

**PRAKTEK *PREDATORY PRICING* PADA PRODUK KOSMETIK IMPOR
MELALUI *E-COMMERCE* DALAM PERSEKTIF HUKUM POSITIF DAN
HUKUM ISLAM**

(Studi toko kosmetik ICOSMETIC Kecamatan Gedeg, Kabupaten Mojokerto)

SKRIPSI

Oleh :

Shinta Laili Rahmawati

18220159



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2024

**PRAKTEK *PREDATORY PRICING* PADA PRODUK KOSMETIK IMPOR
MELALUI *E-COMMERCE* DALAM PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN
HUKUM ISLAM**

(Studi toko kosmetik ICOSMETIC Kecamatan Gedeg, Kabupaten Mojokerto)

SKRIPSI

Oleh :

Shinta Laili Rahmawati

18220159



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2024

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab untuk pengembangan pengetahuan, Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

TINJAUAN HUKUM *PREDATORY PRICING* PADA PRODUK KOSMETIK IMPOR MELALUI *E-COMMERCE*

Sungguh-sungguh merupakan skripsi yang dibuat sendiri sesuai dengan kaidah

penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Apabila kemudian hari laporan penelitian skripsi ini ternyata hasil plagiasi karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan, maka skripsi sebagai prasyarat mendapat predikat gelar sarjana ditetapkan batal demi hukum.

Malang, 29 Mei 2024

Penulis,



Shinta Laili Rahmawati



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

FAKULTAS SYARIAH

Jl. Gajayana 50 Malang Telp. (0341) 551354 Fax. (0341)
572533

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Shinta Laili Rahmawati, Nim : 18220159 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

TINJAUAN HUKUM *PREDATORY PRICING* PADA PRODUK KOSMETIK IMPOR MELALUI *E-COMMERCE*

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji pada Majelis Dewan Penguji

Mengetahui,

Ketua program studi

Dr. Fakhruddin, M.HI

NIP. 197408192000031002

Malang, 28 Mei 2024

Dosen Pembimbing

Dr. Burhanuddin Susanto, M.Hum

NIP. 197801302009121002

HALAMAN PENGESAHAN

Dewan Penguji Skripsi saudara Shinta Laili Rahamawati, NIM 18220159, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

PRAKTEK *PREDATORY PRICING* PADA PRODUK KOSMETIK IMPOR MELALUI *E-COMMERCE* DALAM PERSEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM

(Studi toko kosmetik ICOSMETIC Kecamatan Gedeg, Kabupaten Mojokerto)

Telah dinyatakan Lulus dengan nilai A Dengan Penguji:

1. Aditya Prastian Supriyadi, M.H

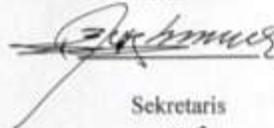
NIP : 199304292020121003

()

Ketua

2. Dr. Burhanuddin Susanto, S.HI, M.Hum

NIP : 197801302009121002

()

Sekretaris

3. Dr. Fakhruddin, M.HI

NIP : 197408192000031002

()

Penguji Utama

Malang, 24 Juni 2024



Dekan

Prof. Dr. Sudirman, M.A.

NIP 197708222005011003

MOTTO

مِنْكُمْ تَرَاضٍ عَنْ تِجَارَةٍ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالَكُمْ تَأْكُلُوا لَا آمَنُوا الَّذِينَ أَيُّهَا يَا

“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 di antara kamu...”

(Q.S An-Nisa : 29)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil ‘alamin, Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT Tuhan semesta alam yang telah memberikan berkah dan rezeki sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**PRAKTEK *PREDATORY PRICING* PADA PRODUK KOSMETIK IMPOR MELALUI *E-COMMERCE* DALAM PERSEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM (Studi toko kosmetik ICOSMETIC Kecamatan Gedeg, Kabupaten Mojokerto)**” dengan baik. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada akhirul anbiya’ Nabi Muhammad Saw dengan syafaatnya semoga kita bisa berkumpul bersama di surga-Nya Allah Swt.

Dengan hadirnya skripsi ini tidak lain melalui banyak bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, dengan segenap kerendahan hati, penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Sudirman, MA, selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Fakhruddin, M.HI, selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Burhanuddin Susanto, S.HI., M.Hum selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan waktu untuk memberikan pengarahan dan motivasi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

4. Ibu Dwi Fidhayanti, S.HI., M.H, selaku dosen wali penulis selama kuliah di jurusan hukum ekonomi syariah yang telah memberikan pengarahan dan dukungan.
5. Dewan penguji skripsi yang telah memberikan kritik yang membangun serta arahan dalam menyempurnakan kekurangan dalam penelitian penulis.
6. Segenap dosen fakultas syariah universitas islam negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah dengan sabar mengajar, mendidik, membimbing, serta memberikan ilmunya dengan ikhlas dan tulus.
7. Staff serta karyawan fakultas syariah universitas islam negeri Maulana Malik Ibrahim Malang penulis ucapkan terimakasih atas partisipasinya selama masa perkuliahan ini.
8. Kedua orang tua yaitu Bapak Mashuri dan Ibu Mariya Ulfa yang telah mendukung dan mendoakan sepanjang hidup penulis. Terimakasih untuk segalanya dari lubuk hati yang paling dalam.
9. Untuk kakak dan kakak ipar saya Taufan dan Anita yang telah memberikan dukungan dan penyemangat, dan untuk kaka sepupu saya Riza Isro'i yang telah membantu dan memberikan dukungan dan doa demi kelancaran penulisan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan Hukum Ekonomi Syariah yang selalu membantu dalam berdiskusi terkait skripsi. Serta semua pihak yang telah membantu memberikan saran dan nasehat yang tidak dapat disebutkan satu persatu hingga terselesaikan penulisan skripsi ini.

11. Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me all times, thanks for myself.

Demikian ucapan terimakasih ini, semoga Allah memberikan balasan yang setara kepada para pihak yang telah berbaik hati terlibat dalam penyusunan skripsi ini. Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan keberkahan bagi diri penulis juga bisa memebrikan manfaat yang berkelanjutan bagi khalayak umum. Penulis juga mengucapkan permohonan maaf apabila terdapat banyak kesalahan dalam penyusunan penelitian ini. Sehingga perlu adanya kritik dan saran dari berbagai pihak untuk kualitas tulisan ini menjadi lebih baik lagi.

Malang, 29 Mei 2024

Penulis,



Shinta Laili Rahmawati

NIM 18220159

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Huruf Latin	Huruf Arab	Huruf Latin
ا	Tidak dilambangkan	ط	th
ب	b	ظ	dh
ت	t	ع	'(koma menghadap ke atas)
ث	ts	غ	gh
ج	j	ف	f
ح	<u>h</u>	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	dz	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	هـ	h
ش	sy	ء/أ	a
ص	sh	ي	y

ض	dl
---	----

Hamzah (a) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fath{ah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	D{ammah	U	U

Contoh :

كَيْفٌ : *kaifa*

حَوْلٌ : *hauLa*

C. Ta'Marbuthah

(ة) Ta' marbûthah (ة) ditransliterasikan dengan "t" jika berada di tengah kalimat, akan tetapi ta' marbûthah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan "h" misalnya للمرساة الرسالة menjadi al- risala li-mudarrisah, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan mudlaf dan mudlaf ilayh, maka ditransliterasikan dengan menggunakan "t" yang disambungkan dengan kalimat berikut, misalnya فِي رَحْمَةِ هَلَّا menjadi fi rahmatillâh.

D. Kata Sandang dan Lafdhal-Jalalah

Kata sandang berupa “al” (ال) dalam lafadh jalâlah yag berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (idhafah) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut :

- a. Al-Imâm al-Bukhâriy mengatakan
- b. Al-Bukhâriy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan
- c. Masyâ’ Allah kânâ wa mâlam yasyâ lamyakun
- d. Billâh ‘azza wajalla

E. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namunitu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh : أمرت -umirtu شيء -syai’un

F. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi’il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh : وإن هلل لهو خير الرازقين -wainnalillâhalahuwakhairar-râziqîn.

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk

menuliskan oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sanfangnya.

Contoh :

wa maa Muhammadun Rasûl illâ = رسول الى محمد وما

wudli'alinnâsi inna Awwalabaitin wudli'alinnâsi= للناس وضع بيت اول إن

Penggunaan huruf capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan arabnya memang lengkap demikian dan jika penulisan itu disatukan dengan katalainsehinggaadahurufatauharakatyangdihilangkan,makahurufcapital tidakdipergunakan.

Contoh : فتح و هلا من قريبنص: = nasrun minallâhi wafathun qarîb

jami'an al-amru lillahi = هلل المرجميعا

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman tranliterasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid.

DAFTAR ISI

Pernyataan keaslian skripsi	i
Halaman persetujuan	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Motto	iv
KATA PENGANTAR	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
مستخلص الباحث	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Definisi Operasional	12
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
A. Penelitian Terdahulu	16
B. Kerangka Teori	24
A. Jual Beli	24

B. E-Commerce	45
BAB III METODE PENELITIAN	53
A. Jenis Penelitian	53
B. Pendekatan Penelitian	53
C. Lokasi Penelitian	54
D. Metode Pengambilan Sampel.....	54
E. Jenis dan Sumber Data	55
F. Metode Pengumpulan Bahan Hukum	57
G. Metode Analisis Bahan Hukum	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Gambaran Umum Pelaku Usaha	60
B. Tinjauan Hukum Di Indonesia Terhadap <i>Predatory Pricing</i> Pada Produk Kosmetik Impor Melalui <i>E-Commerce</i>	61
C. Tinjauan Hukum Islam Terhadap <i>Predatory Pricing</i> Pada Produk Kosmetik Impor Melalui <i>E-Commerce</i>	72
BAB V PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan Harga	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2.1 Jenis E-Commerce	50

ABSTRAK

Rahmawati, Shinta Laili. 18220159. PRAKTEK *PREDATORY PRICING* PADA PRODUK KOSMETIK IMPOR MELALUI *E-COMMERCE* DALAM PERSEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM (Studi toko kosmetik ICOSMETIC Kecamatan Gedeg, Kabupaten Mojokerto). Skripsi, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing : Dr. Burhanuddin Susanto, S.HI., M.Hum.

Kata kunci : Harga; E-Commerce; Jual Rugi.

Perkembangan dalam dunia bisnis online atau *e-commerce* semakin mengalami peningkatan yang pesat. Hal ini membuat *e-commerce* menjadi salah satu bisnis yang sangat diminati dan memiliki potensi yang besar dalam perdagangan seperti kosmetik impor yang dijual dengan harga rendah. Penetapan harga rendah seperti ini dapat mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat antar pelaku usaha. Pelaku usaha banyak yang menjual produknya dengan harga yang sangat rendah untuk menarik konsumen. Maka persaingan usaha antar pelaku usaha kosmetik sangatlah kompetitif. Pelaku usaha haruslah lebih berhati-hati dengan strategi semacam ini, karena menetapkan harga dibawah harga asli yang beredar di *e-commerce* dapat dikategorikan *predatory pricing*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor penyebab terjadinya penetapan harga di bawah harga pasar atau melakukan jual rugi pada satu produknya dan untuk mengetahui bagaimana perspektif Undang-Undang serta hukum Islam terhadap praktek tersebut.

Jenis penelitian yang digunakan adalah empiris yaitu jenis penelitian hukum yang mengkaji secara nyata hal-hal yang terjadi di masyarakat. Dengan didukung melalui pendekatan kualitatif yang mana pendekatan ini akan memusatkan dalam aspek pemahaman dalam lingkup sosiologis, pengumpulan data dilakukan melalui teknik analisis data secara kualitatif, Wawancara, Observasi, Studi Pustaka, UU No.5/1999, serta penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini.

Adapun hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa pelaku usaha yang menjual produk dengan harga di bawah pasar dapat dikategorikan sebagai praktik *predatory pricing*, namun hal tersebut harus dibuktikan dengan unsur-unsur pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999. Peneliti menemukan bahwa faktor pelaku usaha menjual harga rendah tidak menunjukkan tanda-tanda kerugian bagi kedua belah pihak, dan tidak ditemukan faktor negatif yang melanggar UU No. 5 Tahun 1999. Maka dapat disimpulkan bahwa, selama hal tersebut dilakukan sesuai prosedur dan ketentuan yang benar maka jual rugi dengan alasan tertentu seperti cuci gudang diperbolehkan karena bersifat sementara.

ABSTRACT

Rahmawati, Shinta Laili. 18220159. PREDATORY PRICING PRACTICES ON IMPORTED COSMETIC PRODUCTS VIA E-COMMERCE FROM THE PERSPECTIVE OF POSITIVE LAW AND ISLAMIC LAW (Study of ICOSMETIC cosmetics shop, Gedeg District, Mojokerto Regency). Thesis, Department of Sharia Economic Law, Faculty of Sharia, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang.

Supervisor : Dr. Burhanuddin Susanto, S.HI., M.Hum.

Keywords : Price; E-Commerce; Sell Loss.

Developments in the world of online business or *e-commerce* are increasing rapidly. This makes *e-commerce* one of the businesses that are in great demand and has great potential in trade such as imported cosmetics that are sold at low prices. Low pricing like this can result in unhealthy business competition between business actors. Many business actors sell their products at very low prices to attract consumers. So business competition between cosmetic business actors is very competitive. Business actors must be more careful with this kind of strategy, because setting prices below the original price circulating in *e-commerce* can be categorized as *predatory pricing*.

The purpose of this research is to find out the factors that cause prices to be set below market prices or sell at a loss on a product and to find out what the perspective of the law and Islamic law is on this practice.

The type of research used is empirical, which is a type of legal research that examines real things that happen in society. Supported by a qualitative approach where this approach will focus on aspects of understanding in the sociological scope, data collection is carried out through qualitative data analysis techniques, interviews, observations, literature studies, Law No.5/1999, and research related to this research.

The results of the research obtained from this study are that business actors who sell products at prices below the market can be categorized as predatory pricing practices, but this must be proven by the elements of article 20 of Law No. 5 of 1999. Researchers found that the factor of business actors selling low prices showed no signs of loss for both parties, and no negative factors were found that violated Law No. 5 of 1999. So it can be concluded that, as long as it is done according to the correct procedures and provisions, selling at a loss for certain reasons such as warehouse washing is allowed because it is temporary.

مستخلص الباحث

رحماواتي، شينتا ليلي. 18220159. ممارسات التسعير المقترس على منتجات مستحضرات التجميل المستوردة عبر التجارة الإلكترونية من منظور القانون الوضعي والقانون الإسلامي (دراسة متجر مستحضرات التجميل ، منطقة جيديج، محافظة موجوكيرتو). أطروحة، قسم القانون الاقتصادي الشرعي، كلية ICOSMETIC الشريعة، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

المشرف: د. برهان الدين سوسامتو، شي، م. هوم.

الكلمات المفتاحية: السع، التجارة الإلكترونية، البيع بالخسارة

تتزايد التطورات في عالم الأعمال التجارية عبر الإنترنت أو التجارة الإلكترونية بسرعة. وهذا يجعل التجارة الإلكترونية عملاً شائعاً للغاية ولها إمكانات كبيرة في التجارة مثل مستحضرات التجميل المستوردة التي تباع بأسعار منخفضة. يمكن أن يؤدي تحديد أسعار منخفضة كهذه إلى منافسة تجارية غير صحية بين الجهات الفاعلة في مجال الأعمال. يبيع العديد من رجال الأعمال منتجاتهم بأسعار منخفضة جداً لجذب المستهلكين. لذا فإن المنافسة التجارية بين الجهات الفاعلة في مجال مستحضرات التجميل تنافسية للغاية. ويجب على الجهات الفاعلة في مجال الأعمال أن تكون أكثر حذراً في التعامل مع هذا النوع من الإستراتيجية، لأن تحديد الأسعار أقل من السعر الأصلي المتداول في التجارة الإلكترونية يمكن تصنيفه على أنه تسعير افتراضي.

الغرض من هذا البحث هو معرفة العوامل التي تؤدي إلى تحديد الأسعار أقل من أسعار السوق أو بيع المنتج بخسارة ومعرفة وجهة نظر القانون والشريعة الإسلامية في هذه الممارسة.

