga yang Sangat murah dibanding dengan pesaing yang lain.

Selanjutnya pada toko Biu.costore yang merupakan toko distributor pakaian premium dan bermerk, toko ini juga menjual produknya dengan harga yang cukup rendah. Produk yang dijual di toko ini paling murah sebesar Rp 30.000 dan paling mahal kisaran Dua Ratusan. Peneliti juga menemukan bahwa tas ini juga menjual tas diesel impor yang hanya dijual dengan harga Rp 225.000, padahal tas diesel sebagai salah satu brand fashion premium asal Italia dibandrol dengan harga yang mahal yakni Jutaan Rupiah.

Selain itu, dalam promosi video yang dibagikan akun toko ini, pemilik atau owner toko ini juga sering memberikan diskon kepada konsumen yang belanja langsung di tokonya. Tak tanggung-tanggung, selain memberikan diskon owner juga

seringkali memberikan *gift* atau hadiah gratis biasanya berupa kacamata atau aksesoris lainnya. Toko *biu.costore* setiap harinya ramai pengunjung. Mereka sangat kewalahan saking banyaknya konsumen yang ingin memesan produk mereka. Banyak pelanggan konsumen yang mau berbelanja dan memborong produk di toko *biu.store*, tentu saja membuat pesaing yang lain sepi. Hal ini diakibatkan oleh ramainya toko *biu.store* karena menjual pakaian dan aksesoris impor dengan harga yang sangat murah. Dalam penelitian terhadap toko *Biu*, Peneliti mengutip ulasan produk dari akun *@tamicastore*:

“Bagus banget, selalu langganan di *BIU*. Adminnya ramah. Aku gak pernah nyesel order disini bajunya bagus semuaaaa. I have pin B for *BIU*”.⁷² tulis komentarnya.

Selanjutnya ulasan dari akun *@garneta1612*: “*Bagussssss, lucu banget*”.⁷³

Dalam ulasan di akun toko *Biu.costore* tersebut kebanyakan merupakan ulasan yang berisi tentang pujian atau review baik. Peneliti pun belum menemukan adanya ulasan yang menyatakan kualitas produk toko yang jelek. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun toko *Biu.costore* memasarkan dan menjual produknya dengan harga yang cukup murah, namun

⁷² Tami, Ulasan Shopee 23 April 2024, Diakses pada 06 Mei 2024.

⁷³ Garneta, Ulasan Shopee 23 April 2024, Diakses pada 06 Mei 2024.

kualitas yang diberikan tidak sembarang. Produk *fashion* yang dijual merupakan barang premium impor dari luar negeri.

Berdasarkan observasi peneliti dalam unggahan toko *biu.store*, seringkali pelanggan konsumen memborong pakaian dan aksesoris yang dijual oleh toko ini. Mereka sangat kevalahan saking banyaknya konsumen yang ingin memesan produk mereka. Dengan demikian peneliti beranggapan bahwa dengan menjual produk impor murah, banyak pelanggan konsumen yang mau berbelanja dan memborong produk di toko *biu.store*, tentu saja membuat pesaing yang lain sepi. Hal ini diakibatkan oleh ramainya toko *biu.store* karena menjual pakaian dan aksesoris impor dengan harga yang sangat murah.

2. Praktek *Predatory Pricing* Terhadap Produk Impor di *E-Commerce* Menurut Hukum Persaingan Usaha

Di Indonesia, hukum persaingan usaha diatur oleh UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-undang ini mencakup perjanjian dan kegiatan yang dilarang, serta berbagai bentuk penyalahgunaan posisi dominan oleh pelaku usaha. Namun kali ini peneliti membahas mengenai *Predatory Pricing* yang merupakan bentuk dari kegiatan yang dilarang.

Praktik *Predatory Pricing* dapat juga dilakukan oleh produsen yang melakukan ekspor dengan menjual barang ke negara tertentu

dengan harga yang jauh lebih rendah dibandingkan harga di negara asal atau negara lain. Fenomena serupa juga diduga terjadi pada *platform E-Commerce* di Indonesia, di mana produk impor dijual dengan harga lebih rendah daripada produk lokal, yang menjadi indikasi adanya praktik *Predatory Pricing*.

Pengaturan hukum yang melarang praktek *Predatory Pricing* termuat dalam pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, bahwa:

“Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual beli atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.⁷⁴

Isi dari Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 tersebut dapat diuraikan kedalam beberapa unsur sebagai berikut:⁷⁵

1) Unsur Pelaku Usaha

Pelaku usaha sebagaimana didefinisikan dalam Pasal 1 angka 5, mencakup individu atau entitas bisnis, baik itu berbentuk badan hukum atau non-hukum, yang beroperasi atau melakukan kegiatan di wilayah hukum negara Republik Indonesia dalam ranah ekonomi, baik secara independen maupun dalam kemitraan melalui perjanjian.

⁷⁴ Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

⁷⁵ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 Tentang Jual Rugi (Predatory Pricing)*, 2009, Bab IV.

2) Unsur Pemasok

Pengertian memasok sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 15 adalah menyediakan barang atau jasa untuk keperluan kegiatan jual beli, sewa menyewa, sewa beli, dan sewa guna (*leasing*).

3) Unsur Barang

Dalam Pasal 1 angka 16, barang merujuk pada segala jenis benda, baik yang memiliki fisik maupun tidak, dapat bergerak atau tidak, yang dapat diperdagangkan, digunakan oleh konsumen atau pelaku usaha.

4) Unsur Jasa

Pengertian jasa sesuai dengan Pasal 1 angka 17, mengacu pada layanan dalam bentuk pekerjaan atau prestasi yang ditawarkan dalam masyarakat untuk digunakan oleh konsumen atau pelaku usaha.

5) Unsur Jual Rugi

Jual rugi merujuk pada harga jual yang ditetapkan oleh pelaku usaha di bawah biaya, seperti yang dijelaskan dalam Pedoman ini.

6) Unsur Harga yang sangat rendah

Harga yang rendah adalah harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha tanpa alasan yang masuk akal.

7) Unsur Dengan Maksud

Dalam konteks ini, “dengan maksud” memiliki arti bahwa kegiatan tersebut dilakukan dengan suatu keinginan atau tujuan" merujuk pada motif di balik suatu tindakan atau kegiatan.

8) Unsur Menyingkirkan atau Mematikan

Menyingkirkan atau mematikan merujuk pada tindakan mengeluarkan atau menonaktifkan pesaing pelaku usaha dari pasar tertentu atau menyebabkan mereka berhenti beroperasi.

9) Unsur Usaha Pesaing

Usaha pesaing adalah usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha lain di pasar yang sama.

10) Unsur Pasar

Pasar, sesuai dengan Pasal 1 angka 9, adalah lembaga ekonomi di mana pembeli dan penjual dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan/atau jasa.

11) Unsur Pasar Bersangkutan

Pasar bersangkutan merujuk pada pasar yang terkait dengan wilayah atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha untuk barang dan/atau jasa yang serupa atau sejenis.

12) Unsur Praktek Monopoli

Praktek monopoli, seperti yang dijelaskan dalam Pasal 1 angka 2, adalah situasi di mana satu atau lebih pelaku usaha

menguasai produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa tertentu sehingga merugikan persaingan usaha dan kepentingan umum.

13) Unsur Persaingan Usaha Tidak Sehat

Persaingan usaha tidak sehat, sesuai dengan Pasal 1 angka 6, merujuk pada persaingan antara pelaku usaha yang dilakukan dengan cara tidak jujur, melanggar hukum, atau menghambat persaingan usaha.

Suatu tindakan dapat dianggap sebagai praktik *Predatory Pricing* jika tindakan tersebut memenuhi secara bersamaan unsur-unsur yang tercantum dalam Pasal 20 tersebut. Secara umum, ciri-ciri *Predatory Pricing* adalah ketika tindakan tersebut bertujuan untuk menetapkan harga jual rugi sebagai penghalang masuk dengan maksud untuk menghancurkan atau mengeluarkan pesaing pelaku usaha di pasar yang sama. Kemudian, di masa mendatang setelah pesaing pelaku usaha tersebut dikeluarkan, pelaku usaha tersebut akan menetapkan harga yang lebih tinggi atau harga monopoli untuk mengkompensasi kerugian sebelumnya.

Selain Pasal 20, larangan penetapan harga juga diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yang melarang penetapan harga di bawah harga pasar. Namun, implementasi Kedua pasal tersebut akan berbeda oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) tergantung pada bukti yang ada dalam setiap kasus. Pasal 7

memerlukan adanya perjanjian antara pelaku usaha dan pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, sementara Pasal 20 tidak mensyaratkan adanya persetujuan tertulis untuk menerapkan larangan tersebut.

3. Pembuktian Praktik *Predatory Pricing* Berdasarkan UU UU. 5 Tahun 1999

Dalam prakteknya, jual rugi tidak bisa secara langsung dapat disimpulkan sebagai tindakan praktik *Predatory Pricing*. *Predatory Pricing* merupakan praktek yang dilarang oleh hukum persaingan usaha. Larangan terhadap *Predatory Pricing* didasarkan pada prinsip *rule of reason*, yang berarti bahwa pengadilan akan menilai berbagai faktor kompetitif dan menentukan apakah praktek tersebut akan menghambat perdagangan atau tidak. Pengadilan akan mempertimbangkan apakah tindakan tersebut bersifat campur tangan, mempengaruhi, atau menghambat proses persaingan dalam perdagangan.

Predatory pricing dan jual rugi adalah dua istilah yang berbeda dalam persaingan usaha. Pada dasarnya praktek *Predatory Pricing* dimaksudkan pada 5 (lima) tujuan utama, yaitu:⁷⁶

- 1) Menyingkirkan pesaing di pasar yang sama,
- 2) Membatasi pesaing dengan menerapkan harga jual rugi sebagai penghalang masuk,

⁷⁶ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 Tentang Jual Rugi (Predatory Pricing)*, 2009, Bab IV.

- 3) Mendapatkan keuntungan besar di masa depan,
- 4) Mengurangi kerugian yang terjadi sebelumnya, atau
- 5) Menetapkan harga promosi untuk memperkenalkan produk baru sebagai strategi pemasaran.

Sesuai dengan tujuan pelaku usaha yang disebutkan di atas, perilaku yang dilarang dalam Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 adalah memasok barang atau jasa dengan cara jual rugi sesuai dengan tujuan tersebut, dengan maksud menyingkirkan atau mematikan usaha pesaing di pasar terkait. Tindakan ini dapat menyebabkan praktek monopoli atau persaingan usaha yang tidak sehat.⁷⁷

Predatory pricing biasanya memiliki setidaknya tiga tujuan pertama yang disebutkan di atas. Tujuan keempat biasanya dilakukan oleh pelaku usaha dalam “cuci gudang” untuk mengurangi kerugian lebih besar jika persediaan barang tidak terjual atau untuk menghabiskan barang yang sudah kedaluwarsa atau mendekati masa kedaluwarsa. Tujuan kelima biasanya adalah untuk memperkenalkan produk atau jasa baru guna menarik perhatian konsumen dengan promosi yang menarik.