نوع البحث المستخدم هو بحث تجريبي، وهو نوع من البحث القانوني الذي يدرس الأشياء الحقيقية التي تحدث في المجتمع. بدعم من النهج النوعي، سيركز هذا النهج على جوانب الفهم ضمن النطاق الاجتماعي، ويتم جمع البيانات من خلال تقنيات تحليل البيانات النوعية، والمقابلات، والملاحظات، والدراسات الأدبية، والقانون رقم 1999/5، فضلاً عن البحوث المتعلقة هذا البحث.

نتائج البحث التي تم الحصول عليها من هذا البحث هي أن رجال الأعمال الذين يبيعون المنتجات بأسعار أقل من أسعار السوق يمكن تصنيفهم على أنهم يمارسون التسعير المقترس، ولكن يجب إثبات ذلك من خلال عناصر المادة 20 من القانون رقم. وجد الباحثون أن رجال الأعمال الذين يبيعون بأسعار منخفضة لم يظهروا أي علامات خسارة لكلا الطرفين، ولم يتم العثور على أي عوامل سلبية مخالفة للقانون رقم 5 لسنة 1999. وعلى ذلك يمكن استنتاج أنه ما دام ذلك يتم وفق الإجراءات والأحكام الصحيحة، فإن البيع بالخسارة لأسباب معينة، مثل تخليص المستودعات، يجوز لأنه مؤقت

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Roda perekonomian Indonesia tidak lepas dari adanya kegiatan usaha. Dunia usaha dan bisnis memiliki peran yang sangat penting dalam memajukan perekonomian nasional.¹ Terutama perkembangan dalam dunia bisnis digital atau *e-commerce* akhir-akhir ini mengalami peningkatan yang pesat. Hal ini membuat *e-commerce* menjadi salah satu bisnis yang sangat diminati masyarakat dan memiliki potensi yang besar dalam dunia perdagangan.² Penjualan produk melalui *e-commerce* dinilai lebih praktis jika dibandingkan dengan cara konvensional yang mengharuskan pembeli berinteraksi langsung dengan penjual atau pembeli menggunakan uang tunai juga dapat membuat penjual dan pembeli terhubung walaupun berada di wilayah yang berbeda.³

E-commerce merupakan aktivitas bisnis yang berhubungan dengan pembeli, penyedia jasa layanan, pihak penjual melalui jaringan computer yang terhubung dengan internet. Dengan kata lain *e-commerce* merupakan transaksi perdagangan berupa barang maupun jasa melalui media elektronik. Melalui

¹ Diory Marpaung, Aspek Hukum Praktik Predatory Pricing, September 13, 2023, <https://www.dhp-lawfirm.com/aspek-hukum-praktik-predatory-pricing/>

² Basri Efendi, Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat, *Syiah Kuala Law Journal* : Vol.4 No.1, 2020. Hal. 21

³ Alfaro David Timotius, Ratih Kemala, Keterkaitan Konsep Predatory Pricing Dalam Praktik Diskon Harga Pada Industri Konveksi Baju Melalui E-Commerce Berdasarkan Perspektif Hukum Persaingan Usaha, *Jurnal Ilmiah Publika*, Vol. 10, No. 2, 2022. Hal. 314

internet para pelaku usaha dapat dengan mudah melakukan aktivitas bisnisnya secara mudah dan efisien dari segi waktu dan tempat.⁴

Menurut Onno W. Purbo dan Aang Wahyudi yang mengutip pendapatnya David Baum, menyebutkan bahwa :

“e-commerce is a dynamic set of technologies, application, and business processes that link enterprises, consumers, and communities through electronic transaction and the electronic exchange of goods, services, and information”.

Bahwa *e-commerce* merupakan suatu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayananan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

E-commerce merupakan konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web Internet* atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet.⁵

Semuanya dapat diakses dengan mudah melalui media sosial. Termasuk dengan produk kosmetik yang juga banyak diminati oleh kaum wanita kini semakin meningkat baik produk kosmetik lokal maupun produk kosmetik luar

⁴ Vicky Darmawan A.P, Ditha Wiradiputra, Predatory Pricing Dalam E-Commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha, *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, Vol. 6, No. 3, 2022. Hal. 9849

⁵ Imam Lukito, Tantangan Hukum Dan Peran Pemerintah Dalam Pembangunan E-Commerce, *JIKH* Vol. 11 No. 3, 2017. Hal. 353

negeri atau impor. Karena banyaknya macam produk kecantikan yang ada di setiap *e-commerce* terutama produk impor yang menjual dengan harga murah dengan kualitas yang tidak kalah bagus, maka tentu banyak persaingan antar perusahaan kosmetik dengan kompetitif guna mempertahankan konsumen salah satunya dengan persaingan antar produk kosmetik.⁶

Persaingan antara brand kosmetik lokal dengan brand kosmetik impor terbilang sengit, hal ini dikarenakan selain dari segi kualitas, penetapan harga dan discount juga sangat mempengaruhi minat konsumen. Mengingat banyaknya brand kosmetik impor yang menjual dan menawarkan harga jauh lebih murah daripada brand kosmetik buatan lokal.⁷

Tingginya minat kaum wanita terhadap produk kosmetik membuat pelaku usaha bersaing secara kompetitif untuk melakukan inovasi hal menciptakan dan mempertahankan konsumen.⁸

Seiring berjalannya waktu, dengan meningkatnya potensi yang cukup besar akan banyaknya pelaku usaha baru yang memasuki pasar perdagangan secara online melalui *e-commerce* dan menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat.⁹ Persaingan usaha tidak sehat dengan tingkat kompetitif yang tinggi

⁶ Firsty Sasi Suci Ramadhani, Teddy Prima Anggriawan, Aldira Mara Ditta Caesar Purwanto, Keterkaitan Pemberian Discount Pada Produk Kosmetik Dengan Konsep Predatory Pricing Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha, *Jurnal Publikasi Ilmu Hukum*, Vol. 1, No. 2, 2023. Hal. 118

⁷ Ramadhani, Anggriawan, Purwanto, Keterkaitan Pemberian Discount Pada Produk Kosmetik, Hal. 122

⁸ Ramadhani, Anggriawan, Purwanto, Keterkaitan Pemberian Discount, Hal. 118

⁹ Basri Efendi, Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (Kppu) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat, *Syiah Kuala Law Journal* : Vol.4 No.1, 2020. Hal.21

menyebabkan tuntutan pada para pelaku usaha untuk menerapkan berbagai macam strategi pasar dengan tujuan untuk mengambil keuntungan dan pembeli sebanyak-banyaknya juga mempertahankan bisnisnya. Akibat dari persaingan usaha tersebut menyebabkan beberapa pelaku usaha menetapkan harga rendah dengan sengaja untuk mematikan pelaku usaha lainnya yang bergerak dalam pasar yang sama dan menghambat pelaku usaha lainnya.¹⁰

Salah satu bentuk strategi pemasaran untuk menarik perhatian konsumen dengan cepat adalah melalui pesta diskon, voucher, promo maupun flashsale. Dengan bentuk promosi ini dengan menjual barang dengan harga murah dalam jangka waktu tertentu. Strategi ini membuat banyak konsumen tergiur. Namun, pelaku usaha harus lebih berhati-hati dengan strategi semacam ini, karena menetapkan harga dibawah harga asli yang beredar di *e-commerce* termasuk *Predatory Pricing*.

Predatory pricing adalah tindakan pelaku usaha yang menetapkan harga dibawah biaya produksi atau harga rendah dengan maksud untuk menyingkirkan pesaing lain yang ada di dalam pasar tersebut.¹¹ Menurut hukum persaingan usaha di Indonesia, praktik *predatory pricing* ini dilarang sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor. 5 Tahun 1999 tentang

¹⁰ Alfaro David Timotius, Ratih Kemala, Keterkaitan Konsep Predatory Pricing Dalam Praktik Diskon Harga Pada Industri Konveksi Baju Melalui E-Commerce Berdasarkan Perspektif Hukum Persaingan Usaha, *Jurnal Ilmiah Publik*, Vol. 10, No. 2, 2022. Hal.314

¹¹ Rezmia Febria, Dampak Kegiatan Jual Rugi (*Predatory Pricing*) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha, *Jurnal Selat*, Vol. 4 No. 2, 2017. Hal. 236

Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yaitu terdapat pada pasal 20 menyebutkan : “*Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara elakukan 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.*”

Dalam Undang-Undang No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menegaskan bahwa demokrasi ekonomi dibidang ekonomi menghedaki adanya kesempatan yang sama bagi semua masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses produksi dan jasa dengan cara yang sehat, efektif dan efisien utnuk berpartisipasi. Iklim bisnis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan berfungsi ekonomi pasar secara normal. Dalam UU Larangan Praktek Monopoli tersebut juga mengatur beberapa perilaku dan kegiatan yang dilarang dan yang dapat mengakibatkan persaingan tidak sehat.¹²

Predatory pricing biasanya dilarang bukan dikarenakan menetapkan harga yang terlalu rendah terhadap produk yang dijualnya sekarang, tetapi dikarenakan di masa yang akan datang pelaku usaha akan berusaha mengurangi produksinya kemudian menaikkan harga. Hal ini dapat terjadi apabila perusahaan yang lain lemah, dan terdapat halangan untuk masuk ke pasar yang

¹² Agiel Siraj Nasher, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perilaku Bisnis Jual Rugi (Predatory Pricing) Pada E-commerce di Indonesia*, Skripsi, 2022. Hal. 4-5

sama baik pesaing baru ataupun pesaing yang dikalahkan. Oleh karena itu apabila perusahaan yang melakukan praktek *predatory pricing*, dan tetap tidak mengurangi produksinya dan menaikkan harganya, maka kemungkinan tidak akan terjadi predatory pricing yang bertentangan dengan hukum.¹³

Menurut Kurnia Toha, terdapat tiga syarat suatu aktivitas bisnis disebut sebagai *predatory pricing*. Syarat yang pertama adalah harga di bawah ongkos atau di bawah harga pasar (harga rendah); kedua, ditujukan untuk mematikan pelaku usaha lain yang memiliki usaha serupa (pesaing); ketiga, setelah pesaing mati, maka pelaku usaha akan menaikkan harga untuk memulihkan kerugian selama melakukan strategi *predatory pricing* dan mendapatkan keuntungan di atas kewajaran.¹⁴

Semenjak maraknya *e-commerce* atau perdagangan digital, kementerian perdagangan membuat aturan khusus terkait diskon. Karena dalam hal ini, para pelaku usaha seringkali melakukan tindakan *predatory pricing* dengan kedok diskon atau potongan harga. Selain itu, mengenai perdagangan impor terutama pada produk kosmetik impor yang dijual dengan harga yang sangat murah tersebut kementerian perdagangan mengeluarkan aturan baru yaitu Peraturan

¹³ Muhammad Faishol, Luluk Nur Sayidatin Nisak, M. Thoha Ainun Najib, mas Ach Azmi Mukminin, M. Ashilus Sadid, Praktek Predatory Pricing dalam Perspektif Maqashid Syariah, *Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, Vol. 4, No. 2, 2022. Hal. 115

¹⁴ Yohanna Amelia Panjaitan, Indikasi Predatory Pricing Pada Praktik Perang Harga Indikasi Predatory Pricing Pada Praktik Perang Harga Antara Pelaku Usaha Financial Technology (Fintech) Antara Pelaku Usaha Financial Technology (Fintech) Ditinjau Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha Ditinjau Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Indonesia, *Jurnal Program Magister Hukum FHUI*, Vol. 1 No. 3, 2021. Hal. 1616

Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 21 Tahun 2021 Tentang Kebijakan Dan Pengaturan Impor.

Contoh kasus dalam predatory pricing yang sudah diputus oleh KPPU Nomor 3/KPPU-L/2020, Majelis Komisi mempertimbangkan bahwa Terlapor dalam hal ini adalah PT. Conch South Kalimantan Cement memenuhi unsur-unsur dalam Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 berdasarkan fakta persidangan. Sehingga perbuatan *predatory pricing* yang dilakukan oleh perusahaan tersebut mengakibatkan beberapa pelaku usaha lain mengalami kesulitan bersaing dan mengalami penurunan akibat dari perilaku *predatory pricing* tersebut.

Selain contoh kasus yang saat ini masih menjadi perdebatan, bahwa pada tahun 2023 tiktok memberlakukan tiktok shop dalam aplikasi, sedangkan sudah jelas bahwa tiktok melanggar aturan hukum yang berlaku di Indonesia yaitu dijelaskan bahwa Tiktok adalah sosial media namun memberlakukan sistem belanja didalamnya yaitu Tiktok shop, sedangkan itu adalah dua hal yang berbeda dan tidak dapat disatukan dalam satu aplikasi. Baru-baru ini Tiktok shop kembali dibuka setelah sempat ditutup membuat banyak masyarakat menyambut hal baik tersebut karena dapat berjualan kembali, namun ternyata Tiktok masih melakukan melanggar Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan Pengawasan Pelaku dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Menurut Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah alasan

Tiktok melanggar adalah Tiktok dalam praktiknya masih menggunakan Tiktok shop itu terintegrasi dengan media sosial.

Karena dalam tiktok shop barang yang dijual dengan harga yang sangat murah, bahkan lebih murah dari marketplace seperti Shopee. Maka hal ini membuat pelaku UMKM yang tidak menjual barangnya secara online mengalami kesulitan dalam menjual barangnya. Berlaku juga dengan pelaku UMKM kosmetik impor yang tidak secara aktif melakukan jual beli melalui e-commerce atau tiktok shop ini akan mengalami kesulitan dan menghambat pelaku usaha lain.

Predatory pricing dalam islam dapat disebut Siyasa Al-Ighraq, siyasa al-ighraq dapat mengganggu stabilitas harga pasar dan menciptakan persaingan tidak sehat. Hal ini pernah terjadi di masa khalifah Umar bin al-Khattab pernah menawarkan pilihan kepada pedagang : menaikkan harga ke harga standar pasar atau meninggalkan pasar.¹⁵

Dalam islam perusahaan yang melakukan *predatory pricing* secara tegas dilarang karena dapat menimbulkan kemudharatan bagi masyarakat terutama perusahaan pesaing yang lain. Dalam syariah, jual beli yang mengandung kemudharatan dilarang oleh nabi, seperti halnya sabda Nabi Muhammad SAW yang artinya “*Janganlah memberikan kemudharatan bagi diri sendiri dan jangan pula memberi kemudharatan bagi orang lain.*” Maka

¹⁵ Nungki Pahrussadi, Pemikiran dan Pranata Hukum Ekonomi Syariah Yahya bin Umar, Jurnal Atsar Unisa, Vol. 2 No. 1, 2022. H.66

jika hal tersebut dilakukan dengan sengaja untuk mematikan pasar dan membahayakan orang lain maka dilarang, karena juga merupakan kompetisi yang bersifat curang dan tidak sehat.¹⁶

Salah satu kota dengan pertumbuhan penjualan kosmetik impor yang sangat diminati dan mengalami kemajuan yang tinggi di Indonesia adalah Kota Mojokerto. Kemajuan penjualan kosmetik impor di Mojokerto ternyata tidak selalu berdampak positif namun juga berdampak negatif, dampak negatif tersebut adalah adanya praktik jual rugi atau *predatory pricing*. Salah satu toko kosmetik yang melakukan jual rugi adalah Icosmetic, namun hal tersebut tidak bisa dikatakan predatory pricing tanpa melihat unsur-unsur sesuai dengan Undang-Undang yang berlaku dan harus dibuktikan oleh Undang-Undang.

Pada dasarnya jika pelaku usaha melakukan jual rugi atau *predatory pricing* juga harus dilihat dari tujuan pelaku usaha tersebut, bisa saja pelaku usaha melakukan jual rugi atau menjual dengan harga rendah itu untuk tujuan lain bukan untuk mematikan pelaku usaha lain, dengan dalih diskon.

Pada dasarnya, diskon merupakan strategi bisnis yang tidak dilarang jika harga yang diberikan masih dalam kategori *reasonable price* atau harga wajar dimana hal ini merupakan sebagai bentuk fasilitas kepada konsumen. Penggunaan strategi diskon harga dianggap sebagai solusi bagi pelaku usaha

¹⁶ Muhammad Faishol, Luluk Nur Sayidatin Nisak, M. Thoha Ainun Najib, mas Ach Azmi Mukminin, M. Ashilus Sadid, Praktek Predatory Pricing dalam Perspektif Maqashid Syariah, *Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, Vol. 4, No. 2, 2022. Hal. 116

untuk mempertahankan bisnisnya, namun banyak yang menetapkan harga yang ekstrim sehingga harga produknya menjadi sangat rendah.¹⁷

Berikut perbandingan antara harga di toko Icosmetic dengan toko lain :

Tabel 1.1
Perbedaan harga

ICOSMETIC	TOKO KOSMETIK LAIN
 <p><i>Price : Rp. 15.000</i> Source : toko Icosmetic</p>	 <p>Source : https://id.shp.ee/DWpR58b</p>

Berdasarkan sampel di atas, dapat dilihat dan diketahui bahwa ada selisih harga produk antara Icosmetic dan toko online lain. Sehingga perbedaan tersebut menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama. Berdasarkan hasil perbandingan harga diatas tersebut bahwa toko Icosmetic menjual dengan harga yang lebih murah daripada toko lain, maka timbul pertanyaan apakah harga lebih rendah yang

¹⁷ Alfaro David Timotius, Ratih Kemala, Keterkaitan Konsep Predatory Pricing Dalam Praktik Diskon Harga Pada Industri Konveksi Baju Melalui E-Commerce Berdasarkan Perspektif Hukum Persaingan Usaha, *Jurnal Ilmiah Publika*, Vol. 10, No. 2, 2022. Hal 318

ditetapkan oleh toko Icosmetic ini adalah termasuk kategori praktek *predatory pricing*? Bagaimana legalitas dan pandangan hukum menurut UU No. 5 Tahun 1999 dan Hukum Islam?

Sehingga untuk menjawab pertanyaan tersebut maka peneliti tertarik untuk menelaah lebih dalam tentang perspektif hukum positif dan hukum Islam yang menjadi dasar pada penelitian ini dan mengambil judul **“PRAKTEK PREDATORY PRICING PADA PRODUK KOSMETIK IMPOR MELALUI E-COMMERCE PADA PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM (Studi toko kosmetik ICOSMETIC Kecamatan Gedeg, Kabupaten Mojokerto).”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dapat diambil suatu rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana perspektif hukum positif di Indonesia terhadap praktek *predatory pricing* pada produk kosmetik impor melalui *e-commerce*?
2. Bagaimana perspektif hukum Islam terhadap praktek *predatory pricing* pada produk kosmetik impor melalui *e-commerce*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis tinjauan hukum di Indonesia terhadap *predatory pricing* pada produk kosmetik impor melalui *e-commerce*.
2. Untuk menganalisis tinjauan hukum islam terhadap *predatory pricing* pada produk kosmetik melalui *e-commerce*.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Praktis
 - a. Menambah, mendalami, memperluas khazanah keilmuan mengenai tinjauan hukum terhadap *predatory pricing* pada produk kosmetik impor sebagai melalui *e-commerce*.
 - b. Dapat digunakan sebagai landasan bagi penelitian selanjutnya yang sejenis untuk kedepannya.
2. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan kontribusi bagi pengembangan keilmuan hukum bisnis syariah khususnya dalam aspek hukum terhadap predatory pricing pada produk kosmetik impor melalui e-commerce saat ini, dan ditinjau dari hukum islam dan Undang-Undang yang berlaku, dan diharapkan penelitian ini dapat membantu dan membawa manfaat dalam pengembangan keilmuan masyarakat, khususnya di dunia bisnis agar pelaksanaannya sesuai dengan syariah/hukum islam.

E. Definisi Operasional

1. Tinjauan hukum adalah sumber penelitian yang dilengkapi dengan topik-topik hukum yang dianalisis dan dijadikan acuan, juga memberikan analisis ilmiah tentang konsep-konsep hukum yang muncul dari berbagai topik.

2. Hukum islam adalah hukum yang bersumber dan menjadi bagian dari adama islam yang dijadikan sebagai dasar acuan atau pedoman syariat islam. Hukum tersebut tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan manusia, akan tetapi hukum tersebut mengatur hubungan manusia dengan Tuhan.
3. Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat itu merupakan instrumen penting dalam mendorong terciptanya efisiensi ekonomi, dan menciptakan iklim kesempatan berusaha yang sama bagi semua pelaku usaha. Undang-Undang tersebut dijadikan acuan dalam menerapkan penegakan hukum terhadap hal yang dilakukan pedagang dalam melaksanakan usahanya.
4. *Predatory pricing* adalah strategi bisnis yang dilakukan pelaku usaha dengan menetapkan harga di bawah harga pasar atau di bawah ongkos produksi dengan tujuan untuk menyingkirkan pesaingnya dan mengakibatkan pesaing tidak dapat memasuki pasar yang sama dan kemudian pelaku usaha tersebut menaikkan kembali harganya.
5. *E-commerce* adalah suatu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.
6. Impor adalah kegiatan memasukkan barang dari suatu negara (luar negeri) ke dalam wilayah pabean negara lain.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dibuat untuk memudahkan penelitian dalam penyusunan skripsi ini sehingga perlu ditentukan sistematika pembahasan yang baik. Maka penulis menyusun ke dalam 5 bab yang disesuaikan dengan pedoman penulisan karya ilmiah Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, yaitu masing-masing bab dibagi dalam sub-sub, dengan perincian sebagai berikut :

BAB I pada bab ini merupakan pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara praktis maupun teoritis dan disertai definisi yang berhubungan dengan teori dalam tema penulisan penelitian ini. Selanjutnya membahas mengenai penelitian terdahulu dan terakhir merupakan sistematika penulisan yang berisikan rincian bab I sampai bab V yang akan diteliti.

BAB II pada bab ini berisikan tinjauan pustaka yang terdiri dari kajian teori yang berisikan pemikiran dan/atau konsep-konsep yang dapat digunakan sebagai landasan teoritis untuk mengkaji dan meneliti masalah yang muncul dalam penelitian ini.

BAB III pada bab ini merupakan metode penelitian yang berisikan jenis penelitian, lokasi penelitian, kemudian pendekatan penelitian dan jenis penelitian serta metode penelitian yang dibantu proses secara sistematis selama penelitian berlangsung, dengan harapan mempermudah jalannya penelitian.

BAB IV pada bab ini merupakan hasil penelitian dan pembahasan, bab ini berisikan penguraian dari lapangan serta materi penelitian secara kepustakaan kemudian akan dianalisis untuk menjawab rumusan masalah yang telah dipaparkan oleh peneliti.

BAB V pada bab ini merupakan penutup, yang berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan berdasarkan tema yang diangkat. Selain itu dalam bab ini juga memaparkan beberapa saran dari peneliti terhadap penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai penunjang yang dapat dijadikan referensi agar tidak terjadi pengulangan pembahasan ruang lingkup yang sama, hal ini juga dapat menambah referensi bagi penulis untuk melakukan penelitian ini. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu dengan tema yang serupa, yaitu :

1. Skripsi oleh Aulia Ma'rifah, tahun 2021 berjudul : *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*.¹⁸ Dalam skripsi ini menjelaskan tentang bagaimana praktek penetapan harga di bawah harga official store ditinjau menurut Undang-Undang No. 5 tahun 1999 dan Fiqh Muamalah ditemukan bahwasanya ada beberapa narasumber dari toko online/offline yang berbeda, maka metode yang digunakan dalam penetapan harga juga bermacam-macam sesuai toko tersebut. Metode yang digunakan para pelaku usaha di marketpalce tersebut yaitu dengan menteapkan keuntungan

¹⁸ Aulia Ma'rifah, 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 (Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016) <http://etheses.uin-malang.ac.id/29880/7/17220188.pdf>

sesuai dengan peraturan toko, melihat harga di pasaran, mengkalkulasi pembelian produk dan ongkos kirim, mematuhi peraturan yang telah dibuat oleh pihak pusat.

Maka dapat disimpulkan bahwa dalam menetapkan harga di marketplace Shopee ini tidak ada campur tangan pemerintah, para pelaku usaha bebas menentukan harga namun pada aturan yang semestinya. Sedangkan jika ditinjau menurut hukum islam, praktek penetapan harga oleh reseller skincare di marketplace Shopee dapat dikatakan telah sesuai dengan aturan agama maupun negara serta sesuai dengan prinsip Fiqh Muamalah karena tidak ada yang dirugikan atas praktek ini.

2. Agiel Siraj Nahser, tahun 2022 berjudul : *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perilaku Bisnis Jual Rugi (Predatory Pricing) Pada E-commerce di Indonesia*.¹⁹ Dalam skripsi ini menjelaskan tentang bagaimana perilaku dan praktek bisnis *predatory pricing* di *e-commerce* menurut hukum islam ditemukan bahwa praktek *predatory pricing* yang dilakukan oleh pelaku usaha di *e-commerce* jika menurut Undang-Undang No. 5 tahun 1999 adalah dilarang karena menimbulkan persaingan tidak sehat dan kerugian pada orang lain. Dalam ajaran islam dianjurkan agar umatnya untuk melakukan perlombaan dalam mencari kebaikan di segala hal termasuk berbisnis atau perdagangan. Umar bin Khattab memerintahkan agar penjual

¹⁹ Agiel Siraj Nasher, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perilaku Bisnis Jual Rugi (Predatory Pricing) Pada E-commerce di Indonesia* (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2022) <https://dspace.uii.ac.id>

menjual barang dengan harga yang berlaku pada umumnya di pasar. Islam menyebut jual rugi ialah *siyasah al-igraq* yaitu aktivitas perdagangan dengan tingkat harga yang lebih rendah dari harga asli atau harga yang ada di pasaran.

Maka dapat disimpulkan bahwa praktek jual rugi (*predatory pricing*) adalah diperbolehkan selama tidak ada yang merasa di rugikan sepenuhnya dan tidak menyingkirkan para pelaku usaha yang lain dan tidak juga mematikan harga dengan niat mendiskriminasi harga pasar.

3. Jurnal, Firsty Sasi Suci Ramadhani, Dr. R. Teddy Prima Anggriawan, Aldira Mara Ditta Caesar Purwanto tahun 2023 Deposisi : *Jurnal Publikasi Ilmu Hukum dengan judul : Keterkaitan Pemberian Discount Pada Produk Kosmetik Dengan Konsep Predatory Pricing Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha*. Dalam jurnal ini membahas tentang hubungan antara pemberian discount pada produk kosmetik dengan konsep *predatory pricing*. Bahwa minat wanita terhadap produk kosmetik semakin meningkat baik brand kosmetik lokal maupun brand kosmetik impor. Berbagai macam produk kecantikan pada setiap *e-commerce* selalu menjadi highlight yang mencuri perhatian dan perusahaan dituntut untuk bersaing secara kompetitif dalam menciptakan dan mempertahankan konsumen yang loyal salah satunya melalui persaingan antar produk kosmetik. Indonesia menjadi salah satu negara tujuan ekspor berbagai produk dari negeri Cina, bahkan Kepala Pusat Badan Pusat Statistik, Suharyanto, menyatakan bahwa “impor dari

China meningkat sangat cepat, naik USD 1 miliar”. Penetapan harga dan pemberian discount akan sangat mempengaruhi minat konsumen, terlebih lagi banyak brand kosmetik impor yang menawarkan harga jauh lebih murah daripada brand kosmetik buatan lokal. Pada saat melakukan discount yang harus diperhatikan adalah reaksi yang akan timbul khususnya dari sisi konsumen.

Dalam kasus kemudahan akses promosi dan pemberian discount besar-besaran pada produk kosmetik muncul beberapa potensi masalah antara lain adalah Peluang terjadinya predatory pricing dalam memasarkan barang ke dalam pasar. Timbulnya monopoli digital dimana provider besar dengan kuasa akan pasar yang lebih kuat memiliki kontrol pada pasar. Maka untuk mengetahui hal tersebut terindikasi praktek predatory pricing maka harus memenuhi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dapat disimpulkan bahwa antara promosi dengan konsep predatory pricing memiliki tujuan yang berbeda jauh sehingga tidak dapat dikaitkan antara keduanya.

4. Jurnal, Vicky Darmawan A.P, Ditha Wiradiputra tahun 2022 Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP) dengan judul : *Predatory Pricing Dalam E-Commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha. Dalam jurnal ini membahas tentang pengaturan larangan praktik jual rugi (predatory pricing) dan jual beli barang impor dengan harga murah termasuk kategori predatory pricing. Dalam jurnal tersebut dijelaskan bahwa barang impor*

dari Cina mengalami peningkatan hal tersebut tidak terlepas dari adanya kemudahan konsumen dalam berbelanja secara online. Barang impor dari Cina di Indonesia melalui platform *e-commerce* merupakan akibat dari regulasi impor yang terlalu lama. Pemerintah di satu sisi mendorong pelaku UMKM untuk memasarkan produknya melalui *e-commerce*, namun di sisi lainnya barang impor yang dipasarkan di platform digital tidak ada pengaturan secara khusus. Keadaan tersebut mengakibatkan sulitnya pelaku UMKM bersaing, terutama di platform *e-commerce*. Barang impor yang dipasarkan di platform *e-commerce* dengan harga jual yang jauh lebih murah berpotensi mematikan UKM lokal. Namun demikian, kondisi tersebut tidak serta merta mengindikasikan adanya praktik *predatory pricing* perdagangan melalui *e-commerce*.

Maka dapat disimpulkan bahwa untuk dapat mengetahui hal tersebut termasuk praktik jual rugi, maka harus secara kumulatif memenuhi unsur-unsur pasal 20 Undang-Undang No. 5 tahun 1999. Banyaknya produk impor dari luar negeri yang ditawarkan dengan harga murah di platform *e-commerce* yang berpotensi merugikan UMKM lokal.

5. Jurnal, Azhari Akmal Tarigan, tahun 2016, Jurnal Mercatoria dengan judul : *Praktek Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat Dalam Perspektif Hukum Ekonomi dan Hukum Islam*. Dalam penelitian ini menjelaskan tentang paradigma filosofis yang dikandung oleh undang-undang khususnya pasal-pasal yang mengtaur praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat

jika dilihat dari perspektif hukum ekonomi dan hukum islam. Penelitian ini menjelaskan secara lengkap tentang pengertian monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, latar belakang lahirnya Undang-Undang No. 5 tahun 1999, substansi Undang-Undang No. 5 tahun 1999, contoh kasus, perspektif hukum islam serta yang terakhir membahas analisis filosofis. Dijelaskan bahwa di dalam pasar tidak dapat dihindari kenyataannya hampir tidak pernah ditemui di dalam pasar pasti terjadi persaingan sempurna, yang terjadi adalah persaingan tidak sempurna. Di dalam persaingan tidak sempurna inilah akan ditemui praktek-praktek monopolistic dan oligopoly. Kasus praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam prakteknya di indonesia paling tidak sampai tahun 1998 banyak bidang usaha yang di duga melakukan monopoli, misalnya tata niaga cengkeh, tata niaga gula, pengadaan tepung terigu, dan sejumlah komoditas lainnya. Maka praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat harus dihindari karena dampak yang ditimbulkan cukup berat, seperti ketidakefisienan pasar, distorsi pasar, yang menimbulkan kemudharatan baik bagi konsumen maupun produsen terutama kelas menengah dan kecil.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

NO	NAMA/PT/TAHUN	JUDUL PENELITIAN	PERBEDAAN	PERSAMAAN
1.	Aulia Ma'rifah/UIN Malang/2021	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	- Objek yang diteliti adalah reseller skincare di shopee	- Menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif - Ditinjau dari Undang-Undang di Indonesia dan Hukum Islam/Fiqh Muamalah

2.	Agiel Siraj Nasher/Universitas Islam Indonesia/2022	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perilaku Bisnis Jual Rugi (Predatory Pricing) Pada E- Commerce di Indonesia	- Objek yang diteliti adalah reseller skincare di shopee	- Menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif - Ditinjau dari Undang-Undang di Indonesia dan Hukum Islam/Fiqh Muamalah
3.	Firsty Sasi Suci Ramadhani, Dr. R. Teddy Prima Anggriawan, Aldira Mara Ditta Caesar Purwanto/Jurnal Publikasi Ilmu Hukum/2023	Keterkaitan Pemberian <i>Discount</i> Pada Produk Kosmetik Dengan Konsep <i>Predatory Pricing</i> Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha	-Penelitian membahas tentang discount - Jenis Penelitian yang digunakan adalah normatif	- Objek yang diteliti adalah produk kosmetik