Dalam indikasi awal berdasarkan 5 tujuan di atas berdasarkan hasil wawancara bahwa toko Fstyle tidak memenuhi tujuan poin nomor 1 dan 2. Toko Fstyle dalam wawancara menyatakan bahwa alasan menetapkan harga yang sangat murah adalah karena untuk

⁷⁷ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, “Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 Tentang Jual Rugi (*Predatory Pricing*), 2009, Bab IV.

menarik pelanggan agar belanja di tokonya, dengan kata lain harga yang ditetapkan tersebut sebagai teknik marketing. Selain itu, toko Fstyle sendiri sering mengadakan *event* cuci gudang dengan menjual produknya seharga Rp 2.000, hal ini dilakukan guna mengurangi kerugian yakni menjual baju-baju yang tidak laku di gudang dengan harga murah supaya stonya habis. Dan dengan adanya teknik pemasaran seperti itu, banyak pelanggan yang tertarik dan berbelanja di toko tersebut sehingga di kemudian hari toko Fstyle terjamin keuntungannya.

Sedangkan untuk toko Biu.costore, dalam pengamatan peneliti bahwa toko ini masih baru didirikan, sehingga meskipun harga yang ditetapkan sangat murah kemungkinan besar ini merupakan Strategi pemasaran sehingga toko ini belum bisa dikatakan sebagai *Predatory Pricing*.

Untuk pelaksanaannya, Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 ini memerlukan keberadaan lembaga pengawas yang bersifat independen dan bebas dari campur tangan pihak mana pun, termasuk pemerintah. Oleh karena itu, dibentuklah KPPU (Lembaga Pengawas Persaingan Usaha).

Tujuan dan tugas KPPU sebagai lembaga pengawas antimonopoli diatur dalam Keputusan Presiden No. 75 Tahun 1999. Lembaga ini bertujuan mengawasi pelaksanaan Undang-Undang No.

5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Adapun tugas-tugasnya sebagai berikut.⁷⁸

- a) Menilai perjanjian yang berpotensi menyebabkan praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam pasal 4 hingga 16 Undang-Undang anti monopoli.
- b) Menilai kegiatan usaha yang berpotensi menyebabkan praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam pasal 17 hingga 24 Undang-Undang anti monopoli.
- c) Menilai apakah ada penyalahgunaan posisi dominan yang berpotensi menyebabkan praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam pasal 25 hingga 28 Undang-Undang anti monopoli.
- d) Memberikan saran dan masukan terhadap kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.
- e) Menyusun pedoman dan/atau publikasi yang berkaitan dengan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang antimonopoli.
- f) Melaporkan secara berkala hasil kerja KPPU kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.

Dalam konteks dugaan pelanggaran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, KPPU menggunakan Dua pendekatan untuk menilai

⁷⁸ Keputusan Presiden No.75 Tahun 1999.

apakah terjadi pelanggaran oleh pelaku usaha. Pendekatan tersebut adalah:

1) Pendekatan *per se illegal*

Pendekatan *per se illegal* merupakan pendekatan positivistic yang menentukan sebuah tindakan dianggap melanggar undang-undang jika bertentangan dengan peraturan hukum yang berlaku.⁷⁹ Dalam pendekatan *per-se illegal*, *Predatory Pricing* akan dianggap sebagai pelanggaran hukum tanpa perlu membuktikan efek negatifnya secara rinci. Fokus utama adalah pada bentuk atau karakteristik dari tindakan tersebut. Jika suatu tindakan dianggap sebagai *Predatory Pricing* berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, maka tindakan tersebut otomatis dianggap melanggar hukum. Kelebihan dari pendekatan ini adalah kemudahan dalam proses administratif karena tidak memerlukan penyelidikan yang mendalam atau analisis efek spesifik dari tindakan tersebut. Namun, kelemahannya adalah kurangnya fleksibilitas dan kemungkinan menghukum tindakan yang mungkin tidak benar-benar merugikan persaingan.

2) Pendekatan *rule of reason*

Pendekatan *rule of reason* memungkinkan pengadilan untuk menginterpretasikan undang-undang. Keunggulan *rule of reason* adalah penggunaan analisis ekonomi untuk mencapai efisiensi

⁷⁹ Jemarut, W, *Pendekatan Rule Of Reason Dan Per Se Illegal Dalam Perkara Persaingan Usaha*. (Jurnal: Widya Yuridika, 2020), 3(2), 377. <https://doi.org/10.31328/wy.v3i2.1688>.

guna mengetahui dengan pasti apakah suatu tindakan pelaku usaha memiliki implikasi terhadap persaingan. Dengan kata lain, apakah suatu tindakan dianggap menghambat atau mendorong persaingan.⁸⁰

Dalam pendekatan *rule of reason*, *Predatory Pricing* dievaluasi berdasarkan dampak aktualnya terhadap persaingan pasar. Pendekatan ini memerlukan analisis menyeluruh untuk menentukan apakah tindakan tersebut benar-benar merugikan pesaing dan/atau konsumen. Pengadilan akan mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk struktur pasar, perilaku pelaku usaha, dan efek jangka panjang dari tindakan tersebut terhadap persaingan. Pendekatan ini memungkinkan interpretasi yang lebih menyeluruh dan adil, namun memerlukan proses penyelidikan yang lebih kompleks dan memakan waktu serta biaya yang lebih besar.

Adapun dalam pelaksanaan penyelidikan bagi pelaku usaha yang diduga melakukan praktek *Predatory Pricing* yang dilakukan oleh KPPU, investigasi akan dimulai segera setelah KPPU mendapat laporan tentang dugaan praktik *Predatory Pricing*. Rentang waktu investigasi akan dimulai pada saat pelaku usaha yang dilaporkan melakukan dugaan praktek *predatory pricing* hingga saat pelapor melaporkan kecurigaannya terhadap praktik tersebut.

⁸⁰ Devi Meyliana, *Hukum Persaingan Usaha: Studi Konsep Pembuktian Terhadap Perjanjian Penetapan Harga dalam Persaingan Usaha*, (Malang: Setara Press, 2013),16-17.

Dalam menanggapi praktek jual rugi oleh produk impor di *platform e-commerce*, langkah awal yang diambil oleh KPPU adalah memberitahukan kepada publik bahwa mereka akan melakukan penyelidikan terkait masalah tersebut. Ketua KPPU, Kodrat Wibowo, menjelaskan bahwa dalam proses penanganan kasus, KPPU telah berkomunikasi dengan Kementerian Perdagangan dan Kemenkop UMKM. Dalam diskusi tersebut, disampaikan bahwa jika KPPU diminta untuk menangani kasus tersebut, mereka akan meminta kepada Kemenkop UMKM untuk menyediakan informasi mengenai UMKM yang merasa dirugikan akibat praktek jual rugi tersebut. Selain itu, KPPU juga akan meminta data atau informasi dari Kementerian Perdagangan mengenai perubahan harga yang terjadi.⁸¹ Dengan demikian, masyarakat yang merasa dirugikan oleh praktek tersebut dapat melaporkannya baik kepada Kemenkop UMKM maupun langsung kepada KPPU.

Berdasarkan hasil observasi peneliti dengan *horizontal comparison* pada produk pakaian dan fashion di *E-commerce*, peneliti menemukan beberapa toko yang terdapat bukti-bukti pendahuluan melakukan praktek *Predatory Pricing*. Produk pakaian dan Fashion impor yang dijual di toko ditawarkan dengan harga yang cukup rendah oleh penjual.

⁸¹ Emir Yanwardhana, (24 Maret 2021), *Ada Sinyal E-Commerce 'Bunuh' UMKM, KPPU Komentar Begini, Ada Sinyal E-Commerce 'Bunuh' UMKM, KPPU Komentar Begini* (cnbcindonesia.com), Diakses pada 02 Mei 2024.

Sebelum melakukan penyelidikan, KPPU melakukan tahap pengujian untuk memastikan apakah pelaku usaha tersebut melakukan praktek *Predatory Pricing*. Pengujian tersebut dilakukan melalui Tiga tahapan yaitu:⁸²

1) Tahap pertama (mengkaji adanya *Unreasonably Low Price*)

Dalam kaitannya dengan praktik jual rugi atau penetapan harga yang sangat rendah, diperlukan pendekatan yang masuk akal untuk menilai kewajaran (*reasonable*) dari penetapan harga oleh pelaku usaha. Pendekatan tersebut mencakup perlunya:

- a. Analisis kemampuan pelaku usaha untuk menutupi kerugian dalam jangka waktu yang cukup panjang

Pelaku usaha yang melakukan kegiatan jual rugi atau *Predatory Pricing* biasanya mempertimbangkan kemampuan usahanya untuk menutupi kerugian dari praktik tersebut.

Dalam hal ini, peneliti merujuk pada jangka waktu berdirinya toko sebagai indikasi kemampuan pelaku usaha untuk menutupi kerugian dalam periode yang lama.

Dalam penjelasan yang dirangkum dari penyajian data dan analisis, toko Fstyle bergabung di Shopee pada tahun 2021 dan mulai mempunyai toko sendiri di Blitar pada tahun 2022. Sedangkan toko Biu.costore tergolong toko baru karena didirikan Satu tahun yang lalu terhitung sejak tahun 2023.

⁸² Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 Tentang Jual Rugi (Predatory Pricing)*, 2009, Bab IV.

Kedua toko ini sama-sama memiliki Dua bentuk toko, yaitu toko *offline* dan *online*. Meskipun toko Fistyle mempunyai Dua bentuk toko dan didukung oleh pendirian toko yang cukup lama sehingga memiliki kemampuan untuk menutupi kerugian dalam jangka waktu yang cukup lama, tapi toko ini *notabene*-nya merupakan toko pakaian *Thrift* yang sejatinya wajar saja apabila dijual dengan harga yang murah. Meskipun dari beberapa perbandingan harga di toko Fistyle lebih murah daripada yang lainnya, hal itu tidak terjadi masalah.

Adapun toko Biu.costore yang didirikan baru-baru saja ini dianggap tidak mampu menutupi kerugian dalam jangka waktu yang lama, sehingga antara toko Fistyle dan Biu.costore sama-sama belum bisa dikatakan sebagai praktik *Predatory Pricing*.

- b. Analisis pelaku usaha yang berkaitan dengan perbandingan antara penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi

Sebagai langkah awal, kita akan menilai kekuatan pasar (*market power*) dari pelaku usaha tersebut, yang akan dianggap memiliki *market power* jika memiliki pangsa pasar minimal 35%. Jika pelaku usaha memiliki *market power*, tahap berikutnya adalah melihat hubungan antara harga produk dan biaya produksi. Jika harga produk melebihi biaya

total rata-rata (ATC), maka harga tersebut dianggap wajar. Namun, jika harga produk berada di bawah biaya variabel rata-rata (AVC), kecuali ada alasan tertentu, maka harga tersebut dapat dicurigai sebagai harga yang tidak wajar. Namun, jika harga berada di antara biaya total rata-rata (ATC) dan biaya variabel rata-rata (AVC), maka perlu mempertimbangkan berbagai faktor, seperti kekuatan permintaan pasar, kelebihan kapasitas, dan tujuan untuk memenangkan persaingan di pasar.

Toko Fistyle dalam wawancara mengatakan bahwa tidak sedikit dari pelaku usaha yang lain juga complain mengenai harga yang ditetapkan oleh tokonya, hal ini dapat disimpulkan bahwa memang toko Fistyle memiliki *market power* di pasaran Bendogerit, Blitar. Akan tetapi dalam pembuktian apakah harga produk dibawah biaya produksi, toko ini mengatakan bahwa mereka mendapatkan laba yang cukup banyak. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa harga produk di toko Fistyle diatas biaya total rata-rata (ATC).

Sedangkan untuk toko Biu.costore mengingat toko yang baru berjalan 1 tahun, maka belum bisa memiliki *Markep power*.