4.	Vicky Darmawan A.P, Ditha Wiradiputra/Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)/2022	<i>Predatory Pricing</i> Dalam <i>E-Commerce</i> Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha	Membahas seputar dampak jual-beli barang impor terhadap UKM lokal	- Jenis penelitian yang digunakan normatif - Menggunakan metode penelitian kualitatif
5.	Azhari Akmal Traigan/Jurnal Mercatoria/2016	Praktek Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat Dalam Perspektif Hukum Ekonomi dan Hukum Islam	Membahas perbandingan antara hukum ekonomi dan hukum islam	- Menggunakan metode penelitian kualitatif

B. Kerangka Teori

1. Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Jual beli secara etimologi ialah : “Memberikan sesuatu karena ada pemberian (imbalan tertentu)”. Sedangkan secara terminologi ialah :

menukar sesuatu dengan alat tukar (uang) untuk memperoleh barang atau dengan barter (menukar barang untuk memperoleh barang) dengan cara yang telah ditetapkan oleh syara'.²⁰ Dalam hukum syariah pengertian jual beli secara terminologi ialah :

- 1) Menurut Imam Ath-Thahawi, jual beli adalah yang tidak mensyaratkan apapun dalam jual belinya, dan tidak akan batal jika penjual dan pembeli sudah berpisah atau masih tetap dalam satu tempat.
- 2) Menurut Imam Nawawi, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta atau sejenisnya dengan maksud untuk dimiliki.
- 3) Menurut Ibnu Qudamah, jual beli ialah pertukaran harta atau sejenisnya dengan maksud untuk dimiliki dan memiliki.²¹

Maka dapat disimpulkan bahwa pengertian jual beli adalah menukar sesuatu untuk dapat memperoleh sesuatu, atau menukar sesuatu dengan alat tukar (uang), untuk memperoleh barang atau dengan sistem barter dengan syarat dan rukun yang berlaku.

b. Dasar Hukum Jual-Beli

²⁰ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori Dan Praktik)*, (Malang : UIN-Maliki Press, 2019). Hal 27

²¹ Muhammad Rizqi Romadhon, *Jual Beli Online Menurut Madzhab Asy-Syafi'i*, (Surabaya : CV. Garuda Mas Sejahtera, 2015). Hal 27-29

Dalam kaidah fiqih muamalah “semua diperbolehkan kecuali ada larangan dalam Al-qur’an dan hadits”. Maka jual beli hukumnya **boleh** jika dilakukan oleh kedua belah pihak yang mempunyai kelayakan untuk melakukan transaksi, kecuali jual beli yang dilarang.²² Dasar hukum jual beli juga dijelaskan dalam Al-qur’an yaitu sebagai berikut :

1. Firman Allah SWT Q.S Al-Baqarah : Ayat 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.²³

2. Firman Allah SWT Q.S Al-Baqarah : Ayat 282

...وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ

Artinya : ...dan persiapkanlah apabila kamu jual beli.²⁴

3. Firman Allah SWT Q.S An-Nisa’ : Ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

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 di antara

²² Ikit, H.Ariyanto, Muhammad Saleh, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Gava Media, 2018). Hal 77

²³ Q.S Al-Baqarah ayat 275

²⁴ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2012). Hal 76

kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah ialah: Maha Penyayang kepadamu”.²⁵

4. Hadits

Daud bin Shalih Al-Madani meriwayatkan dari bapaknya, berkata : aku mendengar Abu Sa'id Al-Khudri berkata : Rasulullah SAW. Bersabda : “Sesungguhnya jual beli berlandaskan keridhaan”. (HR. Ibnu Majah, Hadits No. 2158) jual beli yang dimaksudkan dalam hadits tersebut adalah jual beli yang dilakukan oleh kedua belah pihak dan dilakukan secara suka sama suka dan keikhlasan.

5. Ijma'

Sedangkan menurut ijma' berkaitan dengan hukum jual beli, ulama sepakat mengenai kebolehan, karena kebutuhan manusia sangat berkaitan dengan barang yang dimiliki oleh saudaranya. Sedangkan saudara itu tidak akan memberikan barang tersebut tanpa kompensasi. Sehingga dengan disyariatkannya jual beli masing-masing pihak dapat memenuhi kebutuhannya. Di sisi lain, manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup tanpa kerjasama dan tolong menolong dengan manusia lainnya.²⁶

²⁵ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori Dan Praktik)*, (Malang : UIN-Maliki Press, 2019). 30

²⁶ Ikit, Ariyanto, Muhammad Saleh, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Gava Media, 2018). Hal 79-80

Adapun hikmah disyariatkannya jual beli ialah seorang muslim bisa mendapatkan sesuatu yang dibutuhkannya dengan sesuatu yang ada ditangan saudaranya tanpa kesulitan yang berarti.

6. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer) Pasal 1457 perjanjian jual beli adalah suatu perjanjian timbal balik, dimana pihak penjual berjanji untuk menyerahkan suatu barang dan pihak pembeli akan membayar dengan harga yang telah dijanjikan.²⁷

c. Rukun Jual Beli

Rukun jual beli adalah suatu hal yang harus ada dalam jual beli sehingga jual beli sesuai dengan syariat atau bisa disebut dengan sesuatu yang menjadi sandaran dalam jual beli.²⁸ Ulama fiqh memiliki perbedaan pendapat dalam menempatkan rukun akad jual beli. Menurut *madzhab* Hanafi yang termasuk dalam rukun adalah *ijab dan qobul* selain dua yang disebutkan tersebut semuanya syarat akad jual beli. Sedangkan menurut jumhur ulama rukun jual beli ada empat, yaitu :

- 1) adanya dua orang yang berakad *al-muta'qidan*-penjual (*bai'*) dan pembeli (*musytari'*)
- 2) adanya *ijab dan qobul (sighat)*

²⁷ Simanjuntak, *Hukum Perdata Indonesia*, (Jakarta : Kencana, 2015). Hal 306

²⁸ Ikit, Ariyanto, Muhammad Saleh, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Gava Media, 2018). Hal 81

3) adanya benda atau barang (*ma'qud alaih*)

4) nilai tukar pengganti barang (*tsaman*)²⁹

d. Rukun Jual Beli Menurut KHES

Rukun akad jual beli terdiri dari atas :

1. Pihak-pihak. Dalam pasal 57 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) yang dimaksud dengan pihak-pihak yang terikat dalam perjanjian jual-beli yang terdiri atas penjual, pembeli, dan pihak lain yang terdiri pihak lain yang terlibat dalam perjanjian tersebut.
2. Objek. Objek yang dimaksud dalam pasal 58 KHES yaitu terdiri atas benda berwujud maupun yang tidak berwujud, yang berderak maupun tidak bergerak, dan yang terdaftar maupun tidak terdaftar.
3. Kesepakatan. Kesepakatan dalam jual beli menurut KHES dijelaskan bahwa kesepakatan dapat dilakukan dengan tulisan, lisan, dan isyarat. Kesepakatan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan masing-masing pihak, baik kebutuhan hidup maupun pengembangan usaha. Kesepakatan yang dimaksud memiliki makna hukum yang sama.³⁰

e. Syarat Jual Beli

1) Syarat Penjual dan Pembeli

²⁹ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer*, (Medan : Kencana, 2019). Hal 65

³⁰ PPHIMM, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta : Kencana, 2017). Hal 30

- a. Penjual dan pembeli harus berakal (*'aqil*) dan sudah baligh.
- b. Masing-masing dari penjual dan pembeli tidak harus muslim.
- c. Melakukan transaksi jual beli atas keinginan sendiri atau tidak terpaksa.³¹

2) Sighat (*Akad*)

Sighat adalah setiap hal yang menunjukkan kerelaan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli. Maka sighat harus memenuhi syarat sebagai berikut :

- a. Qabul harus sesuai dengan ijab; baik dalam hal jenis, sifat, ukuran, cash atau bertempo (kredit) dan sebagainya.
- b. Ijab dan qabul dilakukan di satu tempat yang sama.
- c. Ijab dan qabul tidak boleh diselingi dengan perkataan selain perkataan akad.
- d. Tidak ada jeda diam yang panjang antara ijab dan qabul, yaitu jeda yang bisa menggambarkan sikap penolakan terhadap qabul (menerima akad).
- e. Pihak yang memulai ijab dan qabul berketetapan hati dengan ucapannya, serta masing-masing pihak dalam jual beli

³¹ Halilur Rohman, *Hukum Jual Beli Online*, (Pamekasan : Duta Media Publishing, 2017). Hal 11

melafalkan sighat dengan kata-kata yang dapat didengar oleh orang yang dekat dengannya.³²

3) Adanya benda atau barang (*ma'qud 'alaih*)

Ada beberapa syarat barang atau jasa yang dijual agar jual belinya sah, yaitu :

- a. Suci
- b. Ada saat transaksi
- c. Dapat memberikan manfaat dan boleh dimanfaatkan menurut syariat islam.
- d. Barang milik penjual
- e. Mampu diserahkan terimakan oleh pelaku akad pada saat transaksi.
- f. Pihak yang berakad mengetahui status barang.

4) Nilai tukar pengganti barang (*tsaman*)

- a. Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya.
- b. Bisa diserahkan pada waktu akad (transaksi), sekalipun secara hukum seperti pembayaran dengan cek atau kredit.
- c. Jika pertukaran barang, maka barang yang dijadikan nilai tukar bukan barang yang haram.
- d. Pembayaran harga dalam jual beli dilakukan secara tunai, tangguh, angsur/bertahap.

³² Ikit, Ariyanto, Muhammad Saleh, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Gava Media, 2018). Hal 85-86

e. Harga dalam jual beli yang tidak tunai boleh tidak sama dengan harga tunai.³³

Secara umum, beberapa syarat jual beli memiliki tujuan agar manusia terhindar dari pertentangan, terjaganya kemaslahatan orang yang meleakukan akad, terhindar dari jual beli yang di dalamnya terdapat unsur penipuan, ketidakjelasan barang/jasa tersebut, dll.

f. Syarat jual beli menurut KHES

Syarat jual beli menurut KHES adalah :

1. Syarat bagi para pihak menurut KHES adalah memiliki kecapan dalam melakukan hukum, sama halnya dengan pendapat jumhur ulama yang mensyaratkan 'aqidain harus orang yang berakal dan mumayyiz.
2. Syarat objek akad menurut KHES adalah amwal atau jasa yang dihalalkan dan dibutuhkan oleh masing-masing pihak. Sedangkan jumhur ulama mensyaratkan objek akad harus suci, objek akad ada dan dapat diserahkan saat akad dilakukan, dapat ditentukan dan diketahui.³⁴

³³ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer*, (Medan : Kencana, 2019). Hal 66-67

³⁴ Nur Lailiyah Aidatus Sholihah, Fikry Ramadhan Suhendar, Konsep Akad Dalam Lingkup Ekonomi Syariah, *Jurnal Ilmiah Indonesia* : Vol. 4, No. 12, 2019. Hal 142-143

3. Syarat kesepakatan antara penjual dan pembeli menurut KHES adalah para pihak (penjual-pembeli) wajib menyepakati nilai objek jual beli yang diwujudkan dalam harga.³⁵

g. Syarat Tidak Disahnya Jual Beli

1. Menggabungkan dua syarat dalam jual beli, misalnya pembeli kayu bakar mensyaratkan bisa memecah kayu bakar sekaligus membawanya, karena Rasulullah Saw bersabda : “Dua syarat dalam satu jual beli itu tidak halal”
2. Mensyaratkan sesuatu yang merusak inti jual beli itu sendiri, misalnya penjual kambing mensyaratkan kepada pembeli untuk tidak menjualnya lagi, hal tersebut sesuai dengan sabda Rasulullah Saw : “tidak halal menjual apa yang tidak ada disisimu”
3. Syarat batil yang bisa mensahkan jual beli dan membatalkannya, misalnya penjual budak mensyaratkan bahwa perwalian (wala’) budak yang akan dijual itu menjadi miliknya.³⁶

h. Prinsip Jual Beli

Prinsip-prinsip dalam jual beli diantaranya adalah :

1. Prinsip Ketuhanan (Tauhid)

Prinsip ini menuntut kesadaran bahwa semua adalah milik Allah dan semua aktivitas diawasi oleh Allah. Selain itu, transaksi jual beli

³⁵ PPHIMM, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta : Kencana, 2017).

³⁶ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2012). Hal 78

tidak semata dilakukan dalam rangka mencari keuntungan dunia. Namun, lebih dari itu bahwa keuntungan dalam kegiatan jual beli adalah bekal dalam kehidupan di akhirat nanti.³⁷

2. Prinsip Keadilan

Kata adil menurut islam merupakan aturan paling utama dalam semua aspek perekonomian. Salah satu ciri keadilan ialah tidak memaksa manusia membeli barang dengan harga tertentu, dilarang untuk adanya monopoli, permainan harga, serta tidak diperbolehkan adanya cengkeraman orang yang bermodal kuat terhadap orang kecil yang lemah.³⁸

3. Prinsip Kemanfaatan atau Kemaslahatan

Jual beli harus bisa memberikan kemanfaatan bagi pihak-pihak yang bertransaksi. Kemanfaatan tersebut dapat berupa manfaat yang diperoleh dari objek atau barang yang diperjualbelikan, maupun manfaat dari hasil kegiatan jual beli yang dilakukan.

4. Prinsip Kejujuran

Pelaku usaha harus jujur pada barang dan harganya, hal ini didasari supaya orang yang membeli puas dan tidak menyesal

³⁷ Misbahul Ulum, Prinsip-Prinsip Jual Beli Online Dalam Islam Dan Penerapannya Pada E-Commerce Islam Di Indonesia, *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* : Vol. 17 No. 1, 2020. Hal 52

³⁸ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer* (Teori Dan Praktik), (Malang : UIN-Maliki Press, 2019). Hal 32

dikemudian hari dengan transparan pada barang dagangannya.³⁹ Prinsip kejujuran ini memiliki konsekuensi yaitu larangan terhadap segala bentuk tindakan penipuan, baik penipuan dalam bentuk perkataan maupun perbuatan.⁴⁰

5. Prinsip Akhlak/Etika

Prinsip ini merupakan bentuk dari pengamalan sifat-sifat utama nabi dan rasul dalam seluruh kegiatan ekonomi, yaitu *shidiq* (benar), *amanah* (dapat dipercaya), *tabligh* (menyampaikan kebenaran), dan *fathanah* (cerdas/berilmu). Secara umum prinsip akhlak atau etika dalam transaksi mencakup segala perilaku yang baik dan tidak merugikan siapapun.⁴¹

i. Manfaat jual beli

Manfaat jual beli ada banyak sekali, diantaranya :

1. Jual beli dapat menata struktur kehidupan ekonomi masyarakat yang menghargai hak milik orang lain.
2. Penjual dan pembeli dapat memenuhi kebutuhannya atas dasar kerelaan atau suka sama suka.
3. Masing-masing pihak merasa puas.

³⁹ Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik*, (Malang : UIN-Maliki Press, 2019). Hal 33

⁴⁰ Misbahul Ulum, Prinsip-Prinsip Jual Beli Online Dalam Islam Dan Penerapannya Pada E-Commerce Islam Di Indonesia, *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* : Vol. 17 No. 1, 2020. Hal 53

⁴¹ Misbahul Ulum, Prinsip-Prinsip Jual Beli Online Dalam Islam Dan Penerapannya Pada E-Commerce Islam Di Indonesia, *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* : Vol. 17 No. 1, 2020. Hal 53-54

4. Dapat menjauhkan diri dari memakan atau memiliki barang yang haram (batil)
 5. Penjual dan pembeli mendapat rahmat dari Allah swt.
 6. Menumbuhkan ketentraman dan kebahagiaan.⁴²
- j. Etika Jual Beli

Etika merupakan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Begitu pula dengan etika jual beli harus dipraktekkan sesuai dengan nilai-nilai etika yang berlaku.⁴³

Etika bisnis juga dapat diartikan aturan-aturan yang menegaskan suatu transaksi jual beli, boleh dan tidaknya dalam bertindak, yang mana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun tidak tertulis.⁴⁴

Etika bisnis seperti yang diteladani Nabi Muhammad saw saat Rasulullah masih muda beliau berbisnis memperhatikan kejujuran, kepercayaan, dan ketulusan serta keramah-tamahan. Kemudian dengan

⁴² Abdul rahman, Ghufron Ihsan, Sapiudin Shidiq *Fiqh Muamalat*, (Jakarta : Prenadamedia, 2015). Hal 87-88

⁴³ Ikit, Ariyanto, Muhammad Saleh, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Gava Media, 2018). Hal 77

⁴⁴ Sri Septiani, Etika Jual Beli Dalam Perspektif Hadis Dan Implementasinya Di Lingkungan Pasar Tradisional Rau Serang, *Jurnal Holistic* : Vol. 5, No. 2, 2019. Hal 36

diikuti dengan menerapkan prinsip bisnis yang memiliki nilai shiddiq, amanah, tabligh, dan fatanah, serta nilai moral dan keadilan.⁴⁵

k. Jenis Jual Beli Yang Dilarang

Jual beli ada yang dilarang untuk dilakukan karena beberapa sebab, berdasarkan waktunya, bendanya dan caranya dalam jual belinya :

1. Jual beli ketika panggilan adzan.

Jual beli tidak sah dilakukan bila telah masuk kewajiban untuk melakukan shalat jum'at, yaitu setelah terdengar panggilan adzan kedua, berdasarkan Firman Allah Ta'ala :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat pada hari jum'at maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.” (QS. Al-Jumu'ah : 9)

2. Jual beli untuk kejahatan.

Allah melarang kita menjual sesuatu yang dapat membantu terwujudnya kemaksiatan dan dipergunakan kepada yang diharamkan Allah. Karena itu, tidak boleh menjual sirup yang

⁴⁵ Syaifullah, Etika Jual Beli Dalam Islam, *Jurnal Studia Islamika* : Vol. 11, No. 2, 2014. Hal 381

dijadikan untuk membuat *khamr* karena hal tersebut aka membantu terwujudnya permusuhan.⁴⁶

3. Jual beli *Gharar*.

Jual beli gharar adalah jual beli atas objek yang belum ada seperti jual beli anak sapi yang masih diperut induknya. Syafi'iyah, Abu Yusuf dan Muhammad (Hanafiyah), dan satu riwayat Mazhab Ahmad menyatakan bahwa tidak sah menjual barang dagangan yang belum diterima baik barang bergerak maupun harga tetap. Malikiyah dan satu riwayat Hanabilah menyatakan yang haram hanya jual beli makanan yang belum diterima tangan, selain makanan boleh karena yang disebut dalam Hadits adalah jenis makanan dan alasan bahwa hak milik telah terwujud ketika terjadi pembayaran meskipun barang belum diterima baik secara fisik maupun secara hukum.⁴⁷

4. Jual beli yang mengandung tipuan

Islam sangat melarang segala bentuk penipuan, untuk itu islam sangat menuntut suatu perdagangan yang dilakukan secara jujur dan amanah. Seperti hadits riwayat Muslim bahwasanya Rasulullah

⁴⁶ Abd Misno, *Fiqh Muamalah Al- Maaliyah Hukum Ekonomi dan Bisnis Syariah*, (Yogyakarta : Bintang Semesta Media, 2021). Hal 121-122

⁴⁷ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer*, (Medan : Kencana, 2019). Hal 79

pernah bersabda “*Barang siapa yang melakukan penipuan maka dia bukanlah dari golongan kami*”. HR. Muslim.⁴⁸

1. Jual beli *talaqqi al-rukban* (menghadang kafilah yang menuju ke pasar), yaitu seorang penjual datang ke pasar dan pembeli menghadangnya sebelum penjual sampai ke pasar, lalu pembeli membeli barang di bawah harga pasar karena ketidaktahuan penjual.
2. Jual beli *ahlu al-hadhar* (orang kota) dengan al-badi (orang desa). Praktiknya adalah seorang penduduk kota menghadang orang desa yang membawa barang dagangan untuk dijual di pasar, kemudian memberitahukan harga di bawah harga yang wajar dan membelinya dengan harga itu.
3. Jual beli *najasy* (penawaran palsu), yaitu jika seseorang yang menjadi mitra penjual menambah harga agar calon pembeli yang ditawari barang itu menyangka harganya seperti itu dan mengikutinya. Mayoritas fuqaha berpendapat jual beli najasy ini sah, namun penjual dan penawar palsu mengganggu dosa.
4. Jual beli *ihtiar* (penimbunan), yaitu membeli komoditas makanan pokok pada suatu keadaan tertentu kemudian

⁴⁸ Abd Misno, *Fiqh Muamalah Al- Maaliyah Hukum Ekonomi dan Bisnis Syariah*, (Yogyakarta : Bintang Semesta Media, 2021). Hal 122

menimbunnya untuk dijual dengan harga lebih mahal ketika kebutuhan terhadap komoditas tersebut mendesak.

5. Jual beli *tas'ir*, yaitu penetapan standar harga secara umum oleh pihak yang berwenang secara paksa kepada masyarakat dalam jual beli. Mekanisme *tas'ir* dilakukan lewat pemerintah melalui musyawarah dengan pemilik dengan mendahulukan kepentingan publik.⁴⁹

6. Jual beli dengan harga rendah dari harga pasar

Menjual jasa atau barang dengan harga jual rendah jauh dibawah harga pasar tidak diperbolehkan karena berpotensi untuk merugikan atau menyingkirkan pelaku usaha yang lain. Selain berdampak pada pelaku usaha lainnya, juga berpotensi merugikan pembeli jika barang yang dijual adalah barang palsu yang tidak diketahui oleh pembeli karena dijual dengan harga yang sangat rendah.

1. Pengertian Impor Secara Umum

Impor adalah kegiatan perdagangan dengan memasukkan barang dari luar negeri ke dalam daerah kepabean, wilayah Republik Indonesia yang meliputi wilayah darat, laut, udara dengan mematuhi

⁴⁹ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer*, (Medan : Kencana, 2019). Hal 80

peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.⁵⁰ Definisi lain dari impor adalah arus barang dari luar negeri ke dalam negeri. Perusahaan atau perorangan yang melakukan kegiatan impor tersebut disebut importir. Maka dapat diartikan bahwa importir adalah orang atau badan usaha yang memasukkan barang atau jasa dari luar negeri ke dalam negeri.⁵¹ Kegiatan importir akan mengurangi devisa negara, impor dilakukan untuk memenuhi kebutuhan barang yang belum sepenuhnya terpenuhi oleh produksi dalam negeri atau tidak dapat diproduksi di dalam negeri.

Nilai impor suatu negara dipengaruhi tingkat produksi dan pendapatan nasional. Jika pendapatan naik nilai impor juga akan naik. Di satu sisi impor dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di negara tersebut, namun di sisi lain juga dapat menghambat perkembangan industri di dalam negeri. Maka dari itu alasan pentingnya peran pemerintah dalam pengawasan barang impor.⁵²

m. Pengertian Impor Dalam Islam

Perdagangan internasional termasuk dalam masalah muamalah dan asal dalam muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya.

⁵⁰ Marolop Tandjung, *Aspek dan Prosedur Ekspor-Impor*, (Jakarta : Salemba Empat, 2011). Hal 279

⁵¹ Agung Feryanto, *Mengenal Ekspor Dan Impor*, (Klaten : Cempaka Putih, 2018). Hal 23

⁵² Kartika Sari, *Perdagangan Internasional*, (Klaten : Cempaka Putih, 2019). Hal

Perdagangan internasional atau impor telah dilakukan sejak zaman Rasulullah SAW dan tercatat di dalam Al-Qur'an, contohnya adalah perdagangan Qurais dan karena kehebatan perdagangan Suku Quraisy tersebut diabadikan perdagangan tersebut yang termaktub dalam QS. Al-Quraisy. Suku Quraisy yang memiliki keterbatasan sumber daya alam di negeri mereka mampu untuk menjadi pemain global dalam perdagangan internasional ekspor-impor. Allah memerintahkan hamba-hamba-Nya untuk mencari rezeki baik di daerahnya maupun ke daerah/negara lain dan keseluruhan penjuru dunia. Bahwa perdagangan internasional adalah sebuah keniscayaan, karena tidak mungkin sebuah bangsa dapat memenuhi kebutuhan negerinya secara langsung dan Allah Swt menciptakan pada setiap daerah dan negara keunggulan dan keterbatasan.⁵³

n. Dasar Hukum Perdagangan Impor

Hukum impor diatur dalam beberapa regulasi yang ada di Indonesia diantaranya adalah :

1. Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan.

Dalam Undang-Undang ini dijelaskan terkait pengertian impor secara umum terdapat dalam Pasal 1 angka 18 dijelaskan bahwa impor adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam Daerah

⁵³ Atep Hendang Waluya, Perdagangan Internasional Dalam Islam,

Pabean. Undang-undang ini juga menjelaskan terkait kewajiban importir yang meliputi keamanan, keselamatan, kesehatan, dan lingkungan hidup pada pasal 32 ayat 1.

2. Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2021 Tentang Barang Dilarang Ekspor Dan Impor.
 3. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2021 Tentang Kebijakan Dan Pengaturan Impor.
- o. Manfaat Perdagangan Impor
1. Dapat menjual kelebihan barang di suatu negara ke negara lain dengan harga yang lebih baik.
 2. Memperluas pasar serta mendapatkan keuntungan tambahan dalam bentuk devisa.
 3. Menjalani persahabatan antar negara
 4. Memperoleh barang yang tidak dapat diproduksi di negeri sendiri.
 5. Memenuhi kebutuhan akan barang dan jasa di dalam negeri.
 6. Memperoleh keuntungan dari spesialisasi baik keahlian, sumber alam, teknologi, maupun hal-hal lainnya yang tidak dimiliki di negara lain.

7. Terjadinya pertukaran teknologi antara negara negara maju dan berkembang.⁵⁴

p. Jenis-Jenis Impor

1. Import umum, yang setiap pengusaha yang memiliki Angka Pengenal Importir (API/APIS) umum.
2. Importir terdaftar yaitu seluruh importir pemegang angka pengenal importir umum, yang mendapat tugas untuk mengimpor komoditi tertentu yang sengaja diarahkan oleh pemerintah.
3. Importir produsen yaitu seluruh produsen yang disetujui oleh pemerintah untuk mengimpor sendiri barang-barang yang diperlukan.⁵⁵
4. Produsen Importir, merupakan suatu badan usaha atau produsen yang memiliki izin pemerintah untuk mengimpor sendiri barang yang sama dengan barang yang dihasilkan. Tujuannya untuk memenuhi permintaan barang tersebut di dalam negeri.
5. Agen tunggal, merupakan perusahaan yang mendapatkan izin untuk melaksanakan impor barang yang diageninya dan telah diakui sebagai agen tunggal oleh menteri perindustrian dan perdagangan.⁵⁶

⁵⁴ Edi Supardi, *Ekspor Impor Teori Dan Praktikum Kegiatan Ekspor Impor Untuk Praktisi Logistik Dan Bisnis*, (Yogyakarta : Deepublish, 2019). Hal 8

⁵⁵ Hendrik B. Sompotan, Thor Bangsaradja Sinaga, *Aspek Hukum Perjanjian InternnasionaL Dalam Ekspor Impor Barang, Lex Et Societatis*, Vol. 8 No. 4, 2020. Hal 69

⁵⁶ Agung Feryanto, *Mengenal Ekspor dan Impor*, (Klaten : Cempaka Putih, 2018). Hal 24

- q. Barang yang dilarang impor
 - 1. Beberapa jenis produk industri percetakan.
 - 2. Beberapa produk industri manufaktur, misal TV/Radio dalam keadaan built up.
 - 3. Kendaraan bermotor/mobil dalam keadaan built up.⁵⁷

2. E-Commerce

a. Pengertian *E-Commerce*

Secara umum *E-Commerce* adalah sistem perdagangan yang menggunakan mekanisme elektronik yang menggunakan jaringan internet. Dapat juga didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and services*) dengan menggunakan media elektronik.⁵⁸

Dalam prakteknya *e-commerce* di lapangan diantara para pelaku usaha tidak lagi memerlukan adanya pertemuan secara fisik. Transaksi dalam *e-commerce* dapat dilakukan melalui perangkat teknologi yang berupa internet, para pelaku usaha dapat dengan mudah melakukan aktivitas bisnisnya secara elektronik melalui perangkat lunak yang ada untuk melakukan kegiatan usaha di *cyberpace* tersebut.⁵⁹

⁵⁷ Syarif Arbi, *Petunjuk Praktis Perdagangan Luar Negeri*, (Yogyakarta : BPFE-YOGYAKARTA, 2003). Hal 8

⁵⁸ Imam Lukito, Tantangan Hukum Dan Peran Pemerintah Dalam Pembangunan E-Commerce, *JIKH* Vol. 11 No. 3, 2017. Hal 353

⁵⁹ Vicky Darmawan A.P, Ditha Wiradiputra, Predatory Pricing Dalam E-Commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha, *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, Vol. 6, No. 3, 2022. Hal. 9849

Pada dasarnya *e-commerce* merupakan dampak dari telekomunikasi dan teknologi informasi yang dapat mengubah teknik manusia dalam berinteraksi dengan berbagai yang ada disekitarnya dengan mekanisme perniagaan, semakin banyaknya dunia bisnis yang mempergunakan internet dalam melakukan aktivitas sehari-hari secara tidak langsung menciptakan sebuah domain dunia baru yang debut dunia maya (*cyber space*).

Berdasarkan pendapat akademis *e-commerce* adalah diantara cara dalam untuk memperbaiki kinerja dan mekanisme pertukaran jasa, barang, informasi, dan pengetahuan dengan memanfaatkan teknologi berbisnis jaringan peralatan digital.⁶⁰

Dalam pandangan islam mengenai *e-commerce* cenderung memiliki kesamaan dengan *ba'i as-salam*. *Ba'i as-salam* adalah suatu perjanjian jual beli dengan pembayaran lunas di muka dengakan barang dikirim kemudian. Pada transaksi *e-commerce*, setelah terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli, maka pembeli akan membayar nominal barang yang telah disepakati. Islam merupakan agama yang memudahkan umatnya dalam melakukan transaksi jual beli, hanya saja terdapat beberapa ketentuan yang berlaku di dalam islam mengenai

⁶⁰ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori Dan Praktik)*, (Malang : UIN-Maliki Press, 2019). Hal 153-154

transaksi jual beli. Islam melarang transaksi jual beli yang mengandung unsur riba, gharar, penipuan, paksaan dan maisir, dan haram.⁶¹

Dari berbagai pengertian tentang *e-commerce* diatas terdapat beberapa kesamaan dari masing-masing definisi tersebut, diantaranya yaitu :

1. Transaksi dilakukan dengan menggunakan media elektronik
2. Tidak memerlukan kehadiran kontak fisik dari para pihak
3. Terjadinya pertukaran barang, jasa, informasi
4. Mempunyai nilai ekonomi

b. Dasar Hukum *E-Commerce* Menurut Hukum Positif

Penyelenggaraan usaha berbasis digital (*e-commerce*) telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya di singkat UU ITE). Pasal 1 angka 2 UU ITE mengatur bahwa “transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan computer, jaringan computer, dan/atau media elektronik lainnya.”⁶²

Kemudian Undang-Undang tersebut diubah dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU

⁶¹ Annisa Dwi Kurniawati, Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Islam, *Journal Of Islamic Economic And Business*, Vol. 02, No. 01, 2019. Hal 107-108

⁶² Basri Efendi, Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat, *Syiah Kuala Law Journal*, Vol. 4, No. 2, 2020. Hal 24

ITE) yang merupakan *cyber law* pertama pertama yang dimiliki Indonesia. Undang-Undang tersebut memiliki tujuan mengatur hukum diranah internet, baik yang berkaitan dengan aspek pidana, aspek perdata, aspek administrasi negara, dan beberapa aspek lainnya yang berhubungan dengan pembuatan hukum diranah *cyber*.⁶³ Dalam Undang-Undang Tersebut dilakukan perluasan penafsiran terhadap norma-norma yang berkaitan dengan *e-commerce* yang tetepa mengacu pada aturan keperdataan konvensional dalam KUHPdt.⁶⁴