2) Tahap kedua (*Recoupment Test*)

Dilakukan *Recoupment Test* yang berfungsi sebagai langkah awal dalam penyelidikan. Jika terbukti bahwa pelaku usaha yang diduga melakukan praktek *predatory pricing* tidak mengusir atau menghalangi pesaingnya dari masuk ke pasar, atau jika upaya untuk mengatasi kerugian pada akhirnya tidak memungkinkan, maka uji ini memungkinkan pihak otoritas persaingan untuk membebaskan pelaku usaha dari tuduhan sebagai predator, tanpa perlu melakukan uji perbandingan harga dan biaya (*price-cost test*). Namun, jika *Recoupment Test* menunjukkan bahwa pelaku usaha yang diduga akhirnya meningkatkan harga untuk menutupi kerugiannya, maka uji perbandingan harga dan biaya harus dilakukan untuk membuktikan bahwa pelaku usaha tersebut melakukan praktek *Predatory Pricing*.

Berdasarkan hasil analisis dan penyajian data, toko Fistyle sengaja menetapkan harga murah untuk menarik pelanggan lebih banyak, akan tetapi dalam prakteknya selama ini toko Fistyle selalu menjual dengan harga yang sama, belum ada perubahan baik penurunan harga maupun peningkatan harga. Hal ini dapat dikatakan bahwa penetapan harga di toko Fistyle bersifat stagnan sehingga toko ini tidak perlu melakukan uji perbandingan harga dan biaya (*price-cost test*). Sedangkan toko Biu.costore yang belum lama beroperasi juga belum bisa dikatakan sebagai

Predatory Pricing tanpa perlu melakukan uji perbandingan harga dan biaya (*price-cost test*) pula.

3) Tahap ketiga

Price-Cost Test, yang diusulkan dengan metode Areeda-Turner Test. Menurut Areeda dan Turner, harga suatu produk atau layanan dikatakan sebagai harga *Predatory Pricing* jika ditetapkan di bawah biaya marginal jangka pendeknya. Namun, karena menetapkan biaya marginal tidaklah mudah, mereka mengusulkan penggunaan *Average Variable Cost* (AVC) sebagai pendekatannya.

Selanjutnya dalam menyatakan bahwa seorang pelaku usaha telah melanggar undang-undang persaingan usaha, diperlukan proses pembuktian berdasarkan bukti yang ada. Pasal 42 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menetapkan jenis-jenis bukti yang dapat digunakan. Bukti yang sah meliputi testimonial saksi, pendapat ahli, surat, dokumen, petunjuk, dan keterangan dari pelaku usaha. Semua dokumen ini akan diterima oleh KPPU, dan majelis KPPU akan mengevaluasi setiap dokumen tersebut.

Berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, bahwa bagi pelaku usaha yang terbukti menjalankan aktivitas *Predatory Pricing* yang dilakukan secara pasti melanggar Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, maka seseorang tersebut akan dikenai sanksi sesuai

dengan Hukum Persaingan Usaha, sanksi tersebut adalah berupa tindakan administratif, sanksi pidana dan sanksi pidana tambahan.

Mengenai sanksi tindakan administrasi, akan berhadapan langsung dengan KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha). karena pada dasarnya sesuai pasal 47 Ayat (1) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 bahwa:

“Komisi berwenang menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.”

Dengan demikian dapat diartikan bahwasannya KPPU lah yang memiliki kewenangan untuk memberikan sanksi atau tindakan administratif kepada siapa saja pelaku usaha yang terbukti melanggar ketentuan Pasal 20 Undang-undang No.5 Tahun 1999 berupa:⁸³

- a) Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli dan atau menyebabkan persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat (Pasal 47 ayat (2) butir c); dan atau
- b) Penetapan pembayaran ganti rugi (Pasal 47 ayat (2) butir f); dan atau
- c) Pengenaan denda serendah-rendahnya Rp1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp25.000.000.000,00 (dua puluh milyar rupiah) (Pasal 47 (2) butir g).

Adapun mengenai sanksi pidana dan sanksi pidana tambahan akan dijatuhkan melalui pengadilan. hal ini karena keduanya merupakan tindakan pidana. Pengadilan memiliki kewenangan untuk memberikan sanksi pidana kepada pelaku usaha yang melanggar pasal

⁸³ Pasal 47 ayat 2, Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

20 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 yang dimuat dalam pasal 48 ayat

(2) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 yang menyatakan:

“Pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 5 sampai dengan Pasal 8, Pasal 15, Pasal 20 sampai dengan Pasal 24, dan Pasal 26 diancam pidana denda serendah-rendahnya Rp5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp25.000.000.000,00 (dua puluh lima milyar rupiah) atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 5 (lima) bulan”.

Adapun mengenai sanksi pidana tambahan diperuntukkan bagi pelaku usaha yang terbukti secara pasti melakukan praktik jual rugi (*Predatory Pricing*) yang merujuk pada pasal 10 KUHP (Kitab Undang-Undang Hukum Pidana). Pidana tambahan yang dapat dijatuhkan pada pasal tersebut yakni:⁸⁴

- a) Pencabutan izin usaha;
- b) Larangan kepada pelaku usaha yang telah terbukti melakukan pelanggaran terhadap Undang-Undang No.5 Tahun 1999 untuk menduduki jabatan direksi atau komisaris sekurang-kurangnya 2 (dua) tahun dan selama-lamanya 5 (lima) tahun; atau
- c) Penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian pada pihak lain.

Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan, sesuai pembuktian *Predatory Pricing* menurut UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat bahwa toko Fstyle dan toko Biu.costore tidak terbukti melakukan praktek

⁸⁴ Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Pasal 10.

Predatory Pricing. Meskipun banyak pihak yang merasa dirugikan, termasuk salah satu pelanggan yang mengeluh bahwa barang yang diterimanya cacat, Namun toko tersebut tidak terbukti dalam tes pengujian. Hanya saja dalam toko Fistyle mungkin melanggar perlindungan hak-hak konsumen, dikarenakan banyak sekali yang merasa dirugikan sebagai contoh, ada salah satu pelanggan yang komplain bahwa barangnya cacat.

Dengan demikian, mengenai harga barang murah yang diduga sebagai predatory pricing ada kemungkinan bahwa harga rendah tersebut bukanlah hasil dari strategi predatory pricing yang bertujuan untuk menyingkirkan pesaing melalui penetapan harga yang sangat rendah, melainkan disebabkan oleh efisiensi tertentu yang dimiliki oleh pelaku usaha. Pendekatan ini menunjukkan bahwa harga murah tidak selalu merupakan indikasi dari niat jahat atau strategi anti-persaingan, tetapi bisa jadi merupakan hasil dari operasi bisnis yang lebih efisien dan inovatif. Meski demikian, penting untuk tetap memantau praktek-praktek bisnis yang sangat kompetitif untuk memastikan tidak ada penyalahgunaan posisi pasar yang merugikan persaingan yang sehat dan konsumen dalam jangka panjang.

Perlu diingat bahwa toko Fistyle menjual pakaian impor bekas yang sejatinya dilarang dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 40 Tahun 2022 tentang Perubahan atas

Permendag Nomor 18 Tahun 2021 tentang Barang Dilarang Ekspor dan Barang Dilarang Impor.

Menurut peraturan tersebut, barang-barang bekas seperti pakaian bekas masuk dalam kategori barang yang dilarang untuk diimpor dengan kode pos tarif atau HS 6309.00.00, yang mencakup pakaian bekas dan barang bekas lainnya, seperti yang tercantum di bagian IV tentang Jenis kantong bekas, karung bekas, dan pakaian bekas.

Jumlah biaya impor yang terkait dengan kode tarif ini akan bervariasi tergantung pada berbagai faktor, termasuk nilai barang yang diimpor, biaya pengiriman, pajak dan bea masuk yang dikenakan, serta aturan dan tarif yang berlaku di negara tujuan impor. Dengan demikian, toko Fistyle secara pasti dilarang karena menjual pakaian bekas impor dari luar negeri.

B. Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktek *Predatory Pricing* yang Dilakukan Toko Fistyle dan Biu, costore dalam Jual Beli Produk Impor Di *E-Commerce*

Proses penerapan hukum dalam Islam melibatkan pemikiran manusia yang dapat memengaruhi interpretasi aturan-aturan, baik secara individu maupun dalam masyarakat. Agama Islam mendorong individu untuk aktif dalam ekonomi dengan tetap mematuhi prinsip-prinsip Islam. Salah satu praktik ekonomi yang diperbolehkan adalah jual beli. Transaksi

jual beli merupakan kegiatan muamalah yang umum dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Transaksi jual beli dalam islam diperbolehkan seperti pada landasan hukum muamalah, yaitu dalam hadits Nabi Muhammad SAW :

عن رفاعة بن رافع رضي أكل عنه أن النبي صلى أكل عليه وسلم سئل أي الكسب أطيب؟

قال : عمل الرجل بيده وكل بيع مبرور ، رواه البزار وصححه الحاكم

Artinya: “*Dari Q. 'ah ibn Rafi' r.a. bahwasannya Rasulullah ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik. Rasulullah menjawab: Usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang diberkati.*” (HR. al-Bazzar dinyatakan sahih oleh al-Hakim al-Naysaburi).⁸⁵

Dalam hadis tersebut, Nabi Muhammad Saw mengungkapkan bahwa transaksi jual beli yang mendapat berkah merupakan salah satu profesi yang paling baik. Untuk mencapai tujuan jual beli yang dimaksud dalam hadis tersebut, penting untuk mematuhi syarat dan rukun dalam Islam saat menjalankan transaksi jual beli. Tindakan ini bertujuan untuk mencegah kemungkinan terjadinya penyimpangan dalam praktik bisnis.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti melakukan tinjauan rukun dan syarat terhadap praktik promo toko Fstyle dan Bui.costore yang menjual pakaian impor sebagai berikut:

1) *Shighat*

Hal ini dilakukan dengan memesan lewat *Platform E-Commerce* dan membayar dengan sejumlah uang yang tertera

⁸⁵ Abdullah Ibn Abdirrahman Al-Bassam, *Taudihul Ahkam Min Bulughil Maram*, Juz III, (Jeddah: Darul Qiblah, 1992), cet 1, 411.

di total pembayaran. Pembayaran dilakukan sesuai metode pembayaran yang tersedia di aplikasi Shopee atau Tiktok Shop seperti COD, Transfer bank dan sebagainya. Sedangkan untuk Instagram pembayaran dilakukan dengan mentransfer uang ke rekening penjual. Akad yang dilakukan dengan menggunakan tulisan, dan gambar. Hal ini diperkuat dengan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pasal 25 Ayat 2:

“Sighat akad dapat dilakukan dengan jelas baik secara lisan, tulisan dan/atau perbuatan”.⁸⁶

2) *Ma'qud 'alaih*

Hal ini pakaian dan *fashion* impor yang menjadi objek dari transaksi jual beli. Para penjual pun telah memiliki produk ini.

3) *Al-Muta'qidain*

Orang yang berakad dalam hal ini adalah pembeli dan penjual yang harus berusia 17 tahun keatas, jika dibawah umur tersebut dan masih dibawah pengampuan maka harus mendapatkan izin dari orang tua atau wali. Hal ini juga telah diatur dalam syarat dan ketentuan pengguna Shopee.

Dalam rukun dan syarat dari jual beli produk impor dengan harga yang murah di *e-commerce* tersebut semuanya telah terpenuhi mulai dari *Shighat*, *Ma'qud 'alaih* dan *Al-Muta'qidain*.