Pengaturan *e-commerce* di Indonesia secara spesifik baru-baru ini diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Ruang lingkup Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Nomor 80 Tahun 2019 dalam pasal 2 meliputi :

- a. Pihak yang melakukan PMSE
- b. Persyaratan dalam PMSE
- c. Penyelenggaraan PMSE
- d. Kewajiban Pelaku Usaha
- e. Bukti transaksi PMSE
- f. Iklan elektronik

⁶³ Rahmanda Friska Adenia, Aspek Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Yang Tidak Memiliki SIUP Berdasarkan Hukum Positif Indonesia, *Jurnal Ilmiah*, 2020. Hal 3

⁶⁴ Imam Lukito, Tantangan Hukum Dan Peran Pemerintah Dalam Pembangunan E-Commerce, *JIKH* Vol. 11 No. 3, 2017. Hal 355

- g. Penawaran secara elektronik, penerimaan secara elektronik, dan konfirmasi elektronik
 - h. Kontrak elektronik
 - i. Perlindungan terhadap data pribadi
 - j. Pembayaran dalam PMSE
 - k. Pengiriman barang dan jasa dalam PMSE
 - l. Penukaran barang dan jasa dan pembatalan pembelian dalam PMSE
 - m. Penyelesaian sengketa dalam PMSE
 - n. Pembinaan dan pengawasan⁶⁵
- c. Dasar Hukum *E-Commerce* Menurut Hukum Islam

Transaksi perdagangan melalui *e-commerce* tidak jauh beda dengan jual beli salam. Adapun dalil yang dijadikan dasar memperbolehkan *e-commerce* adalah sesuai dengan QS. An-Nisa' ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ 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 bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu”

⁶⁵ Rahmanda Friska Adenia, Aspek Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Yang Tidak Memiliki SIUP Berdasarkan Hukum Positif Indonesia, *Jurnal Ilmiah*, 2020. Hal 4

Sabda nabi Muhammad SAW :

“Dari aisyah berkata, sesungguhnya Rasulullah membeli makanan dari seorang Yahudi dengan pembayaran tertunda. Beliau memberikan baju beli beliau kepada orang tertentu sebagai gadai” (HR. Bukhari Muslim)

Dari hadits tersebut dijelaskan bahwa Rasulullah SAW pernah melakukan transaksi dan mendapatkan barangnya secara kontan namun pembayarannya tertunda dengan memberikan jaminan.

d. Jenis-Jenis E-Commerce

E-Commerce dapat digolongkan dalam beberapa jenis berdasarkan sifat transaksinya yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1

Jenis e-commerce

No.	Nama	Penjelasan	Contoh
1.	Business to business (B2B)	Transaksi bisnis yang dilakukan antar perusahaan	Bizzy.co.id, ralali.com
2.	Business to consumer (B2C)	Transaksi bisnis yang melibatkan langsung antara penjual atau perusahaan dengan	Berybenka, Bhinneka, Tiket.com dan lain-lain.

		konsumen akhir <i>(individual buyer)</i>	
3.	Consumer to Consumer (C2C)	Transaksi yang dilakukan antara konsumen dengan konsumen. Umumnya dilakukan melalui pihak ketiga.	Tokopedia, Bukalapak, dan lain-lain.
4.	Consumer to Business (C2B)	Transaksi bisnis yang dilakukan dengan suatu atau beberapa perusahaan.	Priceline.com
5.	Business to Administration (B2A)	Transaksi yang dilakukan secara online antara perusahaan dan administrasi publik pemerintahan.	www.bpjs- online.com
6.	Consumer to Administration (C2A)	Transaksi yang dilakukan antara individu dan administrasi publik.	Pendidikan, Jamsostek, Pajak, Kesehatan

7.	Online to Offline (O2O)	Strategi bisnis e-commerce yang menarik pelanggan dari saluran online untuk pembelian di toko fisik.	Kudo, MatahariMall, Alfacart.com
----	----------------------------	--	--

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum empiris. Penelitian hukum empiris disebut juga penelitian hukum sosiologis. Penelitian ini mengkaji hukum yang di konsepsikan sebagai perilaku nyata (*actual behavior*) sebagai gejala sosial yang sifatnya tidak tertulis yang dialami setiap orang dalam hubungan hidup bermasyarakat. Adapun data primer dalam penelitian ini adalah hasil dari proses observasi dan wawancara pelaku usaha usaha yang memiliki toko kosmetik dan menjual melalui e-commerce. Selanjutnya dilakukan juga dokumentasi dari lapangan yang dimaksudkan sebagai data penunjang atau pelengkap dari observasi dan wawancara yang dilakukan oleh penulis.

B. Pendekatan penelitian

Berdasarkan jenis penelitiannya adalah empiris, maka pendekatan yang dapat digunakan adalah yuridis sosiologis, dimaksudkan untuk menganalisis bagaimana reaksi dan interaksi yang terjadi ketika sistem norma itu bekerja di dalam masyarakat.⁶⁶ Penelitian Yuridis Sosiologi adalah penelitian hukum menggunakan data sekunder sebagai data awalnya,

⁶⁶ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, (Mataram : Mataram University Press, 2020). Hal 87

dan kemudian dilanjutkan dengan data primer di lapangan atau terhadap masyarakat. Dalam riset ini, data sekunder diambil dari bahan hukum baik bahan hukum primer, sekunder, dan tersier, sedangkan data primer diambil dari hasil wawancara dan observasi di toko kosmetik.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjuk pada tempat dilakukan penelitian. Lokasi penelitian dalam penelitian hukum empiris harus sesuai dengan judul dan permasalahan penelitian serta hasil observasi awal yang dilakukan.

Peneliti dalam melakukan penelitian tidak spesifik dalam menentukan lokasi, dikarenakan subyek yang diambil lebih dari satu yang berada di tempat yang berbeda. Lokasi penelitian lebih kepada menentukan satu marketplace yang digunakan oleh responden dalam bertransaksi atau menjual produknya yaitu yang digunakan adalah shopee sedangkan domisili narasumber yakni berada di Mojokerto.

D. Metode Pengambilan Sampel

Setelah lokasi penelitian ditentukan, peneliti kemudian menentukan populasi dan sampel. Populasi adalah sekelompok atau sekumpulan orang-orang yang memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Sedangkan sampel adalah jumlah responden penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian ini populasi yang menjadi subyek penelitian adalah pelaku usaha yang bertransaksi melalui e-commerce. Sedangkan sampel adalah salah satu

bagian dari populasi tersebut, dimana karena adanya keterbatasan waktu, dana, dan tenaga maka untuk mengeneralisasi dibutuhkan adanya sampel sebagai bagian yang mewakili dari populasi. Dan bentuk sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku usaha yang masuk dalam kategori dibutuhkan dalam penelitian, yaitu pelaku usaha yang menetapkan harga pada produknya di bawah harga pasar.

Teknik yang digunakan dalam mengambil sampel pada penelitian ini adalah dengan menerapkan *Non random sampling* dimana cara menentukan sampel tersebut adalah dengan beberapa pertimbangan seperti pelaku usaha yang dipilih merupakan penjual atau reseller melalui e-commerce, barang yang dijual menerapkan harga dibawah harga pasar. Sehingga peneliti dalam memilih sampel tidaklah acak, melainkan disertai dengan beberapa persyaratan. Dengan demikian responden yang dipilih adalah sampel yang sudah memenuhi syarat untuk penelitian yaitu pelaku usaha.

E. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber bahan hukum yang digunakan penulis dibagi menjadi tiga, yaitu :

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yaitu bahan hukum yang mengikat. Dalam penelitian ini bahan hukum primer yang digunakan berupa peraturan perundang-undangan, yang terdiri dari :

- a. Kitab Undang-Undang Perdata (*Burglijk Wetboek*)
 - b. Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)
 - c. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
 - d. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
 - e. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2021 Tentang Kebijakan Dan Pengaturan Impor
 - f. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (UU ITE)
 - g. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
- b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan terkait bahan hukum primer, seperti rancangan Undang-Undang, buku teks, hasil penelitian dalam jurnal dan majalah, atau pendapat para pakar di bidang hukum.⁶⁷ Bahan hukum sekunder dalam penelitian ini berupa buku-buku dan seluruh karya ilmiah yang

⁶⁷ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, (Mataram : Mataram University Press, 2020). Hal 61

mengulas tentang masalah-masalah yang berkaitan dengan tema penelitian ini.

c. Bahan hukum tersier

Bahan hukum tersier yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder, seperti kamus hukum, kamus bahasa, ensiklopedi dan ensiklopedia hukum.⁶⁸ Bahan hukum tersier dalam penelitian ini berupa skripsi, jurnal, website dan sebagainya.

F. Metode Pengumpulan Data

Data hukum merupakan aspek terpenting dalam penelitian hukum, tanpa adanya data maka tidak akan menemukan jawaban atas isu hukum yang diangkat dalam penelitian.⁶⁹

Teknik pengumpulan data adalah mengumpulkan data yang diperlukan sebagai penunjang informasi terkait masalah melalui responden yang telah ditentukan dan data yang bersumber dari sampling produk. Data tersebut nantinya akan diolah sedemikian rupa sehingga dapat disajikan dalam bentuk hasil penelitian.⁷⁰

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

⁶⁸ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, (Mataram : Mataram University Press, 2020). Hal 62

⁶⁹ Dyah Ochtarina Susanti and A'an Efendi, *Penelitian Hukum (Legal Research)* (Jakarta: Sinar Grafika, 2014). Hal 48

⁷⁰ Noeng Muhadjir, *Metode Penelitian Kualitatif (Cet. IV; Yogyakarta: Rake Sarsin, 1992)*. Hal 51

1. Wawancara

Wawancara adalah alat untuk mengumpulkan bahan hukum dan memperoleh informasi yang jelas dan akurat terkait isu hukum yang diangkat dengan cara tanya jawab secara langsung dengan cara mengajukan pertanyaan yang telah disusun secara sistematis, jelas dan terarah. Adapun subjek penelitian ini adalah pelaku usaha yang menjual produk kosmetik impor dan dijual melalui *e-commerce*. Narasumber tersebut adalah dengan nama Muhannikah berdomisili di Mojokerto.

2. Observasi

Observasi adalah cara mengumpulkan data melalui pengamatan lapangan tentang tingkah laku hukum di masyarakat serta fakta sosial yang ada untuk menguji hipotesis peneliti dalam hal tersebut.⁷¹ Observasi yang dilakukan peneliti berupa observasi partisipan dimana peneliti mengamati gejala sosial terhadap faktor persaingan usaha dan minat masyarakat terhadap melakukan belanja barang impor karena harga murah. Serta pelaku usaha yang menentukan harga jual suatu produk impor tersebut.

G. Metode Pengolahan Data

⁷¹ Cholid Narbuko, Abu Achmadi, Metodologi Penelitian, (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2005). Hal 192

Data hukum yang sudah terkumpul yang berasal dari faktor sosial kemudian diolah dengan mengelompokkan data sesuai dengan jenisnya. Kemudian dari hasil tersebut diklasifikasi sesuai dengan tingkah laku hukum dalam masyarakat.

Dalam menganalisis data-data tersebut peneliti menetapkan penggambaran atas satu peristiwa secara general mengenai objek yang akan diteliti.

Teknik analisis ini disebut sebagai analisis deskriptif, dimana melakukannya dengan melihat dan menelaah perilaku para pelaku usaha dalam menentukan harga yang sangat rendah atau jual rugi dengan menyalurkan sesuai hukum yang berlaku.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pelaku Usaha

Penelitian yang dilakukan menggunakan 2 narasumber yang melakukan kegiatan usaha yang sama, dengan domisili yang sama.

Berikut latar belakang narasumber dan bidang usahanya :

Narasumber bernama Muhannikah dengan nama tokonya yaitu ICOSMETIC berdomisili di Mojokerto ini telah menjalankan usahanya tersebut sejak tahun 2022 awal. Mbak Hanik memulai bisnis jualannya melalui WhatsApp, Facebook, Instagram, Tiktok. Kemudian membuka akun jualan di Shopee pada awal tahun 2022, sedangkan toko yang didirikan oleh Mbak Hanik pada tahun 2022 yang beralamat di Ds. Batan krajan Kota Mojokerto. Toko ini menjual berbagai macam produk kosmetik impor seperti La Mei La dan Xi Xiu.

Toko ini mendapatkan barang secara langsung dari toko grosiran atau toko yang menjual dengan harga murah untuk dijual kembali. Atau jika Mbak Hanik sedang tidak bisa membeli langsung di toko biasa pesan melalui WhatsApps meminta untuk dikirimkan barang yang diinginkan kemudian transfer uang kepada penjual dan mengirimkan alamat kemudian barang dikirim ke rumah mbak Hanik.

Penetapan harga suatu produk yang digunakan icosmetic yaitu mbak Henik tidak mematok sistem yang sama pada semua produk namun

mempertimbangkan dari harga beli dan harga pasaran yang beredar. Toko grosir atau agen tidak menentukan atau mematok harga khusus kepada reseller atau pembeli lain, mereka diberikan kebebasan untuk menentukan harga jual pada produk tersebut.

Dalam melakukan penetapan harga Mbak Hanik melakukan tergantung produknya, melihat harga di pasaran, sistemnya tidak mengambil untung banyak yang penting lancar apalagi dengan persaingan harga ketat semakin murah semakin banyak peminatnya.

B. Praktek *Predatory Pricing* pada Produk Kosmetik Impor Melalui *E-Commerce* Dalam Perspektif Hukum Positif di Indonesia

Predatory pricing dapat didefinisikan sebagai tindakan dari sebuah perusahaan yang mengeluarkan pesaingnya dengan cara menetapkan harga di bawah biaya produksi. Jual rugi (*predatory pricing*) merupakan salah satu kegiatan yang dilarang secara *Rule Of Reason* yang memungkinkan pengadilan mempertimbangkan faktor-faktor kompetitif dan menetapkan layak atau tidaknya suatu hambatan perdagangan.⁷²

Dalam praktiknya *predatory pricing* juga digunakan untuk mencegah pesaing masuk ke dalam pasar. Setelah semua pesaing telah keluar dan

⁷² Rezmia Febria, Dampak Kegiatan Jual Rugi (*Predatory Pricing*) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha, *Jurnal Selat*, Vol. 4 No. 2, 2017. Hal. 235

mengalami kerugian maka pelaku usaha atau perusahaan tersebut kehilangan keuntungan. Perusahaan yang melakukan praktik *predatory pricing* akan mengalami kerugian melebihi pesaingnya, pada masa ini konsumen mendapatkan keuntungan dengan mendapatkan harga yang lebih murah, namun setelah itu perusahaan menaikkan harganya dan konsumen mengalami kerugian.

Konsep *predatory pricing* menurut GATT/WTO menyatakan bahwa praktik ini akan terjadi jika eksportir menjual dengan harga ekspor lebih murah dari harga yang dijual di pasar negara asal barang. Maka negara dapat melakukan tindakan anti *predatory pricing* untuk melindungi industri domestiknya yang berupa definitive antidumping duties (BMAD); provisional measure (bea provisional antidumping) dan priceundertaking (bea masuk imbalan).⁷³

Dalam literatur ekonomi dan hukum secara luas mengembangkan standar khusus untuk menentukan apakah sebuah perusahaan melakukan *predatory pricing* atau tidak. Salah satunya dalam literatur paling berpengaruh adalah literatur dari Arceda dan Turner. Mereka menilai bahwa standar penentuan praktik ini dapat dilihat ketika sebuah perusahaan menetapkan harga biaya marjinal jangka pendeknya. Namun karena data biaya marjinal sulit

⁷³ Muhammad Faishol, Luluk Nur Sayidatin Nisak, M. Thoha Ainun Najib, mas Ach Azmi Mukminin, M. Ashilus Sadid, Praktek Predatory Pricing dalam Perspektif Maqashid Syariah, *Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, Vol. 4, No. 2, 2022. Hal 114

diperoleh maka mereka menyarankan menggunakan data AVC (*Average Variable Cost*) sebagai proksi.⁷⁴

Ada yang berpendapat bahwa jual rugi atau predatory pricing semacam ini biasa disebut sebagai praktik dumpin, praktik jual beli seperti itu tidak sehat dan mendapatkan kerugian pelaku usaha sejenis di negara pengimpor.⁷⁵

Istilah predatory pricing sempat ramai dibicarakan publik di sosial medi, para pegiat ekonomi khususnya ekonomi sektor menengah kebawah atau UMKM beberapa kali mengadakan diskusi baik secara online maupun langsung untuk membahas isu predatory pricing yang terdapat dalam e-commerce di Indonesia yang dikhawatirkan akan merugikan pelaku usaha UMKM, selain berdampak pada UMKM juga akan berdampak buruk pada Negara, karena terdapat perbedaan harga yang ditimbulkan maka akan mempengaruhi terhadap ekonomi negara.⁷⁶

Pada umumnya praktik jual rugi dimaksudkan pada 5 (lima) tujuan utama, yaitu :

1. Mematikan pelaku usaha pesaing di pasar bersangkatan yang sama;
2. Membatasi pesaing dengan memberlakukan harga jual rugi sebagai entry barrier;

⁷⁴ KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Hukum Persaingan Usaha Buku Teks Edisi Kedua, (Jakarta : Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), 2017), 58-59

⁷⁵ KPPU, 2017, 189

⁷⁶ Muhammad Faishol, Luluk Nur Sayidatin Nisak, M. Thoha Ainun Najib, mas Ach Azmi Mukminin, M. Ashilus Sadid, Praktek Predatory Pricing dalam Perspektif Maqashid Syariah, Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam, Vol. 4, No. 2, 2022, 114

3. Memperoleh keuntungan besar di masa mendatang;
4. Mengurangi kerugian yang terjadi di masa lalu; atau
5. Merupakan harga promosi dalam upaya memperkenalkan produk baru sebagai alat strategi pemasaran.

Pelaku usaha yang melakukan praktik jual rugi paling sedikit tiga tujuan pertama akan dicapai sekaligus. Sedangkan tujuan keempat biasanya dilakukan oleh pelaku usaha yang melakukan “cuci gudang” untuk mengurangi kerugian lebih besar apabila persediaan barang yang ada tidak dapat dijual atau menghabiskan persediaan barang yang telah out of date atau mendekati kadaluwarsa.⁷⁷

Di Indonesia hukum persaingan usaha tercantum pada UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dalam undang-undang tersebut menyebutkan ada beberapa kegiatan usaha yang dilarang untuk dilakukan oleh para pelaku usaha yaitu diantaranya adalah *predatory pricing* atau yang biasa kita kenal juga dengan jual rugi.

Praktik jual rugi (*predatory pricing*) yang marak diterapkan dalam jual beli di *e-commerce* ini sudah diatur dalam pasal 20 Undang-Undang No. 5

⁷⁷ KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Hukum Persaingan Usaha Buku Teks Edisi Kedua, (Jakarta : Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), 2017), 193

Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan bahwa:

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

Dalam rumusan pasal 20 UU No. 50 Tahun 1999 disebutkan bahwa penetapan harga yang sangat rendah harus ditujukan untuk mematikan atau menyingkirkan pelaku usaha pesaing. Pelaku usaha yang melakukan jual rugi dengan tujuan tersebut dapat dicurigai jika harga yang ditetapkannya pada tingkat keuntungan lebih rendah dari pada suku bunga yang berlaku.⁷⁸

Menurut teori ekonomi, rugi jual (*predatory pricing*) adalah sebuah kondisi yang mana pelaku usaha melakukan penetapan harga jual atas barang ataupun jasa yang diproduksinya di bawah biaya total rata-rata (*Average Total Cost*). Pelaku usaha hanya mendapatkan keuntungan apabila mereka melakukan penetapan harga penjualan barang maupun jasa yang diproduksi diatas biaya total rata-rata, atau setidaknya sesuai biaya pokok produksi, karena

⁷⁸ Komisi Pengawasan Persaingan Usaha Republik Indonesia, *Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomer 6 Tahun 2011 tentang Pedoman pasal 20 (jual rugi) Undang-Undang Nomer 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, 11

pada kondisi tersebut masih ada gunanya bagi pelaku usaha untuk memproduksi, meskipun tidak ada gunanya untuk mengganti peralatan modal yang sudah rusak.⁷⁹ Dan jika pelaku usaha menetapkan harga dibawah biaya variabel rata-rata (AVC), maka dapat dipastikan bahwa harga tersebut sudah tidak wajar atau *unreasonable price* dan jual rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut dapat dicurigai memiliki maksud dan tujuan tertentu.

Untuk dapat mengategorikan apakah suatu tindakan pelaku usaha tergolong masuk praktek rugi jual (*predatory pricing*) atau bukan, harus dibuktikan bahwa tindakan tersebut memenuhi secara kumulatif unsur-unsur pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999, sebagai berikut:

1. Unsur Pelaku Usaha

Pasal 1 angka 5 UU No. 5 Tahun 1999 definisi pelaku usaha adalah “Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.”

2. Unsur Pemasokan

⁷⁹ Komisi Pengawasan Persaingan Usaha Republik Indonesia, *Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomer 6 Tahun 2011*..... 11

Pasal 15 ayat (1) UU No. 5 Tahun 1999 dijelaskan bahwa “ yang termasuk dalam pengertian memasok adalah menyediakan pasokan, baik barang maupun jasa, dalam kegiatan jual beli, sewa menyewa, sewa beli, dan sewa guna usaha (*leasing*).”

3. Unsur barang

Pasal 1 angka 16 UU No. 5 Tahun 1999 “Barang adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, yang dapat diperdagangkan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.”

4. Unsur jasa

Pasal 1 angka 17 UU No. 5 Tahun 1999 ‘Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang diperdagangkan dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.”

5. Unsur Jual Rugi

“Memberikan harga jual, pelaku usaha menetapkannya dibawah biaya produksi.” (Komisi Pengawas Persaingan Usaha)

6. Unsur harga yang sangat rendah

“Harga yang rendah adalah harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha yang tidak masuk akal rendahnya.” (Komisi Pengawas Persaingan Usaha)

7. Unsur dengan maksud

“Dengan maksud memiliki arti bahwa kegiatan tersebut dilakukan dengan keinginan atau tujuan.” (Komisi Pengawas Persaingan Usaha)

8. Unsur menyingkirkan atau mematikan

“Menyingkirkan atau mematikan berarti mengeluarkan atau menyingkirkan pelaku usaha pesaing dari pasar bersangkutan atau menjadi tutup usahanya.” (Komisi Pengawas Persaingan Usaha)

9. Unsur usaha Pesaing

“Usaha pesaing adalah usaha pelaku usaha lain dalam pasar bersangkutan yang sama.” (Komisi Pengawas Persaingan Usaha)

10. Unsur pasar

Pasal 1 angka 9 UU No. 5 Tahun 1999, “Pasar adalah lembaga ekonomi dimana para pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan atau jasa.”

11. Unsur pasar bersangkutan

Pasal 1 angka 10 UU No. 5 Tahun 1999, “Pasar bersangkutan adalah pasar berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan atau jasa yang sama atau sejenis atau substansi dari barang dan atau jasa tersebut.”

12. Unsur praktek monopoli

Pasal 1 angka 2 UU No. 5 Tahun 1999, “Praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.”

13. Unsur Persaingan Usaha Tidak Sehat

Pasal 1 angka 6 UU No. 5 Tahun 1999, "Persaingan tidak sehat 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."

Menurut andi Fahmi Lubis, secara umum praktek jual rugi ditujukan untuk mencapai 5 (lima) hal sebagai berikut:⁸⁰

1. Mematikan pelaku usaha pesaing di pasar bersangkutan yang sama,
2. Membatasi pesaing dengan memberlakukan harga jual rugi sebagai entry barrier,
3. Memperoleh keuntungan besar di masa datang
4. Mengurangi kerugian yang terjadi di masa lalu, atau
5. Merupakan harga promosi dalam upaya memperkenalkan produk baru sebagai alat strategi pemasaran.

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan mbak Hanik selaku pemilik toko ICOSMETIC pernah menjual produk kosmetik impornya dengan harga jual promo, ia menjual dengan harga Rp. 15.000, yang seharusnya harga kosmetik tersebut adalah Rp. 25.000. Berdasarkan wawancara dengan penjual menggunakan harga promo bertujuan untuk menghabiskan stok karena tanggal

⁸⁰ Andi Fahmi Lubis, dkk., *Buku Teks Hukum Persaingan Usaha*, Edisi. II. (Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2017).

expired dari produk tersebut sudah semakin dekat, dan terkadang barang tersebut dalam kondisi rusak.

Dari hasil wawancara dengan mbak Hanik dilihat dari rumusan pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999, pelaku usaha melaksanakan praktik jual rugi (*predatory pricing*) pada umumnya dilakukan untuk menghabiskan stock persediaan terutama barang yang mendekati masa kadaluarsa (biasa disebut dengan istilah cuci gudang) dan adanya kerusakan pada bagian barang tersebut.

Menurut UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, pelaku usaha yang melakukan praktek jual rugi (*predatory pricing*) atau pelaku usaha yang melanggar ketentuan pasal UU No. 5 Tahun 1999 dapat dijatuhkan 3 (tiga) sanksi, yaitu sanksi atau tindakan administratif, pidana pokok, dan pidana tambahan.

KPPU mempunyai kewenangan dalam memberi sanksi atau tindakan administratif kepada para pelaku usaha yang terbukti melanggar ketentuan pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 berupa:⁸¹

1. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli dan atau menyebabkan persaingan usaha tidak sehat atau merugikan masyarakat, dan atau
2. Penetapan pembayaran ganti rugi, dan atau

⁸¹ Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pasal 47 ayat 2.

3. Pengenaan denda serendah-rendahnya Rp. 1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah) dan setinggih-tinggihnya Rp. 25.000.000.000,00 (dua puluh lima milyar rupiah)

Pengadilan juga mempunyai kewenangan untuk memberikan sanksi pidana pokok jika terjadi pelanggaran pada pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 dimuat dalam pasal 48 ayat (2) yang menyatakan:

“Pelanggaran terhadap ketentuan pasal 5 sampai dengan pasal 8, pasal 15, pasal 20 sampai dengan 24, dan pasal 26 diancam pidana denda serendah-rendahnya Rp. 5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah) dan setinggi-tinggihnya Rp. 25.000.000.000,00 (dua puluh lima milyar rupiah) atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 5 (lima) bulan.”

Adapun ketentuan mengenai pidana tambahan yang dapat dikenakan terhadap pelaku usaha yang terbukti melakukan praktik jual rugi (*predatory pricing*) merujuk pada pasal 10 KUHP (kitab Undang-Undang Hukum Pidana). Pidana tambahan yang dapat dijatuhkan pasal tersebut yaitu:⁸²

1. Pencabutan izin usaha;
2. Larangan kepada pelaku usaha yang telah terbukti melakukan pelanggaran terhadap undang-undang ini untuk menduduki jabatan direksi atau

⁸² Kitab Undang-undang Hukum Pidana Pasal 10

komisaris sekurang-kurangnya 2 (dua) tahun dan selama-lamanya 5 (lima) tahun; atau

3. Penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian pada pihak lain.

Namun barang kosmetik impor yang diperjualkan di platform *e-commerce* dengan harga yang sangat murah berpotensi mematikan pelaku usaha lokal. Untuk melindungi pelaku usaha lokal yang terjun dalam dunia platform *e-commerce* pemerintah memberikan perlindungan bagi mereka melalui antisipasi terhadap banyaknya barang kosmetik impor yang dapat mempengaruhi penjualan pelaku usaha lokal dengan menetapkan Peraturan Menteri Nomer 119/PMK.010/ Tahun 2019 yang mana disebutkan mengenai kepabeanan, cukai, dan pajak bagi barang impor. Perlindungan yang diberikan oleh pemerintahan kepada pelaku usaha domestik berupa penurunan nilai *de minimis* bea masuk impor barang yang semula sebesar USD 75 menjadi USD 3 membawa kabar baik bagi pelaku usaha. Sebelumnya produk yang memiliki harga diatas USD 75 akan dikenakan bea masuk impor barang, namun dengan adanya pengaturan ini mulai pada awal 2020 ini barang yang memiliki harga lebih dari USD 3 akan dikenakan bea masuk.⁸³

⁸³ Adelia Rizky Windyaka, *Kebijakan Bea Masuk Impor Barang E-Commerce dalam Kaitannya dengan Hukum Persaingan Usaha*, (Jurist-Diction 4(6), 2021), 2107-2124.

Menurut Kartajaya dan Sula jual rugi (*predatory pricing*) dengan maksud membahayakan pelaku usaha lain maka dilarang, karena merupakan kompetisi yang bersifat curang dan ingin mematikan produk pesaing. Namun jika jual rugi (*predatory pricing*) dilakukan sesuai prosedur dan ketentuan yang benar maka diperbolehkan, salah satunya sporadik yang bersifat sementara dan hanya menghabiskan produk yang sudah tidak dikehendaki atau sudah mendekati masa kadaluarsa. Berbeda dengan predatory dan persistent yang akan merusak pasar, dan mematikan pesaing maka dilarang.⁸⁴

C. Praktek *Predatory Pricing* pada Produk Kosmetik Impor Melalui *E-Commerce* Dalam Perspektif Hukum Islam

Persaingan usaha pada platform *e-commerce* di Indonesia dengan cara jual rugi (*predatory pricing*) telah melakukan ketidakadilan terhadap para pelaku usaha lainnya. Hal ini dapat merugikan orang lain berarti jual rugi bukan hanya merusak mekanisme pasar yang sudah baik juga memberikan mudharat kepada diri sendiri dan kepada orang lain, dengan merusak kemaslatahan jiwa dan harta.

Jual rugi (*predatory pricing*) atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan pesaing di pasar maka dapat

⁸⁴ Muhammad Faishol, dkk., *Praktek Predatory Pricing dalam Perspektif Maqashid Syariah*, Al-Manhaj: Jurnal hukum dan Pranata Sosial Islam Vol. 4 Tahun 2022, 113-118

mengakibatkan praktik monopoli dan persaingan tidak sehat. Seperti yang tertera pada firman Allah SWT dalam surah *al-Hajj* ayat 25:

انَّ الَّذِينَ كَفَرُوا وَيَصُدُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ وَالْمَسْجِدِ الْحَرَامِ الَّذِي جَعَلْنَاهُ لِلنَّاسِ سَوَاءً □ الْعَاكِفُ فِيهِ وَالْبَادِي وَمَنْ يُرِدْ فِيهِ بِالْحَادِ بِظُلْمٍ نُذِقْهُ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ

Artinya: “dan siapa saja yang bermaksud melakukan kejahatan secara zalim di dalamnya, niscaya akan kami rasakan kepadanya siksa yang pedih.”⁸⁵

Jual rugi (*predatory pricing*) dalam Islam disebut *siyasa al-igraq* yaitu kegiatan perdagangan dengan tingkat harga yang lebih rendah dari harga asli atau harga yang ada dipasaran. Atau penjual dengan sengaja menjual dengan harga yang lebih murah dari harga jual. Kegiatan ini dianggap tidak sehat dikarekan akan merugikan beberapa pihak atau pelaku usaha yang lain dan bisa merugikan diri sendiri, sebenarnya tujuan jual beli untuk mendapatkan keuntungan dan tetap di ketentuan *syara*’.

Dalam kitab *al-Muwattha* karya Imam Malik, terdapat satu riwayat bagaimana kegiatan jual rugi (*predatory pricing*) pada zaman Khalifah Umar bin Khattab sangat dilarang, bahkan Khalifah Umar mengeluarkan pedagang dari pasar karena melakukan tindakan jual rugi (*predatory pricing*).

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

⁸⁵ TimPenerjemah Kementrian Agama RI, *al-Quran dan Terjemahan*, 58.

“Dari Sa’id bin al-Musayyab bahwa Umar bin Khattab pernah melewati Khatib bin Abu Balta’ah yang sedang menjual kismis di pasar lalu Umar bin Khattab berkata: ⁸⁶“Ada dua pilihan buat dirimu, menaikkan harga atau angkat kaki dari pasar kami.””