⁸⁶ Pasal 25 Ayat 2 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Akan tetapi dalam Islam terdapat praktik-praktik yang dilarang dilakukan dalam persaingan usaha. Dimana praktik tersebut dapat mendistorsi pasar yang dapat menjadikan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Larangan tersebut diantaranya, larangan dalam penimbunan harta (*Ikhtikar*), larangan menetapkan harga (*tas'ir*), larangan menjual dibawah harga pasar (*Siyasah al-ighraq*) dan larangan terhadap jual beli bersyarat.

Menurut pemikiran Yahya bin Umar dalam kitab *Ahkam al-Suq*, *Siyasah al-Ighraq* berarti praktik *Predatory Pricing/dumping*, yaitu menjual barang dengan harga lebih rendah dari harga pasar yang berlaku. Yahya bin Umar berpendapat bahwa pemerintah hanya boleh melakukan intervensi jika terjadi praktik jual rugi dalam mekanisme pasar. Pandangan ini sejalan dengan ajaran Islam yang melarang praktik jual rugi karena dapat menyebabkan kerugian bagi masyarakat luas.⁸⁷

Allah SWT juga melarang adanya kecurangan yang menyebabkan kemudhlorotan dalam kegiatan ekonomi jual beli. Ini sejalan dengan pemikiran Ibnu Taimiyah yang sangat menentang adanya deskriminasi harga antara penjual dan pembeli. Ibnu Taimiyah mengatakan “seorang penjual tidak diperbolehkan untuk menetapkan harga diatas harga biasanya kepada masyarakat yang tidak menyadari

⁸⁷ Adiwarmanto Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 263.

harga pasaran sebaliknya. Penjual harus menjual barang dagangannya pada tingkat harga yang umum atau harga yang mendekatinya”.⁸⁸

Keberadaan KHES (Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah) dalam kehidupan masyarakat memiliki peran yang sangat penting, terutama sebagai pelengkap dalam sistem perekonomian yang ada. Tujuan utama KHES adalah “membawa kesejahteraan bagi masyarakat.” Oleh karena itu, substansi yang diterapkan dalam hukum ekonomi syariah tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga harus menerapkan nilai-nilai Islam dalam bisnis agar tidak ada kezaliman dalam bisnis tersebut (M. Nur Rianto al-Arif, 2015:54).

Sesuai dengan Pasal (1) Ayat (1) Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa:

“Ekonomi Syariah merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perorangan, kelompok, atau sebuah usaha berbadan hukum dan tidak berbadan hukum dalam rangka memenuhi kebutuhan yang bersifat komersial dan tidak komersial menurut prinsip Syariah.”

Dalam hukum ekonomi syariah, terdapat beberapa prinsip dasar bisnis, sehingga berdagang tidak hanya dipandang sebagai cara untuk memperoleh kepuasan materi dan keuntungan pribadi semata, tetapi juga untuk mengharapkan keridhaan Allah SWT.

Menurut kajian hukum ekonomi syariah, keseimbangan harga tercapai jika melibatkan beberapa aspek berikut:⁸⁹

⁸⁸ A. A. Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*, (Surabaya, PT.Bina Ilmu, 1997), 120.

1. Kejujuran (*Ash Shiddiq*)

Dalam prinsip transaksi, transaksi dilarang jika merugikan diri sendiri, orang lain, dan pihak ketiga. Namun, dalam hal ini kejujuran tidak diterapkan di toko *Fistyle*. Hal ini terlihat dari tindakan toko *fistyle* yang menjual produknya dalam keadaan cacat atau kurang layak. Tindakan ini terungkap dari hasil observasi peneliti yang terbukti bahwa banyaknya ulasan dari pelanggan yang mengeluh akan hal tersebut. sekelompok pedagang batik yang mengurangi jumlah pewarna dan panjang kain untuk menutupi kerugian ketika menerima pesanan batik dalam jumlah besar, sehingga mereka masih bisa menjual di bawah harga pasar.

Sedangkan toko *Biu.costore* dalam pengamatan peneliti belum ada yang pernah mengeluhkan kualitas barang yang buruk. Dalam ulasan toko ini rata-rata menunjukkan respon baik.

2. Keterbukaan atau Transparansi

Keterbukaan dalam transaksi tidak jauh berbeda dengan nilai kejujuran. Islam mengajarkan untuk selalu memberikan informasi yang akurat dan benar tentang produk yang ditawarkan tanpa menyembunyikan kecacatan produk yang dijual. Dengan demikian, manipulasi harga yang dapat menimbulkan perilaku zalim dapat dihindari. Sebagaimana dinyatakan dalam hadis Nabi,

⁸⁹ Khoirun Nisak, Abdurrahman Muqsith, *Strategi Penetapan Harga Oleh Pedagang di Pasar Batik Pamekasan (Kajian Undang-Undang Anti Monopoli dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth, 2023, Vol.21, No.1.

Allah melarang adanya perilaku kezaliman. Berikut adalah penjelasannya:

“Abu Bakar Muhammad meriwayatkan kepada kami bahwa Muhammad bin Yahya, Abu Musyhir 'Abdul 'a'la bin Musyhir, 'Abdul 'Aziz, dari Robi'ah bin Yazid, dari Abi Idris al-Khaulani, dari Abi Dzar, dari Rasulullah SAW yang bersabda dari Allah Tabaroka Wa Ta'ala: 'Wahai hamba-hamba-Ku, sesungguhnya Aku telah mengharamkan atas diri-Ku perbuatan zalim (yang merugikan makhluk-Ku), dan Aku juga telah mengharamkannya atas semua hamba-hamba-Ku. Oleh sebab itu, janganlah kalian saling menzalimi antara satu dengan yang lain”. (Abu Bakar Muhammad, 1994:22).

Hadis di atas dengan jelas dan tegas menyatakan bahwa perilaku zalim yang dapat merugikan orang lain dilarang oleh Allah SWT. Ini juga berlaku bagi toko Fistyle, di mana terkadang ada cacat atau ketidaksesuaian pesanan yang disembunyikan, sehingga barang yang diterima pembeli tidak sesuai dengan kesepakatan pembelian di awal. Hal tersebut dilarang oleh Allah SWT.

3. Keadilan (*Al-'adl*)

Toko Fistyle dan Bui.costore sering bersaing dengan cara menetapkan harga lebih rendah demi menarik konsumen, yang bisa merusak harga pasar dan merugikan pedagang lain yang menjual batik dengan harga wajar sesuai prosedur persaingan usaha yang berlaku. Sementara telah dijelaskan perintah berbuat adil dalam segala hal dalam Qur'an Surat An-Nahl Ayat 90 dan An; Nisa'

Ayat 29 yang menegaskan kepada hamba-Nya untuk selalu berbuat adil dalam segala hal.

4. Moralitas atau prinsip tauhid (keimanan)

Prinsip ini mengajarkan bahwa Allah Maha Melihat dan Maha Berhak atas segala ciptaan-Nya, sehingga manusia hanya bertindak sebagai pemegang amanah dalam memanfaatkan segala sumber daya yang telah Allah sediakan tanpa menyebabkan kerusakan atau saling merugikan.

Namun, tindakan penetapan harga yang dilakukan oleh toko Fistyle dan Biu.costore tidak mencerminkan prinsip tersebut. toko tersebut menetapkan harga di bawah harga rata-rata, yang secara tidak langsung menghambat rezeki pedagang lainnya. Dampak buruk ini tidak hanya menimpa para pedagang tetapi juga pembeli yang tidak mengetahui kecurangan yang dilakukan oleh pedagang tersebut.

Dengan demikian, Kesesuaian hukum ekonomi syariah dengan penetapan harga di pasar batik Pamekasan dapat dilihat dari adanya perilaku jujur dan adil yang dijadikan patokan utama dalam menetapkan harga. Kejujuran di sini berarti kesesuaian harga yang ditetapkan oleh pedagang dengan manfaat barang yang ditawarkan. Sedangkan aspek keadilan, adalah cara pedagang dalam menetapkan harga agar tidak menyebabkan kerugian bagi pihak lain dan menjaga

keseimbangan pasar. Prinsip yang diajarkan dalam ekonomi syariah adalah mendahulukan kemaslahatan dan menghindari kemudharatan.

Pandangan Ibnu Taimiyah mengenai penetapan harga selalu merujuk pada Al-Quran sebagai sumber hukum utama dalam menetapkan harga. Adapun ayat yang menjadi rujukan Ibnu Taimiyah dalam menetapkan harga adalah surat An-nisa ayat 29.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَكُوْلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْۙ لَبٰطِلًاۙ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةًۙ عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْۙ اِنَّ اِلٰهَكُمْۙ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًاۙ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. an-Nisa 29).⁹⁰

Ayat tersebut mengandung beberapa kesimpulan. *Pertama*, prinsip dasar dalam jual beli yang halal adalah kesepakatan yang saling memuaskan antara penjual dan pembeli. Tindakan curang atau tidak adil diharamkan. *Kedua*, segala yang ada di dunia, termasuk bisnis dan harta yang dimilikinya, adalah sesuatu yang sementara. Oleh karena itu, bijaklah bagi mereka yang berakal untuk menyiapkan diri menuju kehidupan akhirat yang lebih baik dan abadi. *Ketiga*, kebanyakan jenis bisnis dapat melibatkan tindakan yang tidak benar dalam mengambil harta. Oleh karena itu, menetapkan nilai barang dan menentukan harga

⁹⁰ QS. an-Nisa (4), Ayat 29.

yang adil seringkali sulit. Karena itu, penting untuk berlaku adil dan saling merestui satu sama lain.⁹¹

Adapun hadist lain yang menyebutkan tentang Jual Rugi adalah sebagai berikut;

عَنْ سَعِيدِ بْنِ الْمُسَيَّبِ أَنَّ عُمَرَ بْنَ الْخَطَّابِ مَرَّ بِحَاطِبِ بْنِ أَبِي بَلْتَعَةَ وَهُوَ يَبِيعُ زَبِيئَالَهُ بِالسُّوقِ فَقَالَ لَهُ عُمَرُ بْنُ الْخَطَّابِ إِمَّا أَنْ تَزِيدَ فِي الشَّعْرِ وَإِمَّا أَنْ تُزْفَعَ مِنْ سَوْقِنَا

Artinya: “Dari Sa'id bin al-Musayyab bahwa Umar bin Khattab pernah melewati Hâtib bin Abû Balta'ah yang sedang menjual kismis di pasar lalu Umar bin Khattab berkata kepadanya; "Ada dua pilihan buat dirimu, menaikkan harga atau angkat kaki dari pasar kami." (H.R Ibnu Majah No.1167).⁹²

Riwayat tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:⁹³

- 1) Ibn Hazm berpendapat jika hadits-hadits tersebut benar, maka Umar tidak melarang penurunan harga dengan mengatakan “hendaklah kamu naikkan harganya” agar Hathib menjual dengan takaran yang lebih besar daripada yang dijual dengan harga yang sama. Ibnu Hazm, dalam pendapatnya, mengacu pada apa yang diriwayatkan dari Amru bin Syu'aib, yang menyatakan bahwa Umar menemukan Hathib bin Abi Balta'tah menjual kismis di Madinah. Umar bertanya, “Bagaimana kamu menjual, wahai Hathib?” Hathib menjawab, “Dua Mud”. Maka Umar

⁹¹ Ahmad Mustafa Al-Maraghi, *Terjemah Tafsir Al-Maraghi*, (Semarang, CV. Toha Putra, 1986), 27.

⁹² H.R Ibnu Majah No.1167.

⁹³ Adiwarmman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 294.

berkata, *“Kalian menjual di pintu-pintu kami, dan kalian merugikan kami dan pasar kami, kalian menipu kami, kemudian kalian menjual sesuai dengan kehendak kalian. Juallah satu Sha’, jika tidak, jangan menjual di pasar kami. Jika tidak, maka berjalanlah di muka bumi dan ambillah barang, kemudian juallah sesuai kehendak kalian”*. Atsar ini menjelaskan bahwa Hathib menjual dua Mud kismis dengan satu Dirham, sehingga Umar memerintahkan untuk menjual satu Sha’ dengan satu Dirham, itulah yang dimaksud dengan menurunkan harga menurut pendapat Ibn Hazm. Di sisi lain, perkataan Umar: *“Kalian menjual di pintu-pintu kami, dan kalian merugikan kami dan pasar kami, kalian menipu kami, kemudian kalian menjual sesuai dengan kehendak kalian. Juallah satu Sha’, jika tidak maka jangan menjual di pasar kami. Jika tidak, maka pergilah keliling bumi dan ambillah barang, kemudian juallah sesuai kehendak kalian”*, merupakan bukti bagi mereka yang berpendapat bahwa penentuan harga tergantung pada penentuan pasar.

- 2) Imam Asy-Syafi'i menyatakan bahwa Umar ra. mengubah sikapnya terhadap Hathib, dengan mengutip riwayat yang disempurnakan oleh Muhammad bin Al-Qosimi. Dalam riwayat tersebut disebutkan bahwa ketika Umar menyadari kesalahannya, dia mengintrospeksi dirinya, kemudian mendatangi Hathib di rumahnya. Umar berkata, *“Apa yang saya katakan sebelumnya*

bukanlah keputusan resmi dari saya, tetapi hanya sekadar usaha saya untuk kebaikan penduduk negeri ini. Jualah barangmu kapan saja kamu mau, dengan cara apa pun yang kamu pilih”.

- 3) Secara keseluruhan, riwayat-riwayat di atas menunjukkan campur tangan Umar dalam mengatasi ketidakjelasan harga, baik dengan permintaan untuk menaikkan maupun menurunkan harga. Namun, riwayat yang mengenai penarikan sikap Umar tersebut memiliki sanad yang lemah. Jika riwayat tersebut benar, maka Umar memiliki bukti yang menjelaskan bahwa Hathib menjual kismisnya dengan harga yang rendah karena kualitas yang buruk atau karena kebutuhan untuk menjual dengan harga tersebut. Kemungkinan sikap Umar kembali kepada Hathib setelah hilangnya alasan untuk melarang Hathib menjual dengan harga rendah, seperti yang ditunjukkan oleh beberapa riwayat di atas. Kembalinya sikap Umar ini juga menunjukkan bahwa Umar tidak mengharamkan penjualan dengan harga di bawah harga pasar jika penjualan tersebut diperlukan, misalnya karena dekatnya masa kedaluwarsa barang atau karena kualitas barang yang buruk, dan sebagainya. Di sisi lain, penurunan harga tidak berdampak negatif terhadap pasar. Umar tidak melarangnya, tetapi justru bersyukur atas hal tersebut. Ini terbukti ketika Al-Miswar bin Makromah menjual makanan dengan modalnya atau tanpa keuntungan. Umar mengunjunginya di pasar dan bertanya, "Apakah kamu gila, wahai

Miswar?" Miswar menjawab bahwa dia tidak gila, tetapi dia melihat awan gelap musim gugur dan tidak ingin menahan manfaat bagi manusia. Umar kemudian mendoakan kebaikan baginya, menunjukkan bahwa dia menghargai perbuatan tersebut.

- 4) Pengawasan yang dilakukan oleh Umar terhadap harga tidak bertentangan dengan keengganan Nabi Muhammad saw untuk menentukan harga. Hal ini dapat dijelaskan oleh dua alasan: *Pertama*, ketika harga naik, Nabi Muhammad saw enggan untuk menetapkannya karena hal itu disebabkan oleh fluktuasi dalam persediaan dan permintaan barang. Artinya, kenaikan harga merupakan akibat dari keterbatasan persediaan barang. Oleh karena itu, Nabi Muhammad saw menolak untuk menetapkan harga dan mengajarkan kepada umatnya untuk berdoa kepada Allah agar diberi kelapangan rezeki. Pendapat ini didukung oleh pandangan Syaikhul Ibn Timiyah. *Kedua*, Umar tidak membatasi penjualan dengan harga tertentu atau tidak menetapkan harga, tetapi meminta agar barang dijual dengan harga pasar yang ditentukan oleh fluktuasi aktual antara ketersediaan dan permintaan barang, sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya.

Berdasarkan hasil observasi dengan perbandingan horizontal yang dilakukan peneliti, peneliti menemukan produk impor yang dijual dengan harga yang murah di *platform E-commerce*. Dari beberapa toko yang diteliti, peneliti menemukan indikasi awal dari beberapa penjual

yang melakukan persaingan tidak sehat dengan menjual murah pakaian impor. Kemudian peneliti mewawancarai penjual dari produk tersebut, yang diantaranya adalah toko Fistyle dan Biu.costore.

Dalam prakteknya, toko Fistyle biasanya menjual produknya berupa satuan atau terdapat juga paket murah yang dibandrol 150 Ribuan isi 10 item, paket Cardigan yang dibandrol dengan harga Seratus Ribuan isi 5 item, paket Crop premium dengan harga 200 Ribuan isi 5 item, paket Crop Pemula dengan harga Seratus Ribuan isi 5 item, dan untuk yang Korean premium 200 Ribuan isi 5 item. Hal ini dapat dikatakan murah karena dengan uang 150 Ribu seseorang dapat mendapatkan 10 item baju. Dalam artian Satu baju harganya Rp 15.000. Bahkan toko Fistyle juga seringkali mengadakan promo cuci gudang besar-besaran, dimana mereka menjual produknya hanya Rp 2000 Rupiah saja. Meskipun barang yang dijual merupakan barang sortiran tapi tetap saja hal ini dapat menarik semua pelanggan dan dapat mengakibatkan kerugian bagi pesaing yang lain. Selain itu, banyak pihak yang merasa dirugikan, termasuk salah satu pelanggan yang mengeluh bahwa barang yang diterimanya cacat, Namun toko tersebut tidak terbukti dalam tes pengujian. Hanya saja dalam toko Fistyle mungkin melanggar perlindungan hak-hak konsumen, dikarenakan banyak sekali yang merasa dirugikan sebagai contoh, ada salah satu pelanggan yang komplain bahwa barangnya cacat.

Selanjutnya pada toko Biu.costore, produk yang dijual di toko ini paling murah sebesar Rp 30.000 dan paling mahal kisaran Dua Ratusan. Peneliti juga menemukan bahwa tas ini juga menjual tas diesel impor yang hanya dijual dengan harga Rp 225.000, padahal tas diesel sebagai salah satu brand fashion premium asal Italia dibandrol dengan harga yang mahal yakni Jutaan Rupiah. Selain itu, dalam promosi video yang dibagikan akun toko ini, pemilik atau owner toko ini juga sering memberikan diskon kepada konsumen yang belanja langsung di tokonya. Tak tanggung-tanggung, selain memberikan diskon owner juga seringkali memberikan gift atau hadiah gratis biasanya berupa kacamata atau aksesoris lainnya. Olrh akrena itu, banyak pelanggan konsumen yang mau berbelanja dan memborong produk di toko biu.store, tentu saja membuat pesaing yang lain sepi.

Berdasarkan uraian tersebut, maka persaingan usaha yang dilakukan pada toko Fistyle dapat dikatakan sebagai kegiatan *Siyasah al-igjraq* karena sesuai dalam pembahasannya yaitu menjual barang dengan harga lebih rendah dari harga pasar yang berlaku serta menimbulkan banyak kemudhorotan bagi para pesaing usaha yang lain. Sedangkan dalam Biu.costore belum bisa dikatakan sebagai kegiatan *Siyasah al-igjrar* karena belum terbukti melakukan praktik *Predatory Pricing*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan perspektif Hukum Persaingan Usaha, toko Fistyle dan Biu.costore tidak melanggar Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Produk pakaian dan *fashion* yang diperjualbelikan dengan harga yang murah di toko Fistyle dan Biu.costore tidak dapat dianggap sebagai praktik jual rugi atau *predatory pricing* karena berdasarkan penilaian dan pembuktian dari KPPU yang merupakan lembaga Komisi Pengawas Persaingan Usaha hanya terbukti melakukan praktik jual rugi bukan merupakan suatu tindakan *Predatory Pricing*. Sesuai Undang-Undang Tahapan penilaian tersebut antara lain, *Unreasonably Low Price, Recoupment Test, dan Price Cost Test*. Meskipun toko tersebut menjual produk impor dengan harga yang sangat murah, namun hal tersebut tidak membuat toko tersebut melanggar persaingan usaha yang tidak sehat, yakni *Predatory Pricing*. Meskipun menawarkan harga murah, Toko Fistyle tidak termasuk dalam kategori *Predatory Pricing* karena produk yang mereka jual adalah pakaian bekas impor yang sejatinya dilarang untuk diimpor. Adapun toko Biu.cosotre juga tidak dapat dikatakan sebagai *Predatory Pricing* karena penetapan harga yang murah adalah ajang untuk promosi.

Pendekatan ini menunjukkan bahwa harga murah tidak selalu merupakan indikasi dari niat jahat atau strategi anti-persaingan, tetapi bisa jadi merupakan hasil dari operasi bisnis yang lebih efisien dan inovatif.

2. Berdasarkan perspektif KHES (Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah), praktik yang dilakukan oleh toko Fistyle dikategorikan *Siyasah al-Ighraq*. *Siyasah al-igjar* adalah kebijakan atau tindakan yang menimbulkan kerugian bagi orang lain. Dalam hal ini, toko Fistyle menjual produk dengan harga sangat murah yang mengakibatkan kerugian bagi pesaing dan pelanggan, serta berpotensi melanggar prinsip keadilan dan kejujuran dalam transaksi. Dalam prakteknya banyak kemudhlorotan yang diakibatkan oleh toko Fistyle, salah satunya merugikan konsumen seperti barang yang cacat dan merugikan pelaku usaha lain karena dianggap merusak harga pasar. Hal ini dilarang dalam Islam karena menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha yang lain maupun konsumen. Harga yang sangat rendah dan kualitas produk yang tidak konsisten menunjukkan adanya ketidakadilan dalam transaksi. Adapun toko Biu.costore belum terbukti melakukan praktik *Predatory Pricing*, dikarenakan penetapan harga yang murah dan diskon yang diberikan lebih merupakan strategi pemasaran untuk menarik pelanggan di awal bisnis mereka. Strategi diskon dan hadiah lebih merupakan upaya pemasaran yang sah dalam bisnis baru, asalkan tidak melanggar prinsip keadilan dan transparansi.

B. Saran

Berdasarkan Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Bagi toko Fistyle dan Bu.costore

Dalam menjualkan produknya sebaiknya kedua toko tersebut menetapkan harga yang wajar, menjaga kualitas produk, serta mematuhi regulasi dan aturan mengenai penetapan harga dan permendag sehingga pelaku usaha produk impor dapat menjalankan bisnisnya dengan cara yang lebih etis, adil, dan sesuai dengan prinsip Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah, serta mendukung terciptanya persaingan usaha yang sehat.

2. Konsumen

Agar dapat berbelanja dengan bijak dan menghindari potensi kerugian, seharusnya konsumen perlu teliti sebelum membeli seperti memeriksa kualitas, membandingkan harga dimana biasanya harga yang murah kualitasnya lebih renda daripada harga yang wajar.

3. Bagi Komisi Pengawas Persaingan usaha (KPPU)

Bahwa harga murah tidak selalu merupakan indikasi dari praktek *Predatory Pricing*, tetapi bisa jadi merupakan hasil dari operasi bisnis yang lebih efisien dan inovatif. Oleh karena itu, KPPU perlu terus memantau dan mengevaluasi praktik bisnis toko Fistyle dan Biu.costore untuk memastikan bahwa harga murah yang mereka

tawarkan benar-benar hasil dari efisiensi bisnis dan bukan strategi

Predatory Pricing yang bertujuan merusak persaingan pasar.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an:

Mushaf Aminah. Al-Qur'an dan Terjemahan. Jakarta: alfatih, 2012.

Rujukan:

Karya Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Karya Mahasiswa Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Buku

Abi Zakaria Al-Ansari, Fath al-Wahab, Juz 1, (tt:tp,t.th).

Akmal, A. *Praktek Monopoli Dan Pasaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Dan Hukum Islam*. 2016.

Al Bassam, Abdullah Ibnu Abdirrahman. Taudihul Ahkam Min B ulughil Maram, Juz III. Jeddah: Darul Qiblah. 1992.

Al-Maraghi, Ahmad Mustafa. Terjemah Tafsir Al-Maraghi. Semarang: CV. Toha Putra. 1986.

Aziz M.A, Abdul. *Fiqh Munakahat: Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*. Jakarta: Sinar Grafika. 2022.

Azwar , Saifudin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2011.

Barkatullah, Abdul Halim. *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: Sebagai Pedoman dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-commerce di Indonesia*. Jakarta: Nusamedia. 2019.

Cholid Narbuko, Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT.Bumi Aksara. 2005.

Fami Lubis, . *Hukum Persaingan Usaha*, edisi kedua. KPPU: Jakarta. 2017.

Hermansyah, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Cetakan ke-2. Jakarta: Kencana. 2009.

Islahi, A. A. *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*. Surabaya: PT.Bina Ilmu, 1997.

- Ishaq, *Metode Penelitian Hukum & Penulisan Skripsi, Tesis, Serta Disertasi*. Bandung: Alfabeta. 2020.
- Karim, Adiwarmarman Azwar. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2010.
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha. *Pedoman pelaksanaan Pasal 20 Tentang Jual Rugi (Predatory Pricing), Seri Pedoman Pelaksanaan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*. 2009.
- Kurnia Ningsih, Prillia. *Fiqh Muamalah*. Depok: Rajawali Pers. 2021.
- Purwaningsih, Endang . *Hukum Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2010.
- Rosyada, Dede. *Hukum Islam dan Pranata Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 1993.
- Sarwat, LC, Ahmad. MA, *Fiqh Jual-Beli*. Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing, 2018.
- Sauqi, Muhammad. *Fiqh Muamalah*. Purwokerto: CV. Pena Persada. 2020.
- Sidabalok, Janus. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia: dengan Pembahasan atas Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti. 2016.
- Soekanto , Soerjono & Sri Marmudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta:Raja Garpindo. 1989.
- Solikin, Nur. *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*. Pasuruan: Qiara Media. 2021.
- Sudiarti, Sri. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Medan: FEBI UIN-SU Press. 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2015.
- Taqiyuddin Abi Bakr Ibn Muhammad al-Husaini, Kifayatul al-Akhyar. Juz I. (tt: tp, tth).
- Ulum, F. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam (Analisis Pemikiran Tokoh dari Masa Rasulullah SAW Hingga Masa Kontemporer)*. Fakultas Syariah UINSA. 2004.

Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers. 2000.

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember . *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: UIN KHAS Jember. 2022.

Usman, Rachmadi. *Hukum Persaingan usaha di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika. 2022.

Jurnal

Biantara, D., Margaretha, V., & Lesmana, I. *Analisis Peran Regulator Dan Aspek Biaya Dalam Pencegahan Praktik Predatory Pricing Di E-Commerce Indonesia*. 2022.

Mumtahana, Hani Atun, Sekreningsih Nita, dan Adzinta Winerawan Tito. "Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran." *Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika* 3, no. 1. 2017.

Rizki Tri Anugrah Bhakti, "Perindungan Hukum Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dari Praktek Dumping Akibat Perdagangan Internasional". *Cahaya Keadilan, Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Putra Batam, Vol 6, No. 1*.

Vicky Darmawan dan Ditha Wiradiputra, "Predatory Pricing Dalam E-Commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha", (*Jurnal, Universitas Indonesia, 2022*).

Skripsi

Raintung, Richard Febryan. Skripsi. *Tinjauan Hukum Persaingan Usaha dalam Pencegahan Praktik Jual Rugi Pada Perdagangan Marketplace*. Universitas Hasanuddin Makassar. 2022.

Lukmantoro, Rega. Skripsi. *Jual Beli Ponsel Pintar/Smartphone dengan Sistem Jual Rugi/Predatory Pricing Menurut UU No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Fiqh Muamalah (Studi Kasus Toko Ponsel Grosell Kecamatan Jajag, Kabupaten Banyuwangi)*. IAIN Jember. 2020.

Eriyanti, Yolanda Eka. Skripsi. *Keterkaitan Promo Gojek dengan Konsep Predatory Pricing dalam Hukum Persaingan Usaha*. Universitas Jember, 2019.

Ma'rifa, Aulia. Skripsi. *Penetapan Harga Suatu Produk Di Bawah Harga Official Store Menurut Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan*

Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dan Fiqh Muamalah (Studi Reseller Skincare Pada Marketplace Shopee). UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. 2021.

Setiowati, Hartini Diah. Skripsi. *Analisis Rule Of Reason Dalam Jual Rugi Dan/Atau Menetapkan Harga Yang Sangat Rendah Pada Perkara Kppu Nomor 3/Kppu-L/2020 Dalam Mencapai Kepastian Hukum.* UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2022.

Peraruran Perundang-Undangan

Undnag-Undang Dasar 1945.

Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan persaingan usaha Tidak Sehat.

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Keputusan Presiden No.75 Tahun 1999.

Undang-Undang No.7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 1 Tahun 2019 tentang Tata Cara Penanganan Kasus Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 199/PMK.10/2019 tentang Tentang Ketentuan. Kepabeanan, Cukai, Dan Pajak Atas Impor Barang.

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Pasal 10.

Pasal 25 Ayat 2 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Website

Rised. *Produk Impor Mendominasi E-commerce, Bagaimana Nasib UMKM?*. 13 April 2023, <https://rised.or.id/produk-impor-mendominasi-e-commerce-bagaimana-nasib-umkm/>.

Puspaningtyas, Lida. *90 Persen Produk Impor di E-Commerce Dijual Reseller.* 23, November 2023. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/s4kwbm502/90-persen-produk-impor-di-ecommerce-dijual-reseller>.

CNN Indonesia. *Jokowi Sebut Ada Baju Impor Dijual Rp5.000 Singgung Predatory Pricing.* 04 Oktober 2023. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20231004145921-532->

[1007082/jokowi-sebut-ada-baju-impor-dijual-rp5000-singgung-predatory-pricing.](#)

Abdi, Husnul. *Pengertian Ekspor dan Impor Menurut Para Ahli, Ketahui Manfaatnya untuk Negara.* 24, januari 2022. <https://www.liputan6.com/hot/read/4868095/pengertian-ekspor-dan-impor-menurut-para-ahli-ketahui-manfaatnya-untuk-negara?page=2>.

Cargo, Natindo. *Mekanisme Impor Barang E Commerce.* 07 September 2022. <https://natindocargo.com/articles/mechanisme-impor-barang-ecommerce>.

Rania, Darin. *Apa Itu E Commerce, Jenis, dan Contohnya di Indonesia.* 06 April 2021. [Apa Itu E commerce, Jenis, dan Contohnya di Indonesia - Jubelio.](#)

Indraini, Anisa. *3 Fakta Mr. Hu, Sosok di Balik #SellerAsingBunuhUMKM.* 18 Februari 2021. [3 Fakta Mr. Hu, Sosok di Balik #SellerAsingBunuhUMKM \(detik.com\).](#)

Agassi, Farhan. *Bahaya Predatory Pricing yang Harus Diwaspadai Pelaku UMKM.* 23 September 2023. <https://toffeedev.com/blog/e-commerce/predatory-pricing/>.

Hardiansyah, Zulfikar. *Nakalnya" Seller TikTok Shop, Kemenkop UKM Temukan Masih Ada "Predatory Pricing" dan Penjualan Pakaian Impor.* 29 Februari 2024. <https://money.kompas.com/read/2024/02/29/091000526/-nakalnya-seller-tiktok-shop-kemenkop-ukm-temukan-masih-ada-predatory-pricing>.

Rachmawati, Dwi. *Barang Impor Murah Diduga Predatory Pricing, KPPU: Belum Tentu.* 16 Agustus 2023. <https://m.bisnis.com/amp/read/20230816/12/1685420/barang-impor-murah-diduga-predatory-pricing-kppu-belum-tentu>.

Yanwardhana, Emir. *Ada Sinyal E-Commerce 'Bunuh' UMKM, KPPU Komentar Begini.* 24 Maret 2021. [Ada Sinyal E-Commerce 'Bunuh' UMKM, KPPU Komentar Begini \(cnbcindonesia.com\).](#)

Jemarut, W. *Pendekatan Rule Of Reason Dan Per Se Illegal Dalam Perkara Persaingan Usaha.* Widya Yuridika, 3(2), 377. 2020.

Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH
<i>Predatory Pricing</i> Dalam Jual Beli Produk Impor Di <i>E-commerce</i> Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha dan Fiqh Muamalah	<i>Predatory Pricing</i> Dalam Jual Beli Produk Impor Di <i>E-commerce</i> Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha dan Fiqh Muamalah	1. <i>Predatory Pricing</i> 2. Jual Beli 3. Produk	A. Pengertian B. Dasar Hukum A. Pengertian B. Dasar Hukum C. Rukun dan Syarat	1. Data Primer: a. Wawancara b. Dokumentasi 2. Data Sekunder: a. Kepustakaan b. Internet c. Sumber tertulis lainnya	3. Jenis Penelitian Hukum Empiris dan Pendekatan Sosiologi Hukum. 4. Lokasi Penelitian: Platform <i>E-commerce</i> seperti Shopee, Tiktok Shop dan Instagram. 5. Subyek: Pelaku usaha dan Konsumen. 6. Teknik Pengumpulan Data:	1. Bagaimana bentuk indikasi pelaksanaan <i>Predatory Pricing</i> yang dilakukan oleh toko Fistyle dan Biu.costore dalam jual beli produk impor dengan harga murah di <i>E-Commerce</i> ? 2. Bagaimana tinjauan hukum terhadap praktek <i>predatory pricing</i> yang dilakukan oleh toko Fistyle dan Biu.costore

		Impor	A. Pengertian B. Mekanisme		a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi	dalam jual beli produk impor di <i>E-Commerce</i> menurut Hukum Persaingan Usaha berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999?
		4. <i>E-commerce</i>	A. Pengertian B. Jenis-jenis		7. Analisis Data: a. Reduksi Data b. Penyajian Data c. Kesimpulan	3. Bagaimana tinjauan hukum terhadap praktek <i>predatory pricing</i> yang dilakukan oleh toko <i>Fistyle</i> dan <i>Biu.costore</i> dalam jual beli produk impor di <i>E-Commerce</i> menurut Fiqh Muamalah?
		5. Hukum Persaingan Usaha	A. Pengertian B. Jenis-jenis		8. Tahap-Tahap Penelitian: a. Tahap Perencanaan b. Tahap Penelitian c. Tahap Penulisan Pelaporan	
		6. Fiqh Muamalah	A. Pengertian B. Ruang Lingkup			

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anis Kurlillah

NIM : 201102020021

Prodi / Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq

Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari skripsi ini dengan judul
“Predatory Pricing Dalam Jual Beli Produk Impor Di E-commerce Menurut Hukum Persaingan Usaha dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah” adalah hasil karya/penelitian sendiri, kecuali pada bagian yang telah dirujuk sumbernya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 22 Mei 2024

Saya yang menyatakan:



Anis Kurlillah
NIM. 201102020021

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
Nomor: 001/001.18/V/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anis Kurlillah

NIM : 201102020021

Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Benar-benar telah melaksanakan penelitian guna penyusunan skripsi yang berjudul “***Predatory Pricing Dalam Jual Beli Produk Impor di E-commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha dan Fiqh Muamalah***”.

Dengan Surat Keterangan ini kami buat dengan sebenar-benarnya, dan untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Blitar, 28 Mei 2024

Admin Toko Fistyle


Ola

PEDOMAN PENELITIAN

Judul : “*Predatory Pricing* Dalam Jual Beli Produk Impor Di *E-commerce* Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha dan Fiqh Muamalah”.

A. Pedoman Observasi

1. Akun Instagram, Shopee dan Tiktok Shop sebagai *Platform E-commerce* toko Fistyle dan Biu.costore.
2. Penerapan jual beli yang dilakukan oleh toko Fistyle dan Biu.costore.

B. Pedoman Wawancara

1. Pelaku usaha toko Fistyle:

- a. Apakah benar toko Fistyle menjual pakaian impor?

Jawab: “Benar, Kami menjual pakaian impor, tapi yang kami jual pakaian bekas bukan baru. Tapi meskipun bekas masih layak pakai. Kami juga berjualan secara *offline* dan *online*. Di *Online* maupun *offline* juga sama-sama menjual pakaian bekas. Untuk kondisi pakaian yang kami jual masih sangat bagus dan layak untuk dipakai kembali, adapun untuk harga yang kami tetapkan sesuai harga pasaran *Thrift* yang ada di sekitaran sini”. (Ola, Wawancara oleh Anis Kurlillah, *Online*, 04 Mei 2024)

- b. Sejak kapan toko Fistyle beroperasi menjual pakaian *Thrift* impor?

Jawab: “Kami awalnya beroperasi secara online, sekitar 3 tahun yang lalu kayaknya. Untuk toko kami baru-baru saja sekitar 1,5 tahun”. (Ola, Wawancara oleh Anis Kurlillah, *Online*, 04 Mei 2024)

- c. Mengapa memilih menjual secara online?

Jawab: “Kami memulai dengan memasarkannya secara online karena agar mudah pemasarannya. Setelah toko kita banyak pelanggan berulah kita memberanikan untuk membuka toko disini”. (Ola, Wawancara oleh Anis Kurlillah, *Online*, 04 Mei 2024).

d. Darimana Toko Fistyle menyupply pakaian impor tersebut?

Jawab: “Biasanya Owner kami mengambil langsung dari korea atau China. Kami juga kalau mau ngambil barang langsung banyak ber bal-bal supaya irit di pengirimannya. Kan kalau belinya sedikit-sedikit rugi di biayanya juga, jadi kami bisa jual dengan harga yang miring”. (Ola, Wawancara oleh Anis Kurlillah, *Online*, 04 Mei 2024).

e. Alasan menjual produk dengan harga yang cukup murah? dan apakah tidak takut rugi?

Jawab: “Untuk penjualan sendiri, kami telah menyatakan bahwa kami lebih fokus pada kepuasan konsumen. Kami menawarkan barang layak pakai harga yang bisa dibilang murah supaya banyak digemari masyarakat sehingga banyak yang beli. Mengenai kerugian, saya yakin tidak ada toko atau pelaku usaha yang menginginkan dagangannya sepi atau rugi. Oleh akrena itu kami menjual dengan harga yang cukup murah bukan berarti kami rugi, hanya saja keuntungan kami tidak terlalu banyak. hal itu kami lakukan demi menarik pelanggan. Selain itu, dengan sistem ini kami dapat mengatakan bahwa kami mengalami keuntungan karena penjualan kami selalu menguras stok dari toko kami”. (Ola, Wawancara oleh Anis Kurlillah, *Online*, 04 Mei 2024).

f. Apakah selama ini terdapat pelaku usaha lain atau konsumen yang berkomentar terkait murahnya produk yang dijual di toko Fistyle?

Jawab: “Iya, seringkali terdapat pertanyaan dari beberapa konsumen yang membeli secara langsung di toko maupun penjual *Thrift* lainnya. Mereka bertanya kok harganya murah kak? Tanya mereka. Tapi kalau yang beli di Instagram atau di Shopee sama di Tiktokshop selama ini belum ada yang complain mengenai harga, palingan complain mengenai kualitas produk saja. Tapi kalau soal pelaku usaha yang lain pernah ada yang komentar di akun Instagram katanya produknya dijual murah-murah, bisa kalah saing. Kalo di sekitaran sini belum ada yang berani bilang langsung, tapi emang denger-denger ada yang bilang *di toko sana loh harganya murah-murah*”. (Ola, Wawancara oleh Anis Kurlillah, *Online*, 04 Mei 2024).

g. Bagaimana Kondisi pakaian yang diperjualbelikan?

Jawab: “Seperti yang saya katakan tadi kak bahwa pakaian yang kita jual masih layak pakai, namun tentu saja ada cacatnya. Pasti ada juga yang complain mengenai kualitas produk. Entah itu ada bercak noda, berbulu atau ada yang kancingnya hilang satu”. (Ola, Wawancara oleh Anis Kurlillah, *Online*, 05 Mei 2024).

h. Bagaimana penetapan harga yang diberikan oleh toko Fistyle terhadap produknya?

Jawab: “Saya selaku admin tentunya tidak ikut campur mengenai penetapan harga yang toko kami berikan untuk menjual produk kami, Saya hanya terima jadi, kalau barang ini dijual dengan harga Rp 15.000 ya saya jual segitu bahkan semisal dari owner kami memberi gratis ya saya akan menjualnya gratis. Tapi menurut saya mengenai harga pasaran yang dijual di toko kami wajar-wajar saja. Barang premium kami jual diatas Rp 50.000 dan yang Thrift atau Preloved kami jual murah ya karena memang barang bekas. Saya juga pernah menemukan usaha yang menjual ginian juga hampir sama”. (Ola, Wawancara oleh Anis Kurlillah, *Online*, 05 Mei 2024).

2. Konsumen

a. Apakah benar saudara pernah membeli produk yang dijual di toko Fistyle? dan Bagaimana saudara mengenai produk yang anda beli?

Jawab: “Saya pernah beli di toko Fistyle. Saya pernah beli paket feminim isinya random ada celana, baju, blouse. Tapi over all masih bagus-bagus pakaiannya kayak baru, apalagi baunya harum, rapi pokok intinya ga kayak baju bekas. Waktu itu harganya 199 Ribu. Murah kan, ibaratnya kalo dihitung per item harganya kurang dari 20 Ribu”. (Ayunda Wulandari, Wawancara oleh Anis Kurlillah, *Jember*, 25 Maret 2024).

3. Pelaku usaha BABEBO

- a. Bagaimana perasaan saudara terkait adanya toko *online*? dan apakah terdapat perbandingan pendapatan saudara setelah adanya toko *online*?

Jawab: “Saya dulu biasanya jualan selama seminggu laku 30-50 buah, sekarang boro-boro 30 buah, laku 20 buah seminggu aja udah untung-untungan. Belum lagi sekarang kalau ada yang beli nawarnya kebangetan. Mereka sering membandingkan harga dagangan saya dengan barang yang dijual online”. (Bowo, Wawancara oleh Anis Kurlillah, Jember, 02 Mei 2024).

- b. Bagaimana tanggapan saudara mengenai harga produk di toko Fistyle (menunjukkan harga produk toko Fistyle) ?

Jawab: “Saya biasanya menjual baju paling murah 25 Ribu mbak, itupun harga baju yang agak jelek. Kalau ada yang nawar palingan ya 20 Ribu. kalau harga baju di toko mereka (Toko Fistyle) saya kira kemahalan karena masak ada baju harga belasan ribu apalagi itu bajunya bagus-bagus”. (Bowo, Wawancara oleh Anis Kurlillah, Jember, 02 Mei 2024).

“Kalau harga segitu menurut saya wajar ya mbak, soalnya disini ada yang harga jualnya segitu juga. Tapi kalau saya sih jarang menjual harga segitu, karena sayang mbak labanya sedikit. Saya biasanya jual 30 Ribuan untuk yang bekas semi premium tapi kalau ditawar ya 50 Ribu dapat Dua”. (Arif, Wawancara oleh Anis Kurlillah, Jember, 02 Mei 2024).

“Saya juga harga jualnya segitu mbak, biasanya ada orang yang mau ngambil banyak saya kasih murah. Itu wajar mbak ya namanya barang bekas mangkannya murah. masalah penjual yang lain jualnya mahal ya mungkin karena emang mau laba banyak. tapi saya kan maunya jual murah biar banyak yang pada balik beli ke saya”. (Rofi’ah, Wawancara oleh Anis Kurlillah, Jember, 02 Mei 2024).

4. Penjahit

- a. Bagaimana perasaan saudara terkait adanya toko *online*? dan apakah terdapat perbandingan pendapatan saudara setelah adanya toko *online*?

Jawab: “Pelanggan saya semakin kesini semakin sepi, biasanya kalau Ramadhan banyak orang yang buat baju ke saya tapi Ramadhan kemarin sepi jahitan katanya pada beli baju Korean di online shop. Palingan sekarang yang paling banyak penghasilannya dari permak saja, jadi orang-orang kebanyakan beli online dan kalau tidak sesuai ukurannya kan mau gak mau mereka harus mermak”. (Choirullah, Wawancara oleh Anis Kurlillah, Jember, 29 April 2024).

C. Pedoman Dokumentasi

1. Akun Instagram, Shopee, dan Tiktok Shop toko Fstyle
2. Akun Instagram, Shopee, dan Tiktok Shop toko Biu.costore
3. Wawancara
4. Pendukung lainnya (Ulasan)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DOKUMENTASI

A. Platform *E-Commerce* Toko Fistyle



Akun Instagram Toko Fistyle



Akun Shopee Toko Fistyle

fistyle_id



@fistyle_id

1.696

Mengikuti

15,1 rb

Pengikut

140,3 rb

Suka

Kirim 🖱️



Akun Tiktok CO Toko Fistyle



fistyle



@fistyle_id01

288

Mengikuti

21,7 rb

Pengikut

5.599

Suka

👉 Pesan



CO di keranjang kuning !!
Live Jam 16.00 - selesai

Akun Tiktok Live 1 Toko Fistyle

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



Fistyle Akun Live 2



@fistyle_id02

2.466

Mengikuti

11,8 rb

Pengikut

9.801

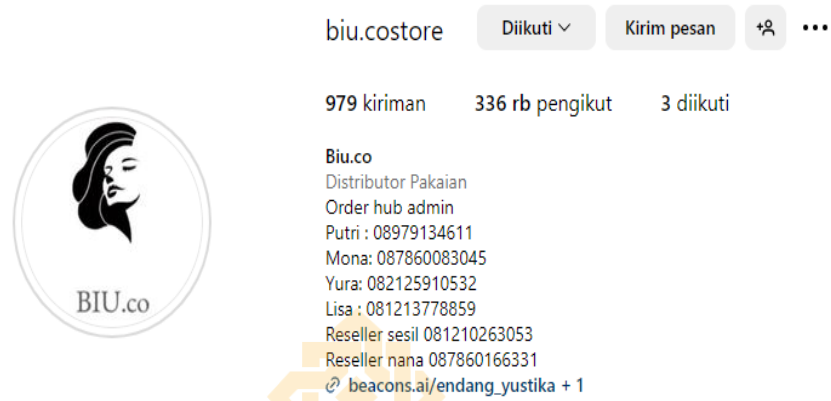
Suka

👉 Pesan

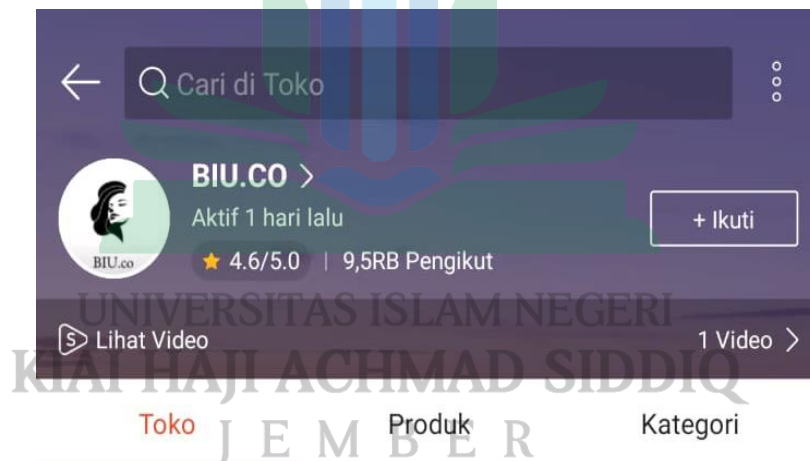


Akun Tiktok Live 2 Toko Fistyle

B. Platform *E-Commerce* Toko Biu.costore



Akun Instagram Toko Biu.costore



Akun Shopee Toko Biu.costore

C. Wawancara dengan Pelaku Usaha Babebo



Wawancara dengan Bapak Bowo Penjual BABEBO Tegalbesal



Wawancara dengan Bapak Herul Penjual BABEBO Mangli, Jember.



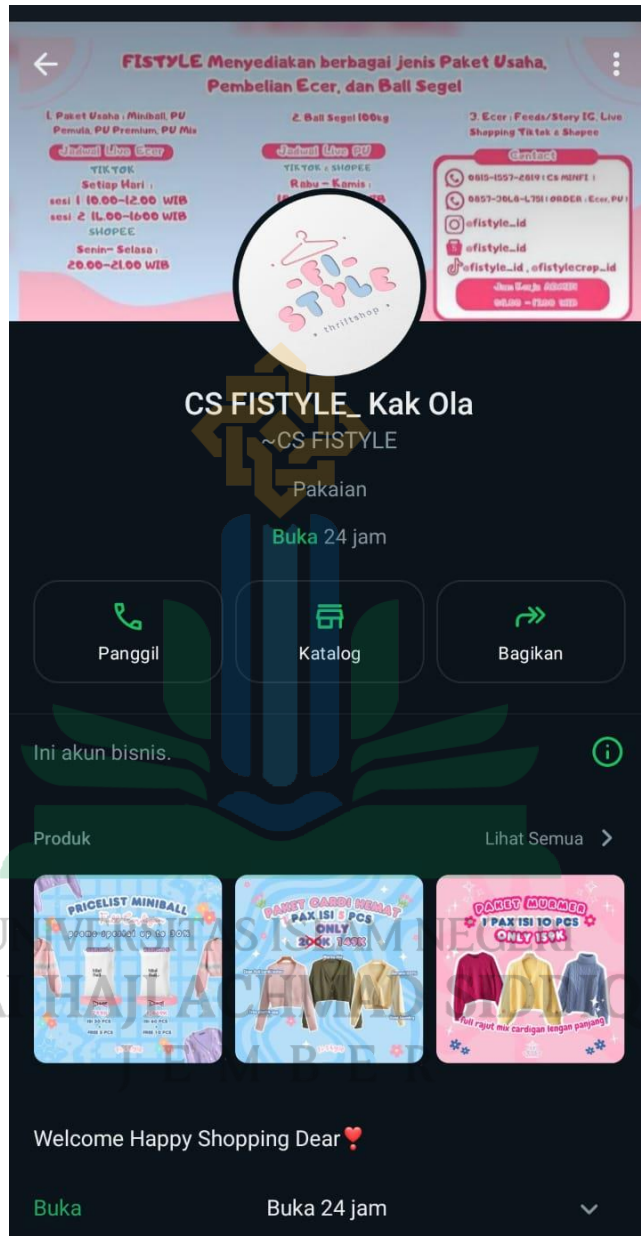
Wawancara dengan Ibu Yanti Penjual BABEBO Mangli, Jember.

D. Wawancara dengan Penjahit



Wawancara dengan Bapak Choirullah Penjahit Mangli, Jember.

E. Akun Whatsapp Toko Fistyle



Akun *Whatsapp* admin Ola

F. Ulasan Toko Fistyle di Shopee



neviaa

Membantu



Variasi: 81 | Beli produk yang sama >

Tampilan: kapok blnja sni brang yg jual jlek beli 2 gk ada yg bisa pkai, klo menurut sy bju ky ini gk ush jual kshan yg beli emnag sih hrg gk seberapa tpi tetap nyesak Krn gw beli pkai uang bkn minta

Warna: buluk ,gk lyak

Lihat Lainnya

13 Okt 2023

Ulasan akun @neviaa



riskaseptiza

Membantu




Variasi: 9 | Beli produk yang sama >

Ada yg robek

Ukuran: Pas

14 Okt 2023

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

 rasya_variasi

Membantu(1)



Variasi: 14  Beli produk yang sama >

Pesananqu sudah datang kaka produk bagus cakep mantul pokoknya 🥰🥰🥰 order pas 10.10 dapet harga cuma 29 ribu dapet 2 potong mantapp 🤗

Warna: bagus
Tampilan: keren



13 Okt 2023

Ulasan akun @rasya_variasi

 vaninurcahyanti539

Membantu(4)



Variasi: 30  Beli produk yang sama >

Barang sampai dengan selamat. Ini sudah yang 2x order di sini sumpah bajunya bagus bagus dan harum 😍🥰 Next mau order lagi yang lain dan Admin fast respon minta dikirimin foto bajunya

Tampilan: tampilan sesuai dengan yang di live
Warna: warna sesuai



Ukuran: Pas, Nyaman Dipakai

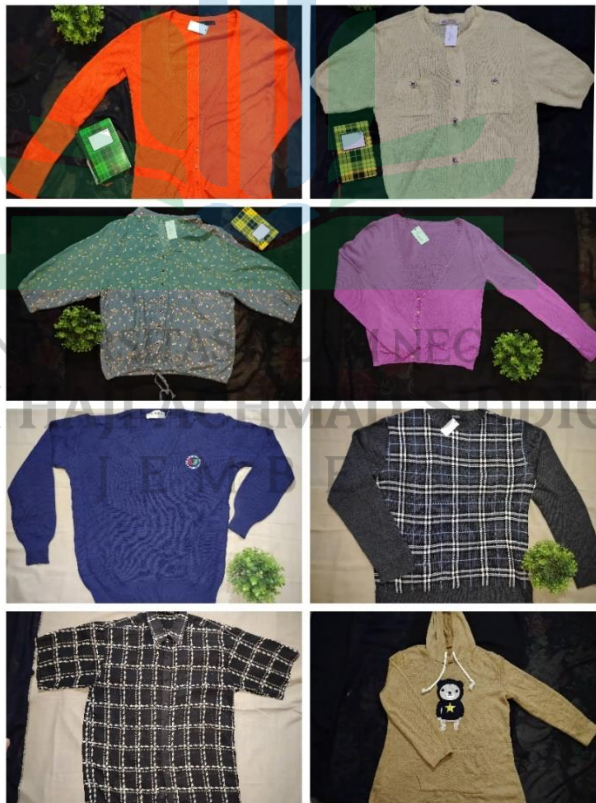
20 Okt 2023

Ulasan akun @vaninurcahyanti539

G. Foto Produk Toko Fstyle yang Dibeli Saudara Ayunda



Celana Paket Feminim



Baju Paket Femini

← Rincian Pesanan



📍 Alamat Pengiriman

SALIN

Ayunda Wulandari
(+62) 857-4986-2906
Kontrakan Niki Sae, Jalan Otista, RT.3/RW.7, Lingkungan
Karang Mluwo, Kaliwates, KAB. JEMBER, KALIWATES,
JAWA TIMUR, ID, 68136

🛒 fistyle_id2

Kunjungi Toko >



PAKET FEMINIM

x1

Bebas Pengembalian

Rp218.900

Subtotal Produk

Rp218.900

Subtotal Pengiriman

Rp29.250

Subtotal Diskon Pengiriman ⓘ

-Rp29.250

Biaya Penanganan ⓘ

Rp8.756

Biaya Layanan

Rp1.000

Total Pesanan

Rp228.656

Mohon lakukan pembayaran sebesar **Rp228.656** saat menerima produk

Faktur

LIHAT

Metode Pembayaran

COD

🕒 Koin Shopee Didapatkan

15.323 Koin

Voucher Shopee Digunakan

15.323 Koin

Faktur Pembelian Produk

H. Ulasan Toko Biu.costore di Shopee

 tamicastore Membantu

★★★★★

Variasi: Biru Beli produk yang sama >

BAGUS BANGETTTT. Selalu langganan di BIU adminnya ramah. Aku gak pernah nyesel order disini bajunya bagus semuaaa. I have pin B for BIU ❤️

Warna: sesuai
Tampilan: bikin efek langsing



Ukuran: Pas
23 Apr

Ulasan akun @tamicastore



 garneta1612 Membantu(1)

★★★★★

Variasi: Hitam Beli produk yang sama >

Baguuuss, lucu banget

Warna: hitam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ



08 Mei

Ulasan akun @garneta1612

BIODATA



Nama : Anis Kurlillah
NIM : 201102020021
Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 14 Desember 2001
Alamat : Sidomukti Prubungan, Bungah, Gresik
Fakultas : Syariah
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Email : aniskurlillah.57@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. UIN Kiai haji Achmad Siddiq Jember : Tahun 2020 – Sekarang
2. MA. Manbaul Ulum Mojopurogede : Tahun 2017 – 2020
3. Mts. Manbaul Ulum Mojopurogede : Tahun 2014 – 2017
4. MI. Nurul Ulum Sidomukti : Tahun 2008 – 2014

RIWAYAT ORGANISASI

1. Bendahara Dewan racana Pramuka UIN Kiai haji Achmad Siddiq Jember Periode 2022-2023.
2. Bendahara Umum Reka Kewirausahaan Pramuka UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Periode 2021-2022.
3. Ketua IPPNU PR Sidomukti Periode 2020-2021.
4. Ketua IPPNU PK Manbaul Ulum Mojopurogede Periode 2019-2020.
5. Bendahara OSIS MA. Manbaul Ulum Mojopurogede Periode 2018-2019.