Imam Malik berpendapat bahwa: *“barang siapa yang menurunkan harga pasar harus didorong keluar, yaitu jika ada pelaku komersil yang karena kepentingan mereka sendiri, menjual di bawah harga dalam pasar, mereka mungkin terpaksa menyesuaikan dirinya dengan harga dalam pasar ataupun dipaksa keluar dari pasar.”*⁸⁷

Sedangkan menurut pendapat Imam Hambali adalah pendekatan Islami untuk menjaga persaingan yang sehat di pasar. Beliau mengganggu pembelian dari seorang penjual yang menurunkan harganya untuk mencegahnya orang-orang membeli benda yang mirip dari pesaingnya. Dengan alasan, ketika barang itu dibiarkan turun harganya, maka penjual yang menjatuhkan harga itu ditempatkan dalam monopoli dan pada akhirnya bisa membuat ketetapan harga sesuka hatinya. Imam Ahmad sangat membenci adanya kegiatan semacamnya dan membenci kepada pembeli yang berbelanja dari penjual tersebut.

⁸⁶ Imam Malik bin Anas, *al-Muwaththa*, terj. Takhrij Muhammad Fuad Abdul Baqi (Syam: Darul Hadis, 2005), 459-451.

⁸⁷ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010), 160

Pada kasus mbak Hanik, ia menawarkan harga yang rendah pada barang kosmetik impor yang mendekati masa kadaluarsa (biasa disebut dengan istilah cuci gudang) dan adanya kerusakan pada bagian barang tersebut, hal ini mengindikasikan adanya kegiatan *siyasah al-igraq*. Akan tetapi perlu digaris bawahi pula tujuan para penjual melakukan jual rugi, hal ini untuk meninjau apakah perdagangan yang dilakukan pelaku usaha tersebut merupakan praktik yang dilarang dalam Islam. Islam sangat menghargai mekanisme pasar dalam perdagangan, memberikan kebebasan pada pasar untuk menentukan harga berdasarkan *supply* dan *demand* yang ada.

Dari hasil wawancara dengan mbak Hanik, beliau menggunakan promo potongan harga hanya untuk menghabiskan stock dari produk tersebut karena masa expired dari produk tersebut sudah dekat. Tindakan ini masih dalam tindakan batas wajar karena jika penjual telah menghabiskan stock yang lama dan telah mendapatkan produk baru selanjutnya penjual tidak menggunakan promo untuk memberikan potongan harga pada produk tersebut. Hal ini dapat mengurangi kerugian akibat produknya menjadi tidak dapat dijual karena telah melampaui batas atau expired.

Jika ditinjau dari hukum Islam kegiatan yang dilakukan oleh mbak Hanik merupakan kegiatan *Siyasah al-ighraq* yang bersifat sporadic, yang mana kegiatan dengan menurunkan harga dengan periode sementara. Kegiatan

ini diperbolehkan dalam Islam, karena jenis jual beli ini masuk kedalam kategori jual beli *muwadla'ah*.

Dalam ekonomi Islam siapapun boleh berbisnis tanpa peduli apakah dia satu-satunya penjual (monopoli) atau ada penjual lain. Jadi praktik ini boleh-boleh saja. Namun siapapun tidak boleh melakukan *ighraq*, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi atau istilah ekonominya monopolistic rent. Yang mana bisa artikan selama jual rugi itu tidak merugikan diperbolehkan. Akan tetapi jika itu merugikan dan merusak mekanisme pasar maka kegiatan *ighraq* diharamkan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Tinjauan Hukum Predatory Pricing Pada Produk Kosmetik Impor Melalui E-Commerce. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pedoman yang digunakan dalam segala praktik persaingan usaha di Indonesia seperti praktik predatory pricing atau jual rugi menggunakan acuan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, dalam undang-undang menyebutkan ada beberapa kegiatan usaha yang dilarang untuk dilakukan oleh pelaku usaha diantaranya adalah predatory pricing atau jual rugi. Dari hasil penelitian pelaku usaha pernah melakukan jual rugi pada produk kosmetik impor yang dijualnya namun dengan tujuan cuci gudang karena kerusakan produk dan mendekati kadaluarsa saja bukan untuk mematikan pelaku usaha lain. Jadi selama hal tersebut dilakukan sesuai prosedur dan ketentuan yang benar maka diperbolehkan.
2. Praktik *predatory pricing* dalam islam disebut *siyasah al-igraq* yaitu kegiatan menjual perdagangan dengan tingkat harga yang lebih rendah dari harga asli atau harga yang dipasaran. Atau penjual sengaja menjual dengan harag yang leboh murah dari harga jual. Ditinjau dari hukum islam kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha merupakan kegiatan siyasah al-igraq

yang bersifat sporadic adalah kegiatan dengan menurunkan harga dengan periode sementara. Kegiatan ini diperbolehkan dalam islam, karena jenis jual beli ini masuk dalam kategori jual beli *muwaddla'ah*. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam kegiatan jual rugi atau dengan harga rendah yang dilakukan oleh pelaku usaha tidak ada pihak yang dirugikan sehingga menjual dengan harga rendah dengan alasan tertentu tidaklah menyalahi aturan agama.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian diatas, maka penulis menyarankan :

1. Perlu dilakukan penyempurnaan terhadap UU No. 5 Tahun 1999 untuk menyesuaikan dengan perkembangan perdagangan secara elektronik serta mengekomodir kebutuhan pengaturan yang semakin kompleks terkait produk hukum tersebut. Perlu dilakukan pengkajian terhadap aturan-aturan yang sudah dibuat terkait dengan *predatory pricing* agar tidak ada kekbauran norma dalam hal ini.
2. Bagi para pelaku usaha untuk memperhatikan kode etik bersaing untuk lebih cermat lagi memahami pangsa pasar yang tepat untuk bisa bersaing secara sehat dalam suatu pasar yang sama agar tidak merugikan usaha sendiri dan usaha pelaku usaha lain dikemudian hari.

Daftar Pustaka

Buku

Abd Misno, *Fiqh Muamalah Al- Maaliyah Hukum Ekonomi dan Bisnis Syariah*,
(Yogyakarta : Bintang Semesta Media, 2021)

Abdul rahman, Ghuftron Ihsan, Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta :
Prenadamedia, 2015)

Agung Feryanto, *Mengenal Ekspor dan Impor*, (Klaten : Cempaka Putih, 2018)

Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer*
(*Teori Dan Praktik*), (Malang : UIN-Maliki Press, 2019)

Andi Fahmi Lubis, dkk., *Buku Teks Hukum Persaingan Usaha*, Edisi. II.
(Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2017)

Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah di Lembaga*
Keuangan Dan Bisnis Kontemporer, (Medan : Kencana, 2019)

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

Dyah Octorina Susanti and A'an Efendi, *Penelitian Hukum (Legal Research)*
(Jakarta: Sinar Grafika, 2014)

Edi Supardi, *Ekspor Impor Teori Dan Praktikum Kegiatan Ekspor Impor Untuk*
Praktisi Logistik Dan Bisnis, (Yogyakarta : Deepublish, 2019)

Halilur Rohman, *Hukum Jual Beli Online*, (Pamekasan : Duta Media
Publishing, 2017)

- I Made Pasek Diantha, *Metode Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum*, (Denpasar : Kencana, 2016)
- Ikit, Ariyanto, Muhammad Saleh, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Gava Media, 2018)
- Imam Malik bin Anas, al-Muwattha, terj. Takhrij Muhammad Fuad Abdul Baqi (Syam: Darul Hadis, 2005)
- Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2012)
- Jonaedi Efendi, Jhonny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris*, (Jakarta : Kencana, 2018)
- Kartika Sari, *Perdagangan Internasional*, (Klaten : Cempaka Putih, 2019)
- Kitab Undang-undang Hukum Pidana Pasal 10
- Komisi Pengawasan Persaingan Usaha Republik Indonesia, Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomer 6 Tahun 2011 tentang Pedoman pasal 20 (jual rugi) Undang-Undang Nomer 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- Marolop Tandjung, *Aspek dan Prosedur Ekspor-Import*, (Jakarta : Salemba Empat, 2011)
- Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, (Mataram : Mataram University Press, 2020)
- Muhammad Rizqi Romadhon, *Jual Beli Online Menurut Madzhab Asy-Syafi'i*, (Surabaya : CV. Garuda Mas Sejahtera, 2015)

Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010)

Noeng Muhadjir, *Metode Penelitian Kualitatif (Cet. IV; Yogyakarta: Rake Sarsin, 1992)*

PPHIMM, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)*, (Jakarta : Kencana, 2017)

Syarif Arbi, *Petunjuk Praktis Perdagangan Luar Negeri*, (Yogyakarta : BPFY-Yogyakarta, 2003)

Tim Penerjemah Kementerian Agama RI, *al-Quran dan Terjemahan*

Skripsi/Jurnal

Agiel Siraj Nasher, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perilaku Bisnis Jual Rugi (Predatory Pricing) Pada E-commerce di Indonesia*, Skripsi, 2022

Alfaro David Timotius, Ratih Kemala, *Keterkaitan Konsep Predatory Pricing Dalam Praktik Diskon Harga Pada Industri Konveksi Baju Melalui E-Commerce Berdasarkan Perspektif Hukum Persaingan Usaha*, *Jurnal Ilmiah Publika*, Vol. 10, No. 2, 2022

Annisa Dwi Kurniawati, *Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Islam*, *Journal Of Islamic Economic And Business*, Vol. 02, No. 01, 2019

Basri Efendi, *Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (Kppu) Dalam*

Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat, *Syiah Kuala Law Journal* :
Vol.4 No.1, 2020

Firsty Sasi Suci Ramadhani, Teddy Prima Anggriawan, Aldira Mara Ditta
Caesar Purwanto, Keterkaitan Pemberian Discount Pada Produk
Kosmetik Dengan Konsep Predatory Pricing Dalam Perspektif Hukum
Persaingan Usaha, *Jurnal Publikasi Ilmu Hukum*, Vol. 1, No. 2, 2023

Hendrik B. Sompotan, Thor Bangsaradja Sinaga, Aspek Hukum Perjanjian
Internnasiona Dalam Ekspor Impor Barang, *Lex Et Societatis*, Vol. 8
No. 4, 2020

Imam Lukito, Tantangan Hukum Dan Peran Pemerintah Dalam Pembangunan
E-Commerce, *JIKH* Vol. 11 No. 3, 2017

Misbahul Ulum, Prinsip-Prinsip Jual Beli Online Dalam Islam Dan
Penerapannya Pada E-Commerce Islam Di Indonesia, *Jurnal Dinamika
Ekonomi & Bisnis* : Vol. 17 No. 1, 2020

Muhammad Faishol, Luluk Nur Sayidatin Nisak, M. Thoha Ainun Najib, mas
Ach Azmi Mukminin, M. Ashilus Sadid, Praktek Predatory Pricing
dalam Perspektif Maqashid Syariah, *Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial
Islam*, Vol. 4, No. 2, 2022

Nur Lailiyah Aidatus Sholihah, Fikry Ramadhan Suhendar, Konsep Akad
Dalam Lingkup Ekonomi Syariah, *Jurnal Ilmiah Indonesia* : Vol. 4, No.
12, 2019

- Nur Lailiyah Aidatus Sholihah, Fikry Ramadhan Suhendar, Konsep Akad Dalam Lingkup Ekonomi Syariah, *Jurnal Ilmiah Indonesia* : Vol. 4, No. 12, 2019
- Rahmanda Friska Adenia, Aspek Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Yang Tidak Memiliki SIUP Berdasarkan Hukum Positif Indonesia, *Jurnal Ilmiah*, 2020
- Rezmia Febria, Dampak Kegiatan Jual Rugi (*Predatory Pricing*) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha, *Jurnal Selat*, Vol. 4 No. 2, 2017
- Sri Septiani, Etika Jual Beli Dalam Perspektif Hadis Dan Implementasinya Di Lingkungan Pasar Tradisional Rau Serang, *Jurnal Holistic* : Vol. 5, No. 2, 2019
- Vicky Darmawan A.P, Ditha Wiradiputra, Predatory Pricing Dalam E-Commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha, *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, Vol. 6, No. 3, 2022
- Yohanna Amelia Panjaitan, Indikasi Predatory Pricing Pada Praktik Perang Harga Indikasi Predatory Pricing Pada Praktik Perang Harga Antara Pelaku Usaha Financial Technology (Fintech) Antara Pelaku Usaha Financial Technology (Fintech) Ditinjau Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha Ditinjau Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Indonesia, *Jurnal Program Magister Hukum FHUI*, Vol. 1 No. 3, 2021

Adelia Rizky Windyaka, Kebijakan Bea Masuk Impor Barang E-Commerce dalam Kaitannya dengan Hukum Persaingan Usaha, (Jurist-Diction 4(6), 2021), 2107-2124

Media Online/Website

Diory Marpaung, Aspek Hukum Praktik Predatory Pricing, diakses September 13, 2023, <https://www.dhp-lawfirm.com/aspek-hukum-praktik-predatory-pricing/>

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Perdagangan

LAMPIRAN



← Hanikenishya Hanikenishya 9+ ▾ 🔍



Hanikenishya Hanikenishya

2,2 rb teman

+ Tambahkan ke cerita

✎ Edit profil



hanikenishya97    



142
postingan

339
pengikut

378
mengikuti

Hanikenishya

 hanikenishya97



 **Msglow_Alshop** 

 Online **Ubah**

 5.0/5.0 | 56 Pengikut

 Lihat Video Promosi & tambah pesan... 

Toko

Produk

Kategori

Kamu Mungkin Suka

[Lihat Semua >](#)



**paket whitening
Ms glow original**

Bebas Pengembalian

Rp220.000

★★★★★ 1 terjual



**minyak goreng
kuncimas**

Rp34.000



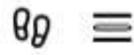
Moisturiz

Bebas Peng

Rp150.0



hanikenishya ▾



@hanikenishya

358

Mengikuti

321

Pengikut

+18

1.899

Suka

Edit profil

Bagikan profil



Ms Glow order via wa 085784850003

Email

Pesanan Shop | Tokopedia | Showcase



Daftar Pertanyaan :

1. Produk impor apa saja yang dijual di toko ini?
2. Mulai bisnis ini sejak tahun berapa?
3. Penjualan melalui apa saja?
4. Bagaimana proses jual beli atau sistem jual beli di toko ini?
5. Bagaimana cara mendapatkan produk impor untuk dijual di toko ini?
6. Bagaimana owner menentukan harga jual suatu produk tersebut?
7. Apakah toko ini pernah melakukan jual rugi pada barang yang dijual selama ini?



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH
Jl. Gajayana 50 Malang Telp. (0341) 551354 Fax. (0341)
572533

BUKTI KONSULTASI

Nama : Shinta Laili Rahmawati
NIM : 18220159
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Dosen Pembimbing : Dr. Burhanuddin
Susanto. S. HL., M. Hum
Judul Skripsi : TINJAUAN HUKUM *PREDATORY PRICING* PADA
PRODUK KOSMETIK IMPOR MELALUI *E-*
COMMERCE

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1.	Senin, 21 Agustus 2023	Konsultasi BAB 1	
2.	Rabu, 23 Agustus 2023	Konsultasi revisi BAB 1	
3.	Senin, 28 Agustus 2023	Konsultasi BAB 2-3	
4.	Senin, 04 September 2023	Konsultasi revisi BAB 2-3	
5.	Rabu, 06 September 2023	ACC BAB 2-3	
6.	Selasa, 12 November 2023	Revisi Sempro BAB 1-3	
7.	Rabu, 06 Maret 2024	Konsultasi BAB 4-5	
8.	Senin, 22 April 2024	Konsultasi BAB 4-5	
9.	Rabu, 22 Mei 2024	Konsultasi BAB 4-5	
10.	Selasa, 28 Mei 2024	ACC BAB 4-5	

Malang, 28 Mei 2024
Mengetahui,
Ketua Program Studi Hukum
Ekonomi Syariah

Dr. Fakhruddin, M.HL.
NIP. 197408192000031002

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Data Pribadi

Nama : Shinta Laili Rahmawati
Tempat lahir : Mojokerto
Tanggal lahir : 18 Februari 2000
Alamat Rumah : Dsn. Turi Ds. Pohjejer, RT. 01 RW.05, Kec. Gondang,
Kab. Mojokerto
No. Handphone : 081935041901
Email : shintalaili@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan Formal

1. 2004-2006 : RA Miftahul Ulum Bicak
2. 2006-2012 : MI Ma'arif Nu Sunan Ampel
3. 2012-2015 : MTS Ma'arif Nu Sunan Ampel
4. 2015-2018 : MAN 2 Mojokerto
5. 2018-2024 : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang