

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTEK  
PERSAINGAN USAHA DENGAN SISTEM  
PREDATORY PRICING  
(Studi Kasus Pada Promo Toko Aplikasi Shopee)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata I (S1)  
Dalam Ilmu Hukum Ekonomi Syari'ah



Disusun oleh:

**Edi Saefurrohman**

**NIM: 1702036078**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2022**

# PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
Jalan Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185  
Telepon (024)7601291, Faksimili (024)7624691, Website : <http://fsh.walisongo.ac.id/>

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi an. **EDI SAEFURROHMAN**

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum  
UIN Walisongo Semarang

*Assalamua 'alaikum Wr.Wb.*

Setelah melalui proses bimbingan dan perbaikan, bersama ini saya menyetujui naskah skripsi saudara:

Nama : **EDI SAEFURROHMAN**  
Nim : 1702036078  
Prodi : Hukum Ekonomi Syari'ah  
Judul : **TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PERSAINGAN USAHA  
DENGAN SISTEM PREDATORY PRICING (Studi Kasus Promo Pada  
Toko Aplikasi Shopee)**

Selanjutnya mohon kepada Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang, agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Semarang, 22 Maret 2022

Pembimbing I

**Drs. H. Sahidin, M.Si**  
NIP. 196703211993031005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jalan Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185  
Telepon (024)7601291, Faksimili (024)7624691, Website : <http://fsh.walisongo.ac.id/>

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp : 4 (empat) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi an. **EDI SAEFURROHMAN**

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum  
UIN Walisongo Semarang

*Assalamua'alaikum Wr.Wb.*

Setelah melalui proses bimbingan dan perbaikan, bersama ini saya menyetujui naskah skripsi saudara:

Nama : **EDI SAEFURROHMAN**  
Nim : 1702036078  
Prodi : Hukum Ekonomi Syari'ah  
Judul : **TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PERSAINGAN USAHA DENGAN SISTEM PREDATORY PRICING (Studi Kasus Promo Pada Toko Aplikasi Shopee)**

Selanjutnya mohon kepada Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang, agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Semarang, 25 Maret 2022  
Pembimbing ?

**Lathif Hanafir Rifqi, M.A**  
**NIP. 19891009 201903 1 007**

# PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) WALISONGO  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jamat : Jl. Prof. DR. HAMKA Kampus III Ngaliyan Telp./Fas. (024) 7601291, 7624691 Semarang 50185

## SURAT KETERANGAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-2083/Un.10.1/D.1/PP.00.9/IV/2022

Pimpinan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang menerangkan bahwa skripsi Saudara,

Nama : **Edi Saefurrohman**  
NIM : 1702036078  
Program studi : Hukum Ekonomi Syariah (HES)  
Judul : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Dengan Sistem Predatory Pricing (Studi Kasus pada Aplikasi Shopee )

Pembimbing I : Drs. H. Sahidin, M.Si

Pembimbing II : Lathif Hanafir Rifqi, M.A

Telah dimunaqasahkan pada tanggal **04 April 2022** oleh Dewan Penguji Fakultas Syari'ah dan Hukum yang terdiri dari :

Ketua/Penguji 1 : Saifudin, S.H.I, M.S.I  
Sekretaris/Penguji 2 : Drs. H. Sahidin, M.Si  
Anggota/Penguji 3 : Dr. Mahsun, M.Ag  
Anggota/Penguji 4 : Muhammad Hakim Junaidi, M.Ag

dan dinyatakan **LULUS** serta dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I (S.1) pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

A.n. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
& Kelembagaan



**Dr. H. Afif Imron, SH., M.Ag.**

Semarang, 13 April 2021  
Ketua Program Studi,

**Supangat, M.Ag.**

## MOTTO

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ

*“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.”(Q.S.58 [Al-Mujadalah]: 11)<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan*, (Jakarta: LPMA, 2019), 803

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Bapak dan Ibu penulis, H. Ahmad Leksono dan Sugiyah terimakasih sedalam-dalamnya yang telah tulus mendukung secara dhohir maupun batin dan percaya sepenuhnya kepada penulis untuk menuntut ilmu setinggi mungkin.
2. Keluarga penulis kakak (Wismoyo Nanda Prakoso dan Nikmah Hayati), adik (Zain Amiiru Bani Rahmat dan Muhammad Drajat Aisyhafi), yang mendukung dan mendoakan penulis selalu semangat dalam mencari ilmu.
3. Saudara-saudara penulis yang tidak bisa menyebutkan satu persatu terima kasih atas do'a dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan jenjang pendidikan tinggi.
4. Ustadz Hasan bin Agil Ba'bud dan keluarga selaku pengasuh penulis di Yayasan Al-Iman Bulus Purworejo yang selalu mendoakan penulis.
5. Teman-teman seperjuangan yaitu Hukum Ekonomi Syari'ah Khususnya kelas HES B yang telah memotivasi penulis
6. Teman-teman di Pondok Al-Iman Bulus, Forshei, Karang Taruna Garda Aroengbinang yang telah mendukung selalu.

# DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Edi saefurrohman  
NIM : 1702036078  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah  
Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Dengan demikian juga, skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 5 April 2022

Deklarator,

A 10,000 Rupiah Indonesian banknote is shown, partially obscured by a handwritten signature in black ink. The banknote features the number '10000' in the top left corner and the text 'SERBUPA' and 'SERBUPA' on the right side. The serial number 'FBAAJX847717417' is visible at the bottom left of the note.

Edi Saefurrohman

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Penulisan transliterasi huruf- huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan R.I Nomor: 158 Tahun 1987 dan nomor 0543b/U/1987.

### Konsonan

Daftar huruf Bahasa Arab dan Transliterasinya kedalam huruf Latin dapat dilihat sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)



ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengann titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	–	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha (dengan titik di atas)
ء	Hamzah	ـ'	Apostrof
ي	YA	Y	Ye

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

### **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
َ	<i>Fathah</i>	A	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I	I
ُ	<i>Dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َئِ	<i>Fathah dan Ya</i>	Ai	A dan I
َؤِ	<i>Fathah dan Wau</i>	Au	A dan U

### **Maddah**

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
َـ ا...ي	<i>Fathah dan Alif/ Ya</i>	A

ي =	<i>Kasrah</i> dan Ya	I
و =	<i>Dammah</i> dan Wau	U

### ***Ta marbūṭah***

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua, yaitu: *ta marbūṭah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tamarbūṭah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### ***Syaddah (Tasydīd)***

Syaddah atau tasydīd yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydīd ( ّ ), ( dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Jika huruf ى bertasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah ( ِ ), ( maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah (ī).

### **Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma'arifah*) . Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia

diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

### ***Hamzah***

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

### **Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia.**

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

### ***Lafẓ Al-Jalālah***

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Adapun *ta marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *Lafẓ Al-Jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [ t ].

## **Huruf Kapital**

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (All Caps), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

## ABSTRAK

Shopee merupakan marketplace yang memberikan kemudahan bagi penjual dan pembeli. Dalam aplikasi Shopee terdapat fitur promo toko yang dapat digunakan oleh *seller* untuk menarik perhatian para pembeli, dengan memberikan potongan harga pada produk yang ditawarkan. Akan tetapi, fitur ini dapat juga membuka peluang pelaku usaha untuk melakukan perdagangan dengan sistem *predatory pricing*. Berdasarkan *horizontal comparison*, peneliti menemukan sebuah produk yang terindikasi menggunakan sistem *predatory pricing* dengan memanfaatkan fitur promo toko di aplikasi Shopee yakni, produk hair powder best+ dust it. Produk tersebut ditawarkan oleh beberapa *seller* dengan harga yang sangat rendah dari harga pasarnya. Dengan adanya hal tersebut, tentu akan menjadi hambatan (*barrier entry*) bagi pelaku usaha lainnya.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana praktek persaingan usaha dengan sistem *predatory pricing* pada promo toko shopee dan bagaimana tinjauan hukum islam dan hukum persaingan usaha terhadap praktek promo toko dengan sistem *predatory pricing* diaplikasi shopee. Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif empiris. Sumber data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh dari wawancara dengan pihak *customer service* shopee dan beberapa *seller* shopee, kemudian data sekunder dari bahan kepustakaan terkait *predatory pricing*. Teknik analisa yang digunakan menggunakan deskriptif kualitatif.

Hasil yang diperoleh dari penelitian yaitu *Seller* dengan toko bernama Elsa738 dan Joper\_store dalam islam kegiatan yang dilakukan disebut sebagai *siyasah al-ighraq* yang bersifat *sporadic* dan tidak melakukan sistem *predatory pricing*. Sementara toko Fashionbyelisa kegiatannya disebut sebagai *siyasah al-ighraq* yang bersifat *predatory* dan terindikasi melakukan perdagangan dengan sistem *predatory pricing* menggunakan fitur promo toko pada aplikasi shopee.

**Kata kunci:** *Predatory pricing, siyasah al-ighraq, promo toko aplikasi shopee.*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul Tinjauan Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Dengan Sistem *Predatory Pricing* (Studi Kasus Promo Toko Shopee). Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi Strata I Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo Semarang.

Terselesainya skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, izinkan penulis untuk mengucapkan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. H. Sahidin, M.Si. dan Bapak Lathif Hanafir Rifki, M.A. selaku dosen pembimbing skripsi yang bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dengan sabar.
2. Seluruh keluarga besar penulis: Bapak, Ibu, kakak, adik, dan semua keluargaku yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, kalian semua adalah semangat hidup bagi penulis yang telah memberikan do'a agar selalu melangkah dengan optimis.
3. Kerabat serta saudara-saudariku yang selalu memberi semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Prof. Dr. KH. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
5. Bapak Dr. H. Mohammad Arja Imroni, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri



Walisongo Semarang beserta para Wakil Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

6. Bapak Supangat, M.Ag. selaku ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah dan Bapak H. Amir Tajrid, M.Ag. selaku sekretaris jurusan, atas kebijakan yang dikeluarkan khususnya yang berkaitan dengan kelancaran penulisan skripsi ini.
7. Seluruh dosen yang selama ini telah ikhlas memberikan ilmunya kepada penulis, semoga ilmu yang diajarkan senantiasa berkah dan bermanfaat.
8. Teman-teman HES angkatan 2017 khususnya kelas HES B. dan Farid, Tati, Nurul, Kholis, Niko dan yang lain.
9. Teman-teman KKN Reguler UIN Walisongo Semarang Posko 103 yang selalu memberi semangat dan motivasi.
10. Dan pihak-pihak lain yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amin Ya Rabbal Alamin.

## **DAFTAR ISI**

<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>DEKLARASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Rumusan Masalah .....</b>	<b>11</b>
<b>3. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>11</b>
<b>4. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>12</b>
<b>5. Telaah Pustaka.....</b>	<b>13</b>
<b>6. Metode Penelitian .....</b>	<b>16</b>
<b>7. Sistematika Penulisan.....</b>	<b>25</b>
<b>BAB II</b>	
<b>PERSAINGAN USAHA DALAM ISLAM TERHADAP SISTEM PREDATORY PRICING.....</b>	<b>27</b>
<b>A. Jual Beli Dalam Hukum Islam .....</b>	<b>27</b>

<b>B. Persaingan Usaha dalam Islam .....</b>	<b>33</b>
<b>C. Hukum Persaingan Usaha di Indonesia.....</b>	<b>45</b>
<b><i>D. Predatory Pricing .....</i></b>	<b>52</b>

### **BAB III**

<b>PRAKTIK PROMO TOKO DENGAN SISTEM PREDATORY PRICING DI APLIKASI SHOPEE.....</b>	<b>61</b>
<b>A. Gambaran Umum Aplikasi Shopee.....</b>	<b>61</b>
<b>B. Praktik Promo Toko Dengan Sistem <i>Predatory Pricing</i> Di Aplikasi Shopee .....</b>	<b>83</b>

### **BAB IV**

<b>TINJAUAN HUKUM ISLAM DAN HUKUM PERSAINGAN USAHA TERHADAP PROMO TOKO DENGAN SISTEM PREDATORY PRICING DI APLIKASI SHOPEE.....</b>	<b>101</b>
<b>A. Tinjauan Hukum Islam pada Promo Toko di aplikasi Shopee dengan Sistem <i>Predatory Pricing</i>.....</b>	<b>101</b>
<b>B. Tinjauan Hukum Persaingan Usaha pada Promo Toko di aplikasi Shopee dengan Sistem <i>Predatory Pricing</i> berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999 .....</b>	<b>110</b>

### **BAB V**

<b>PENUTUP.....</b>	<b>119</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>119</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>120</b>

<b>C. Penutup.....</b>	<b>120</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>122</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>127</b>
<b>BIODATA PENELITI.....</b>	<b>129</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1. Latar Belakang**

Bisnis telah menjadi salah satu bentuk pemenuhan kebutuhan masyarakat. Aktivitas tersebut terbentuk semenjak manusia menyadari kodratnya sebagai makhluk sosial dan mulai memahami prinsip ekonomi. Dengan begitu masyarakat sudah mulai berdekatan dengan bisnis. Bisnis dilakukan oleh masyarakat dari skala kecil seperti transaksi perorangan dengan menukar nilai uang untuk mendapat barang. Sementara bisnis yang dilakukan dalam skala besar, seperti membangun lembaga berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum yang cakupan transaksinya dapat mencapai antar negara.

Perkembangan teknologi khususnya internet mulai mempengaruhi model kegiatan bisnis. Saat ini, dari jumlah total penduduk Indonesia sudah melek akan teknologi dan lebih dari separuhnya aktif menggunakan internet. Dari kalangan usia sekolah dasar sampai usia paruh baya, mereka semua terhubung melalui internet. Melihat pengguna internet sebanyak itu, tentunya hal itu menjadi lahan yang potensial bagi para pelaku usaha untuk memperluas bisnis mereka. Secara konvensional, bisnis berjalan dengan transaksi tatap muka secara langsung. Di era kemajuan teknologi internet, model kegiatan bisnis berkembang menjadikan transaksi

lebih mudah, efisien dan terintegrasi melalui sistem elektronik.

Pada era digitalisasi dunia bisnis, muncullah istilah *E-Commerce* maksudnya transaksi perdagangan yang dilakukan menggunakan sarana elektronik melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Menurut Onno W. Purbo dan Aang Arif, e-commerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menggabungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.<sup>2</sup> Dengan kepopuleran kegiatan berbelanja online banyak Pelaku usaha membuka usaha menggunakan *E-Commerce* dengan membuat web dan aplikasi. Mudahnya akses fasilitas yang dimiliki hampir oleh semua masyarakat yaitu internet dan ponsel pintar membuat transaksi jual beli secara online semakin berkembang. Dan salah satu *E-Commerce* terbesar yang ada di Indonesia adalah Shopee.

Sejak resmi diluncurkan, shopee saat ini menjadi perusahaan *marketplace* dengan pertumbuhan yang sangat pesat. Dibuktikan pada kuartal III tahun 2020 Shopee memimpin dengan pengunjung situs terbanyak dari pada pesaing *E-Commerce* lainnya dengan jumlah 96,5 juta

---

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

pengunjung.<sup>3</sup> Shopee telah membukukan GMV (*Gross Merchandise Value*) di pasar Indonesia pada tahun 2020 sebesar US\$ 14,2 miliar.<sup>4</sup>

Shopee merupakan wadah belanja online yang banyak digemari di kalangan masyarakat karena Shopee tersedia dalam situs web dan juga dalam aplikasi *Mobile*. Dengan kemudahan akses yang dimiliki aplikasi ini menjadikan orang-orang dapat lebih mudah untuk mencari, berbelanja online maupun berjualan langsung hanya melalui ponselnya saja. Selain kemudahan akses yang dimiliki aplikasi ini, juga menawarkan berbagai macam produk, pembayaran serta variasi promo yang menarik untuk menarik perhatian pengguna atau konsumen. Dalam aplikasi shopee terdapat fitur promo toko yang dapat digunakan untuk melakukan potongan harga pada sebuah produk.

Promo toko menarik minat banyak pengunjung situs, dimana pengunjung pada situs Shopee sendiri terdiri dari penjual (*Seller*) dan pembeli (*Buyer*). Promo toko merupakan bentuk promosi yang dapat diakses melalui Seller centre di

---

<sup>3</sup> Dwi Hadya Jayani, "Shopee, Ecommerce dengan Pengunjung Situs Tertinggi Kuartal III 2020", <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/20/shopee-e-commerce-dengan-pengunjung-situs-tertinggi-kuartal-iii-2020>, diakses 1 september 2020

<sup>4</sup> Fahmi Ahmad Burhan. "Nilai Transaksi E-commerce RI Melonjak 91%, Shopee Kuasai Pasar", <https://katadata.co.id/yuliawati/digital/60ba67ba89507/nilai-transaksi-e-commerce-ri-melonjak-91-shopee-kuasai-pasar>, diakses 18 September 2021.

aplikasi Shopee.<sup>5</sup> Pada promo toko ini, *seller* diberi keleluasaan untuk dapat memberikan potongan harga atau diskon. *Seller* yang menggunakan promo toko di shopee akan terlihat pada sisi kanan foto produk yang ditandai dengan tag berwarna kuning disertai dengan persentase potongan harganya. Hal ini akan menandakan bahwa *seller* tersebut menawarkan harga yang lebih menarik dari pada penjual lainnya dengan produk yang serupa. Sehingga produk dengan tag promo toko akan banyak menarik minat para pembeli dan meningkatkan pembelian pada produknya. Sementara dari sisi *buyer*, *buyer* akan diuntungkan karena mendapatkan potongan harga dibawah harga pasar. Akan tetapi pada promo toko ini juga dapat menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat.

Sejatinya harga jual suatu barang akan berada diatas harga produksi. Akan tetapi, dalam promo toko tersebut, barang yang diperdagangkan bernilai sangat rendah dari pada harga produksinya. Strategi ini umumnya dilakukan oleh pekalu usaha yang baru memulai usahanya untuk menarik konsumen baru. Pada kenyataannya, strategi ini diterapkan terus menerus kendati usaha telah dijalankannya sudah sangat lama. Tentunya hal ini meresahkan para pelaku usaha pesaing dan pelaku usaha yang baru memulai usahanya.

---

<sup>5</sup> Shopee, “*Promo Toko*”, <https://seller.shopee.co.id/edu/article/6874>, di akses 8 desember 2021



Dalam pasal 20 UU No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat menyatakan, bahwa:

“Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual beli atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.”<sup>6</sup>

Dalam pasal tersebut telah dinyatakan bahwasanya para pelaku usaha dilarang untuk melakukan persaingan usaha dengan cara menetapkan harga dibawah para pesaingnya. Strategi ini dilakukan pelaku usaha untuk melindungi posisinya dengan cara mengurangi harga sementara kualitas barang tersebut sama sehingga pelaku usaha tersebut tetap dominan mempertahankan posisinya. Praktik dari starategi ini seperti pada promo toko oleh *seller* shopee yang berindikasi menetapkan harga barang sangat rendah dan dilakukan secara terus menerus sehingga meresahkan pelaku usaha yang baru memulai karirnya. Strategi ini disebut dengan Jual Rugi (*Predatory Pricing*) yakni suatu penjualan atau pemasokan barang atau jasa dengan cara menjual rugi yang dalam hal ini bertujuan untuk mematikan atau menyingkirkan pesaing usaha lainnya.

---

<sup>6</sup> UU No 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pasal 20.

Pada pelaku usaha dengan dugaan praktik *predatory pricing* tentunya tidak serta merta diindikasikan melanggar ketentuan pasal 20 UU No. 5 tahun 1999, perlu adanya indikasi untuk menduga bahwa pelaku usaha melakukan praktik ini. Suatu pelaku usaha dapat dianggap melakukan kegiatan *predatory pricing* (jual rugi) apabila harga produk berupa barang dan atau jasa yang ditetapkan jauh lebih rendah dari harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha lainnya dalam pasar yang sama, maka dari itu perlu dilakukan suatu perbandingan secara horizontal atau *horizontal comparison* terhadap harga yang ditetapkan oleh suatu pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya.<sup>7</sup> Dalam kaitannya dengan hal ini, peneliti menggunakan shopee yang merupakan *marketplace* sebagai pangsa pasarnya.

Didalam aplikasi shopee memiliki berbagai macam kategori produk yang dijual oleh seller. Berbagai kategori tersebut mulai dari fashion pria dan wanita, elektronik, peralatan rumah, otomotif, jam tangan dan berbagai macam kategori lainnya. Dari kategori produk tersebut terdapat beberapa produk yang sering diminati oleh pembeli. Salah satunya adalah produk yang diobservasi oleh peneliti.

Pada penelitian ini, peneliti telah melakukan observasi yang menunjukkan beberapa indikasi dari kegiatan

---

<sup>7</sup> Lampiran Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, 12

jual rugi oleh beberapa penjual diaplikasi shopee pada produk yang sama. Produk tersebut bernama Hair Powder Best+ Dust it yang memiliki spesifikasi produk yakni dibuat oleh negara china, netto 10g dan berbentuk *powder*. Dalam observasi yang dilakukan oleh peneliti menghasilkan perbedaan harga yang cukup signifikan antara *seller* yang menggunakan promo toko dan tidak menggunakan promo toko. Berikut merupakan tabel dari hasil observasi yang dilakukan:

**Tabel 1.1**  
**Data Harga Produk Hair Powder Best+ Dust It di**  
**Aplikasi Shopee**

No.	Nama Penjual	Promo toko	Harga
1	Fashionbyelisa	Ada	Rp. 6.370
2	Joper_store	Ada	Rp. 6.450
3	Petisbarbershop	Ada	Rp. 8.350
4	Elsa738	Ada	Rp. 8.398
5	Anekastore07	Ada	Ro. 8.712
6	Lucky_storre_jkt	Tidak Ada	Rp. 12.500
7	Tktx.id	Tidak ada	Rp. 15.000
8	Mantulcollection	Tidak ada	Rp. 15.790
9	Powdergeh	Tidak ada	Rp. 16.500
10	Lengkaptani01	Tidak ada	Rp. 17.000
11	Yesjes.id	Tidak ada	Rp. 17.990
12	Sakinahmawadah	Tidak ada	Rp. 19.000
13	Tukangcukurbshop	Tidak ada	Rp.19.900
14	Toko.awerd	Tidak ada	Rp. 20.000

15	Dwikizone2711	Tidak ada	Rp. 22.000
----	---------------	-----------	------------

**Sumber: Hasil Observasi**

Berdasarkan data tabel tersebut terlihat bahwa harga yang ditetapkan penjual atau *seller* pada Hair Powder Best+ Dust it yang menggunakan promo toko jauh lebih rendah dari pada *seller* lainnya yang tidak menggunakan promo toko. Pada toko yang bernama fashionbyelisa dan joper\_store menetapkan harga jual pada produk yang sama hampir setengahnya dari para penjual yang tidak memakai promo toko. Indikasi perbandingan harga secara horizontal antara para pelaku usaha di pasar yang sama ini, menunjukkan bahwa pelaku usaha yang menjual produknya dengan memakai promo toko dapat diduga melakukan kegiatan *predatory pricing*. Jika kegiatan tersebut dilakukan dalam kurun waktu ke waktu maka dapat mengakibatkan pelaku usaha pesaingnya mengalami kerugian sehingga menutup usahanya.

Dalam agama islam penentuan harga dipasar bisa dikatakan untuk tidak menentukan harga diatas harga pasaran sehingga bisa juga dikatakan tidak ada juga harga yang ada dibawah pasaran. Seperti yang terjadi pada hadits Sunan Ibnu Majah No. 2200:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْمُثَنَّى حَدَّثَنَا حَجَّاجٌ حَدَّثَنَا حَمَّادُ بْنُ سَلَمَةَ  
عَنْ قَتَادَةَ وَحُمَيْدٍ وَثَابِتٌ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ قَالَ غَلَا السِّعْرُ عَلَى  
عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَدْ

غَلَا السَّعْرُ فَسَعَّرْنَا فَقَالَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ  
الرَّازِقُ إِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِعَظْمَةٍ فِي  
دَمٍ وَلَا مَالٍ. رواه ابن ماجه

*“Dari Anas bin Malik ia berkata, Pernah terjadi kenaikan harga pada masa Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam, maka orang-orang pun berkata, Wahai Rasulullah, harga-harga telah melambung tinggi, maka tetapkanlah setandar harga untuk kami. Beliau lalu bersabda: Sesungguhnya Allah lah yang menentukan harga, yang menyempitkan dan melapangkan, dan Dia yang memberi rizki. Sungguh, aku berharap ketika berjumpa dengan Allah tidak ada seseorang yang meminta pertanggungjawaban dariku dalam hal darah dan harta” (HR. Ibnu Majah).<sup>8</sup>*

Hadits tersebut mengandung pengertian mengenai pelarangan penetapan harga dibawah harga pasar, walaupun dalam keadaan harga-harga sedang naik, karena jika harga suatu barang itu ditetapkan mahal maka akan menyulitkan pihak pembeli begitu juga sebaliknya jika barang yang ditetapkan murah maka akan menyulitkan pihak penjual. Sejatinya dalam islam sangat menghargai mekanisme pasar, islam memberikan kebebasan kepada pasar untuk menentukan harga pada suatu produk. Islam menyerahkan harga pada hukum pasar untuk memainkan perannya secara wajar sesuai dengan *supply* dan *demand* yang ada.

---

<sup>8</sup> Abu Abdillah Muhammad Ibn Yazid Ibn Majah Al-Qoruni, *Sunan Ibnu Majah*, (tt:tp,th),238.

Perdagangan merupakan salah satu cara mencari keuntungan, di antara strategi manjur untuk mewujudkan untung ialah dengan menguasai harga jual atau harga beli. Semakin seseorang memiliki keleluasaan mengatur harga jual atau beli, semakin besar keuntungannya. Dari ulah nakal sebagian orang guna mewujudkan keuntungan pribadi, walau dengan mengorbankan kepentingan masyarakat luas, adalah menjatuhkan harga jual barang. Dengan jatuhnya harga jual barang, akan banyak pelaku usaha yang berguguran dan pelaku usaha baru akan kesulitan untuk bersaing. Jika hal itu benar-benar terjadi, hanya pelaku usaha dengan modal besar yang mampu bertahan dan akhirnya menguasai pasar.

Hal tersebut seperti yang terjadi pada strategi jual rugi pada promo toko pada *seller* aplikasi shopee. Praktik banting harga yang jauh dibawah harga pasar dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat serta dapat mengacaukan stabilitas harga pasar. Strategi pemasaran dari *seller* Aplikasi Shopee dengan menggunakan metode promo toko ini, membuat membuat pelaku usaha baru merasa kesulitan untuk masuk ke pasar yang sama karena ada hambatan (*barrier entry*). Selain itu, promo toko aplikasi Shopee ini terkesan seperti unjuk gigi dari pemodal yang secara finansial lebih kuat sedangkan pelaku usaha dengan modal kecil akan tersingkir dalam praktik jual rugi karena kurangnya ketersediaan modal yang mencukupi dan cakupan pasarnya semakin mengecil.

Merujuk dari paparan diatas, peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut tentang promo toko di Shopee dengan konsep *Predatory Pricing* untuk ditinjau dari segi Hukum Ekonomi Syari'ah dan UU No. 5 tahun 1999 dengan judul “**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTEK PERSAINGAN USAHA DENGAN SISTEM *PREDATORY PRICING* (Studi Kasus Pada Promo Toko Aplikasi Shopee)**”.

## **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis menarik beberapa inti permasalahan yang menjadi pembahasan dalam skripsi ini:

- 1) Bagaimana praktek persaingan usaha dengan sistem *predatory pricing* pada promo toko shopee?
- 2) Bagaimana tinjauan hukum islam dan hukum persaingan usaha berdasarkan UU No.5 tahun 1999 terhadap praktek pada promo toko dengan sistem predatory pricing diaplikasi shopee?

## **3. Tujuan Penelitian**

- 1) Mengetahui dan menganalisis persaingan usaha dengan sistem predatory pricing pada promo toko di aplikasi Shopee
- 2) Meninjau hukum islam dan hukum persaingan usaha berdasarkan UU Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat

terhadap praktek persaingan usaha dengan sistem predatory pricing pada promo toko aplikasi shopee

#### **4. Manfaat Penelitian**

##### 1) Teoritis

Dari segi teoritis, manfaat hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai sumbangan pemikiran untuk menambah gagasan, wawasan, dan pengetahuan terkait dengan hukum persaingan usaha berdasarkan UU Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kalangan akademis untuk pengembangan Hukum Ekonomi Syariah khususnya terkait promo aplikasi.

##### 2) Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan analisa hukum secara praktis bagi peneliti dan masyarakat sebagai pengetahuan yang termasuk pengguna layanan e-commerce dalam memahami dan menumbuhkan kesadaran terhadap hukum persaingan usaha dan hukum ekonomi Syariah di Indonesia. Serta bagi pihak pelaku usaha untuk lebih berhati-hati dalam menjalankan bisnisnya dan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan usaha yang dilakukannya tidak melanggar ketentuan syari'at dan hukum persaingan usaha.



## 5. Telaah Pustaka

Pada telaah pustaka ini peneliti telah mencari beberapa penelitian yang telah dilakukan terlebih dahulu yang terkait dan sejenis. Maka dari itu peneliti menggunakan penelitian terdahulu tersebut sebagai referensi yang bertujuan untuk bahan acuan penulisan skripsi peneliti. Skripsi dan acuan yang peneliti gunakan, yaitu:

*Pertama*, Skripsi yang ditulis oleh Yolanda Eka Eriyanti (2019) dengan Judul “Keterkaitan Promo Gojek dengan konsep Predatory Pricing dalam Hukum Persaingan Usaha”(Universitas Jember ). Perbedaan skripsi peneliti dengan skripsi diatas terletak pada Promo Toko Shopee dan Promo Gojek, dan juga tinjauan hukumnya yang mana skripsi peneliti juga meninjau dari sudut Hukum Islam. Hasil penelitian tersebut mengatakan bahwasanya promo gojek tidak bertentangan dengan konsep jual rugi (predatory pricing) dalam hukum persaingan usaha karena harus dibedakan antara kegiatan promosi dengan penerapan predatory pricing dalam kegiatan usaha. Kegiatan promosi tersebut dilakukan oleh Gojek dalam jangka pendek yang dirancang untuk memikat konsumen. Sementara kegiatan promo toko Shopee yang akan dibahas oleh peneliti merupakan fitur yang disediakan oleh Shpee untuk para penjual dan dilakukan oleh penjual itu sendiri. Kedua akibat hukum (predatory pricing) dalam perspektif hukum persaingan usaha adalah dapat dikenakan sanksi berupa

sanksi administratif maupun berupa sanksi pidana pokok serta dapat pula dikenakan pidana tambahan. Tinjauan skripsi ini berdasarkan hukum persaingan usaha, kemudian dalam skripsi yang akan dibahas peneliti dikhususkan dalam UU No. 5 th 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat, juga dalam perspektif hukum islam.

*Kedua*, skripsi yang ditulis oleh Randy Dimas Virgiawan (2020) dengan judul “Flash Sale dalam Konteks Peraturan Perundang-undangan di Indonesia” (UIN Syarif Hidayatullah). Perbedaan skripsi diatas dengan skripsi yang akan dibahas oleh peneliti yaitu skripsi diatas dapat dilihat dari jenis penelitiannya, yang mana skripsi diatas menggunakan jenis penelitian yuridis normatif kemudian peneliti menggunakan jenis penelitian yuridis empiris dan juga skripsi diatas menganalisa promo Flash sale sementara pada skripsi peneliti menganalisa promo toko yang lebih memusat pada aplikasi Shopee dengan konsep *Predatory Pricing* yang ditinjau dari Hukum Islam dan juga dalam UU No. 5 th 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat.

*Ketiga*, skripsi yang ditulis oleh Nur Fadila (2019) dengan Judul “Analisis Hukum Islam Terhadap Jual beli Flash sale di Tokopedia” (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel). Pada kaitanya antara skripsi diatas dengan penelitian yang dilakukan peneliti yakni terletak pada akad jual beli yang sama-sama dipakai dalam promo penelitian. Akan tetapi perbedaan antara skripsi diatas dengan skripsi peneliti yaitu

dimana skripsi diatas terfokuskan pada promo flash sale oleh tokopedia yang ditinjau dari akad jual beli dalam hukum islam dan fraud/kecurangan yang dilakukan oleh karyawan Tokopedia dengan cara membaaur menjadi konsumen. Kemudian perbedaan dengan skripsi yang akan dibahas oleh peneliti yaitu skripsi peneliti menganalisa mengenai promo toko di aplikasi shopee dengan sistem *Predatory Pricing* yang mana dalam monopoli berkaitan dengan tindakan yang dilarang dalam islam dan UU No. 5 th 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat.

*Keempat*, jurnal yang ditulis oleh Adelia, Dosen IAIN Cot Kala Langsa dengan judul “Jual Rugi Pada Persaingan Usaha Fotocopy Di Lingkungan Kampus Iain Langsa (Perspektif Uu No. 5 Tahun 1999 Dan Fiqh)”. Dalam jurnal tersebut difokuskan pada usaha fotocopy yang mana persaingan yang terjadi pada usaha fotocopy di lingkungan IAIN Langsa di mana harga yang ditetapkan pengusaha baru sangat rendah sehingga mengakibatkan pengusaha lama kehilangan pelanggan dan menutup usahanya. Perbedaan dengan skripsi peneliti yaitu skripsi peneliti di fokuskan pada promo toko di aplikasi Shopee yang mana pada promo ini tidak hanya dilakukan oleh pelaku usaha baru saja akan tetapi juga dilakukan oleh oleh pelaku usaha lama.

*Kelima*, skripsi yang ditulis oleh Miftakhul Kharima (2020) yang berjudul “Transaksi jual Beli melalui Media Elektronik Dengan Fitur Serba 10 Ribu di Aplikasi Shopee Perspektif Hukum Positif dan Hukum Ekonomi Syariah” .

Berdasarkan hasil skripsi tersebut fitur Sopee serba10 merupakan jual beli dengan sistem undian dalam hukum positif merupakan salah satu perikatan bersyarat yang termuat dalam KHU Perdata pasal 1253. Akan tetapi fitur serba 10 Shopee menurut hukum positif berdasarkan salah satu itikad baik yaitu kejujuran tidak terpenuhi karena Shopee tidak menjelaskan secara jelas proses pengundian menjadi pembeli terpilih sedangkan dalam hukum ekonomi syariah jual beli yang dilakukan merupakan jual beli yang fasad terpenuhi rukun dan syaratnya namun tidak terpenuhi sifatnya ini diperkuat dengan KHES Pasal 28 ayat (2). Pada asas akad jual beli yaitu kesetaraan dan transparansi para pihak tidak terpenuhi karena tidak sesuai dengan asas akad, yaitu pada KHES Pasal 21 Ayat (6) dan (7). Perbedaan skripsi diatas dengan penelitian ini adalah pada fitur serba 10 di lakukan oleh shopee sendiri sementara fitur promo toko disediakan oleh shopee yang dilakukan oleh *seller* untuk memberikan promo pada produknya. Kemudian pada penelitian ini terfokus pada kegiatan dengan sistem *predatory pricing*.

## 6. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan sebuah metode untuk mempelajari satu atau lebih gejala dengan cara menganalisa dan melakukan pemeriksaan yang mendalam mengenai fakta dan mengusahakan suatu pemecahan dari masalah-masalah

yang timbul dari fakta tersebut.<sup>9</sup> Didalam penelitian ini, peneliti memakai speperangkat penelitian yang sesuai didalam metode penelitian hukum guna memperoleh hasil yang maksimal, yakni sebagai berikut:

1) Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian hukum empiris. Menurut Soerjono Soekanto dan Sri Marmudji, penelitian hukum empiris merupakan pendekatan yang dilakukan dalam penelitian lapangan dengan melihat dan mengamati apa yang terjadi dilapangan, penerapan peraturan-peraturan tersebut dalam prakteknya dalam masyarakat.<sup>10</sup> Penelitian hukum empiris berorientasi pada data primer atau hasil penelitian dilapangan. Untuk mendukung penelitian ini, juga digunakan penelitian normatif dengan menggunakan pendekatan undang-undang dengan menelaah perundang-undangan terkait dengan *predatory pricing*, yang dalam hal ini termuat dalam UU No. 5 th 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat.

Adapun jenis dalam penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian hukum normatif-empiris, yang mana studi kasus dalam penelitian berupa produk perilaku hukum. Pokok kajian hukum normatif-empiris yakni pelaksanaan

---

<sup>9</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press,1998), cet. 3, 2.

<sup>10</sup> Soerjono Soekanto & Sri Marmudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta:Raja Garpindo,1989),12.

atau implementasi ketentuan hukum positif dan kontrak secara faktual pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat guna mencapai tujuan yang telah ditentukan.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menelaah konsep *predatory pricing* dalam UU No. 5 th 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat kemudian mengkaitkan dengan implementasinya pada praktek promo toko di Aplikasi Shopee.

## 2) Sumber Data dan Bahan Hukum

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yakni:

- a. Sumber data primer yakni data yang diperoleh langsung dari sumbernya baik melalui wawancara, observasi maupun laporan dalam bentuk dokumen tidak resmi kemudian diolah oleh peneliti.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini sumber primer didapatkan langsung dari *customer service* Shopee melalui pusat bantuan layanan shopee yang dilakukan via chatting dan Gmeet kemudian wawancara dilakukan kepada beberapa *Seller* yakni pemilik dari toko yang bernama *fashionbyelisa*, *joper\_store* dan *elsa738*.
- b. Sumber data sekunder yakni data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang

---

<sup>11</sup> Suteki & Galang Taufani, *Metodologi Penelitian Hukum(Filsafat,Teori dan Praktik)* (Depok: Rajawali Pers, 2020 ),175.

<sup>12</sup> Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), Cet.5, 106.

berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, disertasi, dan jurnal-jurnal serta peraturan perundang-undangan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber sekunder peraturan baku (*Standard Contract*) Shopee dan promo toko aplikasi shopee, Buku-buku Fiqih Muamalah, ekonomi syariah, hukum persaingan usaha, serta jurnal-jurnal yang berkaitan dengan promo di aplikasi Shopee khususnya promo toko.

Adapun bahan hukum yang akan menjadi referensi/informasi bagi peneliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bahan hukum primer, berupa ketentuan peraturan perundang-ndangan diantaranya yaitu UU Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monop oli dan Persaingan Usaha Tidak sehat, Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 khususnya tentang Pedoman pasal 20 (jual rugi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Kitab Undang-Undang Hukum Pidana dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.
- b. Bahan hukum sekunder, bahan hukum yang memberi penjelasan terhadap bahan hukum primer yaitu beberapa pendapat para ahli khususnya dalam hukum persaingan usaha ataupun buku-buku atau karya ilmiah lainnya yang ditulis oleh ahli hukum.

- c. Bahan hukum tersier, bahan penunjang yang memberikan informasi terkait dengan bahan hukum primer dan sekunder dapat seperti KBBI, ensiklopedia dan lainnya.

### 3) Teknik Pengumpulan Data

#### a. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan antara dua atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dikonstruksikan makna dalam topik tertentu.<sup>13</sup> Teknik ini menggunakan cara tanya jawab perihal objek penelitian untuk memperoleh keterangan yang diinginkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis wawancara berencana untuk mewawancarai beberapa *customer service* shopee dan seller yang menggunakan fitur promo toko aplikasi shopee.

#### b. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah metode pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung objek penelitian.<sup>14</sup> Mengamati tidak hanya melihat, melainkan juga mempelajari perilaku manusia, proses kerja dan gejala-gejala alam. Dalam hal ini peneliti menggunakan jenis *observation non-participant* untuk mengamati aplikasi *mobile* Shopee

---

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), cet.19, 231.

<sup>14</sup> Suteki & Galang Taufani, *Metodelogi*, 223.



khususnya pada praktik promo toko aplikasi shopee pada produk hair powder best+ dust it.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis dan dokumen-dokumen baik berupa buku, majalah, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.<sup>15</sup> Teknik ini dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan pembahasan dari peneliti, data dapat berupa foto, gambar, tulisan maupun dokumen-dokumen penting lainnya, yang mana dapat memperkuat proses penelitian. Pada penelitian ini, peneliti memakai beberapa buku-buku fiqh muamalah, peraturan baku (*Standard Contract*) Shopee dan promo toko shopee, tangkapan layar, jurnal, skripsi dan berbagai informasi yang terkait dengan penelitian ini.

4) Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul melalui metode wawancara, observasi dan dokumentasi yang berupa fakta dan informasi. Berdasarkan data-data yang didapat maka data tersebut termasuk dalam jenis data kualitatif. Jenis data kualitatif merupakan data yang tidak berbentuk angka yang dapat diperoleh dari rekaman, pengamatan/observasi, wawancara

---

<sup>15</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2000), 102.

atau bahan tertulis(UU, dokumen, buku-buku dan lain sebagainya) yang berupa ungkapan-ungkapan kata verbal.<sup>16</sup>

Selanjutnya data tersebut dianalisis menggunakan metode deskriptif. Metode analisis deskriptif yaitu menyajikan dan menganalisis fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Data yang diungkap semata-mata bersifat deskriptif sehingga tidak bermaksud mencari penjelasan, menguji hipotesis, membuat prediksi maupun mempelajari implikasi.<sup>17</sup>

Dengan menggunakan metode analisa deskriptif maka dapat menjelaskan masalah yang didapatkan berdasarkan data kualitatif yang diperoleh tentang promo toko aplikasi Shopee. Kemudian dikaitkan mengenai implementasi hukum islam dan hukum persaingan usaha khususnya pada pasal 20 UU Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat yang mana berhubungan dengan konsep *predatory pricing*.

Saat melakukan analisa data, menurut Miles dan Huberman (1984) dalam bukunya Prof. Sugiyono (2013: 246) analisa data pada penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan tiga alur kegiatan, yaitu:

- a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

---

<sup>16</sup> Suteki & Galang Taufani, *Metodelogi*, 213

<sup>17</sup> Saifudin Azwar. *Metode Penelitian*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011).6-7

Reduksi data merupakan tahapan pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan data kasar yang diperoleh dari data-data lapangan. Pada saat pengumpulan data, semakin lama peneliti berada di lapangan maka semakin banyak jumlah data yang diperoleh dan data tersebut semakin kompleks dan rumit. Oleh karena itu, reduksi data diperlukan agar data tidak rumit untuk dianalisa.

Analisis data yang dilakukan untuk mereduksi dan meringkas hasil-hasil penelitian dengan memfokuskan pada hal-hal yang dianggap penting oleh peneliti. Reduksi data bertujuan untuk mempermudah pemahaman terhadap data yang telah diperoleh sehingga data yang direduksi memberikan gambaran lebih spesifik. Reduksi data yang dilakukan pada penelitian ini tertuju pada *standard contract* shopee dengan seller, kemudian kaitan antara sistem *predatory pricing* oleh seller shopee yang memakai promo toko dan menganalisa harga yang ditetapkannya.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, kemudian data tersebut dikumpulkan secara terperinci agar mendapat gambaran penelitian yang utuh. Data yang tersusun secara terperinci dan menyeluruh selanjutnya dicari kaitannya untuk memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan yang tepat.

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dengan bentuk uraian singkat, hubungan antar kategori dan lain sebagainya. Pada hal ini Miles dan Huberman(1984) mengatakan “the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text”. Yang paling sering digunakan pada penyajian data penelitian kualitatif yaitu dengan teks yang bersifat naratif.

Pada penelitian ini data-data yang telah direduksi oleh peneliti kemudian disajikan dalam teks naratif dan juga dilakukan tinjauan hukum Islam dan hukum persaingan usaha berdasarkan UU No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap data-data tersebut.

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi (*Conclusion Drawing/ Verification*)

Sesuai dengan pendapat Miles dan Huberman(1984) setelah reduksi data dan penyajian data dilakukan kemudian dilanjutkan dengan penarikan kesimpulan atau verifikasi pada kegiatan-kegiatan sebelumnya. Tahap ini adalah tahap akhir dalam proses penelitian untuk mencari dan memahami makna terhadap data yang dianalisis. Proses penarikan kesimpulan ini berdasarkan hasil dari penelitian yang dibuat dalam bentuk naratif.

Data-data yang telah direduksi oleh peneliti dan telah disajikan dengan tinjauan hukum persaingan usaha serta hukum islam kemudian dilanjutkan dengan tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi pada tahapan selanjutnya. Pada tahap ini, peneliti menyajikan penarikan kesimpulan dalam bentuk teks naratif yang berdasarkan hasil penelitian dari analisa tinjauan hukum islam dan hukum persaingan usaha berdasarkan UU No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap sistem predatory pricing pada *seller* di aplikasi shopee.

## **7. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pemahaman dalam pembahasan penelitian ini, maka peneliti membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab pertama adalah pendahuluan. Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, Tujuan penelitian manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab kedua adalah persaingan usaha dalam islam. Bab ini meliputi Jual Beli, Persaingan usaha dalam islam, Hukum Persaingan Usaha di Indonesia dan *Predatory Pricing*.

Bab ketiga adalah praktik promo took dengan sistem *predatory pricing* di aplikasi shopee. Bab ini berisi tentang

gambaran umum aplikasi Shopee dan Praktik promo toko dengan sistem *predatory pricing* di aplikasi Shopee.

Bab keempat adalah tinjauan hukum islam dan hukum persaingan usaha terhadap promo took diaplikasi shopee dengan system *predatory pricing*. Bab ini berisi tentang Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Persaingan Usaha Berdasarkan UU No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap Promo Toko dengan sistem *predatory pricing* di aplikasi Shopee.

Bab kelima adalah penutup. Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran dan kata penutup.

## BAB II

# PERSAINGAN USAHA DALAM ISLAM TERHADAP SISTEM PREDATORY PRICING

### A. Jual Beli Dalam Hukum Islam

#### 1. Definisi Jual Beli

Perdagangan atau jual beli menurut bahasa adalah *al-ba'i*, *al-tijarah*, *al-mabadalah* yang memiliki arti :

مُقَابَلَةٌ شَيْءٍ بِشَيْءٍ

“Pertukaran sesuatu dengan sesuatu (yang lain)”.<sup>18</sup>

Adapun jual beli secara terminology para ulama berbeda pendapat dalam mendefinikannya,yakni:

- a. Menurut Imam Taqiyuddin dalam kitab *Kiffayatul al-Akhyar*, jual beli adalah

مُقَابَلَةٌ مَالٍ قَابِلِينَ لِلتَّرْصُفِ بِإِجَابٍ وَقَبُولٍ عَلَى الْوَجْهِ

المال ءذون فيه

“Saling tukar harta, saling menerima, dapat dikelola (*tasharruf*) dengan ijab qobul, dengan cara yang sesuai dengan syara”.<sup>19</sup>

- b. Ibnu Qudamah di dalam *al-Mughni* menyebutkan bahwa jual-beli sebagai

---

<sup>18</sup> Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adillatuhu*, Jilid V terj., oleh Abdul Hayyie al-Kattani, (Jakarta: Gema Insani, 2011), 25

<sup>19</sup> Taqiyuddin Abi Bakr Ibn Muhammad al-Husaini, *Kifayatul al-Akhyar*, Juz I, (tt: tp, thh),329

مبادلة المال بالمال تمليكا وتملكا

“Pertukaran harta dengan harta untuk saling menjadikan milik.”<sup>20</sup>

- c. Syeikh Zakaria al Anshari dalam kitabnya *fath Al-Wahab*

مقبالة مال بمال على وجه مخصوص

“Tukar-menukar benda lain dengan cara yang khusus (dibolehkan)”.<sup>21</sup>

Kemudian menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syari’ah dalam pasal 20 ayat (2) menyebutkan, bahwa:

“Ba’i adalah jual beli antara benda dengan benda, atau pertukaran benda dengan uang.”<sup>22</sup>

Berdasarkan dari pernyataan diatas maka transaksi jual beli berarti pertukaran harta atau barang antara dua pihak penjual dan pembeli atas dasar saling rela dan memindahkan kepemilikan barang tersebut dengan setara nilainya.

## 2. Dasar Hukum Jual Beli

Dalam islam akad jual beli merupakan akad yang diperbolehkan. Hal tersebut memiliki landasan hukum yang disebutkan dalam al-Qur’an maupun Hadits. Berikut ini

---

<sup>20</sup> Ibnu Qudamah, *Al-Mughni*, Juz III, (tt: tp, th), 559

<sup>21</sup> Abi Zakaria Al-Ansari, *Fath al-Wahab*, Juz 1, (tt: tp, t. th), 157

<sup>22</sup> Pasal 20 ayat 2 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah



adalah beberapa dasar hukum yang menjadi landasan hukum jual beli diperbolehkan:

- a. Q.S Al-Baqarah [2] ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا<sup>٢٣</sup>

*“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”*.(Q.S. 2 [Al-Baqarah]: 275).<sup>23</sup>

- b. Q.S An-nisa [4] 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

*“Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha penyayang kepadamu.”* (Q.S. 4 [An-Nisa]: 29).<sup>24</sup>

- c. Hadis Nabi Muhamad Saw:

عن رفاعة بن رافع رضي الله عنه أن النبي صلى الله عليه وسلم سئل أي الكسب أطيب قال : عمل

<sup>23</sup> Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan*, (Jakarta: LPMA, 2019),61-62

<sup>24</sup> Ibid, 112

الرجل بيده وكل بيع مبرور . رواه البزار وصححه  
الحاكم

*“Dari Rifa’ah ibn Rafi’ r.a. bahwasannya Rasulullah ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik. Rasulullah menjawab: Usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang diberkati.”* (HR. al-Bazzar dinyatakan sahih oleh al-Hakim al-Naysaburi).<sup>25</sup>

### 3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Dalam islam, jual beli bisa dikatakan sah secara *syara’* jika memenuhi semua rukun dan syarat dalam akad jual beli. Pada ketentuannya terdapat perbedaan antara ulama Hanafiyah dengan jumhur ulama.

Rukun jual beli menurut kalangan Hanafiyah hanya terdapat satu, yakni ijab qabul (ungkapan menjual barang dari penjual dan ungkapan membeli barang dari pembeli). Hal dasar yang menjadi poin penting dalam jual beli ada pada kerelaan kedua pihak untuk melakukan transaksi. Tetapi, unsur kerelaan tersebut terletak pada hati dan sulit oleh panca indera, maka perlu indikasi untuk menunjukkan kerelaan dari kedua belah pihak. Menurut mereka, indikasi kerelaan kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli ditunjukkan dalam proses ijab qabul, yang mana

---

<sup>25</sup> Abdullah Ibnu Abdirrahman Al Bassam, *Taudihul Ahkam Min B ulughil Maram*, Juz III, (Jeddah: Darul Qiblah,1992),cet 1, 411.

tergabar melalui cara saling memberikan barang dan harga.<sup>26</sup>

Jumhur ulama menyatakan bahwa rukun jual beli itu terbagi menjadi empat<sup>27</sup>, yaitu:

- 1) Orang yang berakad atau *al-Muta'qidain* (penjual dan pembeli)
- 2) *Sighat* (lafadz ijab dan kabul)
- 3) *Ma'qud 'alaih* (barang yang diperjual belikan)
- 4) Nilai tukar pengganti barang/ harga

Adapun syarat dalam jual beli yang dinyatakan oleh jumhur ulama, yaitu:

- 1) *Al-Muta'qidain* (Orang yang berakad), Orang yang berakad meliputi penjual dan pembeli. Keduanya harus memenuhi syarat kapabilitas atau cakap untuk melakukan tindakan hukum, yakni memiliki kriteria berakal dan baligh. Berdasarkan hal tersebut jual beli yang dilakukan oleh anak kecil, orang gila atau orang bodoh yang tidak mampu membelanjakan harta bendanya hukumnya tidak sah.
- 2) *Sighat* (Syarat perihal ijab qabul), ijab qabul merupakan ungkapan antara kedua belah pihak yang berakad. Ijab menjadi awal penjelasan yang keluar dari salah seorang yang berakad. Sedangkan qabul adalah perkataan yang keluar dari pihak lain yang berakad sesudah adanya ijab

---

<sup>26</sup> Ikti, dkk., *Jual Beli dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2018), 81.

<sup>27</sup> Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), 69.

untuk menjelaskan suatu persetujuan dalam perjanjian.<sup>28</sup>

Syarat-syarat shigat antara lain:

- a) Harus jelas pengertiannya, lafaz yang digunakan saat ijab dan kabul harus jelas maksud dan tujuannya menurut kebiasaan yang ada.
  - b) Harus bersesuaian antara ijab dan kabul dalam perjanjian. Hal ini berguna untuk menghindari terjadinya kesalahfahaman antara kedua pihak yang berakad di kemudian hari.
  - c) Menunjukkan kesungguhan dan kerelaan (tidak ada paksaan dari pihak lain untuk melaksanakan isi perjanjian yang dibuat).
- 3) *Ma'qud 'alaih* (Barang yang diperjual belikan), syarat dari barang yang diperjualbelikan, antara lain:
- a) Barang harus ada. Tidak boleh akad atas barang-barang yang tidak ada atau dikhawatirkan tidak ada, seperti jual beli buah yang belum terlihat pada pohon, atau jual beli anak hewan yang masih dalam kandungan induknya.
  - b) Barang harus tetap dan bernilai artinya barang yang memiliki nilai manfaat, dapat dimanfaatkan, atau memiliki nilai tukar.

---

<sup>28</sup> Hasbi Ash-Shiddiqieqy, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Semarang: PT Pustaka Rizki Putra, 1999), 27.

- c) Barang tersebut dimiliki. Barang yang tidak dimiliki sendiri tidak bisa diperjualbelikan karena status barang tersebut belum jelas. Seperti menjual ikan yang masih berada di laut. Menjual burung yang masih terbang di alam liar.
  - d) Barang bisa diserahkan ketika akad berlangsung atau pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.
  - e) Barang yang diperjualbelikan merupakan barang yang suci.
- 4) Nilai tukar pengganti barang/ harga, menurut ulama fikih, syarat yang berlaku untuk nilai tukar barang ada tiga, yakni:
- a) Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya.
  - b) Dapat diserahkan pada waktu akad. Pembayaran dapat dilakukan dengan menggunakan cek atau kartu kredit. Jika harga tersebut diserahkan dikemudian hari atau berhutang, maka waktu pembayaran harus jelas.
  - c) Apabila jual beli tersebut dilakukan dengan saling menukar barang, maka barang yang dijadikan alat penukar tersebut harus tidak bertentangan secara syara'.

## **B. Persaingan Usaha dalam Islam**

### **1. Persaingan Usaha dalam Ekonomi Islam**

Islam memandang bumi dengan segala isinya merupakan titipan dari Allah kepada manusia agar digunakan sebaik-baiknya untuk kesejahteraan bersama. Islam sangat mendorong manusia sebagai subjek ekonomi untuk mendapatkan akses ekonomi seluas-luasnya selama hal tersebut tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip dalam islam. Secara garis besar ekonomi islam memiliki prinsip dasar yaitu<sup>29</sup>:

- a. Berbagai sumber daya dipandang sebagai pemberian atau titipan dari Allah Swt kepada manusia.
- b. Islam mengakui pemilik pribadi dalam batasan-batasan tertentu.
- c. Kekuatan pergerakan utama ekonomi Islam adalah kerja sama.
- d. Ekonomi Islam menolak terjadinya akumulasi kekayaan yang dikuasai oleh segelintir orang saja.
- e. Ekonomi Islam menjamin pemilik masyarakat dan penggunaannya direncanakan untuk kepentingan banyak orang.
- f. Seorang muslim harus takut kepada Allah Swt dan dihari penentuan di akhirat nanti.

---

<sup>29</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Ekonsia ,2003), 105.

- g. Zakat harus dibayarkan atas kekayaan yang telah memenuhi batas (nisab).
- h. Islam melarang riba dalam segala bentuk.

Dalam prinsip dasar ekonomi islam diatas terlihat bahwasanya islam melarang akumulasi kekayaan yang dikuasai oleh segelitir orang saja. Islam sangat menganjurkan untuk mendistribusikan harta kekayaan kepada sesamanya. Jika hal ini diterapkan pada persaingan usaha maka para pelaku usaha dapat bersaing secara kompetitif. Kompetitif yang dimaksud adalah para pelaku usaha dapat bersaing secara sehat dalam dunia pasar. Sehingga di dalam pasar tidak akan ada pelaku yang menguasai pasar dengan cara memonopolinya. Tindakan monopoli dilarang dalam islam karena dapat mendistorsi struktur pasar dan berdampak buruk pada stabilitas pasar

## 2. Bentuk-bentuk Persaingan Usaha

Dalam persaingan usaha terdapat 2 bentuk persaingan yaitu persaingan sehat (*Perfect Competition*) dan Persaingan tidak Sehat (*Imperfect Competition*)

### a. Persaingan Sehat

Pasar yang didalamnya terdapat persaingan yang sehat akan menjamin persaingannya dengan pencapaian efisiensi ekonomi disemua bidang kegiatan usaha dan perdagangannya. Kemudian para pelaku usaha di pasar tersebut akan menjalin hubungan kesejahteraannya dengan

konsumen serta melindungi kepentingan konsumen.<sup>30</sup> Selain itu pasar akan melakukan perluasan untuk menjaga agar tidak terjadi konsentrasi kekuatan ekonomi.

b. Persaingan Tidak Sehat

Dalam persaingan tidak sehat didalam pasar akan terdapat pelaku usaha yang melakukan beberapa tindakan sebagai berikut:

- 1) Tindakan Anti Persaingan, merupakan tindakan yang bersifat menghalangi atau mencegah terjadinya persaingan, yaitu suatu tindakan untuk menghindari persaingan jangan sampai terjadi, tindakan seperti ini digunakan oleh pelaku usaha yang ingin memegang posisi monopoli, dengan mencegah calon pesaing atau menyingkirkan pesaing secara tidak wajar.<sup>31</sup>
- 2) Tindakan Persaingan Curang, tindakan ini sebagai persaingan tidak sehat yang melanggar moral yang baik. Diantaranya mempengaruhi konsumen melalui informasi yang tidak benar atau menyesatkan, membuat iklan tandingan yang menjelek-jelekan pesaing, penurunan harga yang tidak wajar.<sup>32</sup>

Dalam islam bentuk kegiatan persaingan tidak sehat seperti halnya memonopoli pasar adalah sesuatu yang dilarang. Larangan ini dapat dilihat dalam instrumen *fiqh muamalah*

---

<sup>30</sup> Suhasril & Mohammad taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia* (Bogor:Ghalia Indonesia,2010), 42.

<sup>31</sup> Ibid., 47.

<sup>32</sup> Ibid., 56



seperti larangan dalam penimbunan harta (*Ihtikar*), larangan menetapkan harga (*tas'ir*), larangan menutup informasi harga (*talaqqi rubban*), larangan menjual di bawah harga pasar dan larangan terhadap jual beli bersyarat.<sup>33</sup>

### 3. *Siyasah al-Ighraq*

#### 1) Pengertian *Siyasah al-Ighraq*

*Siyasah al-Ighraq* dapat diartikan sebagai *dumping*, banting harga atau menurunkan harga. *Siyasah al-Ighraq* merupakan kegiatan perdagangan yang bertujuan untuk mencari keuntungan dengan jalan menjual barang dengan tingkat harga yang lebih rendah dari harga yang berlaku di pasaran. *Siyasah al-Ighraq* dilakukan oleh seseorang dengan maksud agar para saingan dagangannya mengalami kebangkrutan, dengan demikian ia akan leluasa menentukan harga di pasar. *Siyasah al-Ighraq* atau banting harga dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat serta dapat mengacaukan stabilitas harga di pasar.<sup>34</sup>

Mengenai menurunkan harga (*Siyasah al-Ighraq*) kalangan ulama mazhab maliki berbeda pendapat:

- a. Ulama Bahdad menyatakan yang dimaksud menurunkan harga (*Siyasah al-Ighraq*) ialah jika orang yang menjual (produsen) dengan 5

---

<sup>33</sup> Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 46-47.

<sup>34</sup> Rahmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004), 74.

ritel dengan 1 dirham, sedangkan masyarakat (distributor) menjualnya dengan 8 ritel dengan 1 dirham. Dalam pendapat ini terlihat jelas perbedaan jumlah barang yang dijual dengan harga yang sama, namun pelaku yang menurunkan harga menurut ulama bahdad lebih cenderung kepada distributornya.

- b. Ulama Bashrah berkata: yang dimaksud dengan menurunkan harga (*Siyasah al-Ighraq*) ialah jika orang yang menjual (produsen) dengan 8 ritel dengan 1 dirham, sedangkan masyarakat (distributor) menjualnya dengan 5 ritel dengan 1 dirham. Pernyataan ulama bashrah mengenai pelaku yang menurunkan harga lebih cenderung kepada produsennya.

Dari pendapat ulama bahdad dan ulama bashrah tersebut terlihat jelas perbedaan dari sisi pelaku yang menurunkan harga. Akan tetapi dari kedua pendapat tersebut dapat memberikan gambaran tentang menurunkan harga (*Siyasah al-Ighraq*) yang dianalogikan jumlah barang yang akan didapat oleh pembeli dengan harga yang sama.

Dengan kata lain *Siyasah al-Ighraq* merupakan aktivitas dagang yang dilakukan oleh pelaku usaha yang dengan sengaja menjual rugi atau menjual dengan harga yang lebih murah dari pada harga jualnya. Logika sederhanya, harga jual haruslah cukup

untuk menutup biaya produksinya atau harga jual haruslah lebih tinggi dari pada biaya untuk produksi dari suatu produk. Jadi apabila harga jual lebih rendah dari pada biaya yang dibutuhkan produksinya maka harga jual tersebut pastilah akan jauh lebih murah dari yang lainnya. Strategi perdagangan seperti ini dianggap persaingan usaha tidak sehat dan sekaligus dapat menimbulkan kerugian pelaku usaha sejenisnya.

Dalam islam, sangat dianjurkan bagi para pedagang untuk arif dalam menentukan harga bagi para pembeli. Hal ini bermaksud agar pembeli dapat lebih dijangkau dan lebih mudah mendapatkannya. Selain dari itu, harga yang ditentukan juga harus menyesuaikan dengan harga pasar agar tidak mendatangkan kerugian kepada pesaing usahanya. Sehingga dapat terbentuk persaingan usaha yang sehat.

## 2) Macam-macam *Siyasah al-Ighraq*

*Siyasah al-ighraq* terbagi menjadi tiga macam,<sup>35</sup> yaitu :

- a. *Siyasah al-Ighraq* yang bersifat *Presistent* atau terus menerus, kecenderungan yang berkelanjutan dari suatu penjual untuk memaksimalkan keuntungannya dengan menjual barang dengan harga yang rendah.

---

<sup>35</sup> Ali Yafie, *Fiqh Perdagangan Bebas*, (Bandung: Teraju, 2003), 96.

- b. *Siyasah al-Ighraq* yang bersifat *Predatory*, strategi penjualan oleh suatu penjual dengan harga yang jauh lebih murah dari pada harga pasarnya, sehingga dapat menyingkirkan pesaing usaha sejenis dalam waktu singkat. Setelah menguasai pasar tersebut kemudian harga dinaikkan kembali untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal.
  - c. *Siyasah al-Ighraq* yang bersifat *Sporadic*, penjualan komoditi keluar negeri dengan harga yang sedikit lebih murah dari produk domestik, hal ini dilakukan saat untuk mengatasi surplus produksi.
- 3) Hukum *Siyasah al-Ighraq*

Pada dasarnya, islam sangat menghargai mekanisme pasar dalam perdagangan. Islam memberikan kebebasan kepada pasar, menyerahkannya kepada hukum pasar untuk memaminkan perannya secara wajar sesuai dengan permintaan dan penawaran yang ada. Seperti pada ketentuan Allah Swt, bahwasannya perdagangan harus dilakukan secara baik dan suka sama suka (*mutual goodwill*).

Dalam konsep ekonomi islam, perdagangan harus berdasarkan nilai-nilai dan etika yang bersumber dari agama atau sesuaidengan nilai-nilai syari'at yang menjunjung tinggi tentang kejujuran dan keadilan. Barang siapa yang menjual barangnya di pasar yang

kualitasnya sama seperti barang penjual lainnya, maka ia dilarang untuk menjual dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar apabila hal itu terjadi akan merusak harga pasar dan membuat resah para pelaku pasar dan hal tersebut harus dihindari.<sup>36</sup>

Imam Malik dalam kitabnya, *al-Muwatta* menyatakan “barang siapa menurunkan harga pasar, maka hendaknya ia diusir”. Keadaan demikian terjadi bila para penjual dan pada umumnya tidak melipat gandakan keuntungan. Tetapi jika mereka terbiasa dengan hal itu, maka menurunkan harga dari harga pasar untuk kepentingan pribadi, ia harus dipaksa untuk tetap menyesuaikan dengan harga pasar atau diusir dari pasar.

Pada masa Rasulullah Saw, pernah terjadi harga-harga yang dipasar melonjak. Kemudian sahabat meminta rasulullah untuk menetapkan harga, hal tersebut terdapat pada hadits:

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ غَلَا السَّعْرُ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَدْ غَلَا السَّعْرُ فَسَعَّرْنَا فَقَالَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ

---

<sup>36</sup> Ash. Shidiq Abdurahman Al-Gharyani, *Fatwa-Fatwa Muamalah Kontemporer*, (Surabaya: Pustaka Progresif, 2004), 32-33.

إِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ يَظْلُمُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ  
وَلَا مَالٍ. رواه ابن ماجه

*"Dari Anas bin Malik ia berkata, "Pernah terjadi kenaikan harga pada masa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam, maka orang-orang pun berkata, "Wahai Rasulullah, harga-harga telah melambung tinggi, maka tetapkanlah setandar harga untuk kami." Beliau lalu bersabda: "Sesungguhnya Allah lah yang menentukan harga, yang menyempitkan dan melapangkan, dan Dia yang memberi rizki. Sungguh, aku berharap ketika berjumpa dengan Allah tidak ada seseorang yang meminta pertanggungjawaban dariku dalam hal darah dan harta." "(HR. Ibnu Majah).<sup>37</sup>*

Berangkat dari hadits diatas mengandung makna mengenai larangan penetapan harga dan juga menegaskan bahwa intervensi yang mengganggu kebebasan pribadi tanpa adanya kondisi darurat merupakan kezaliman. Aktivitas menurunkan harga dibawah harga pasar atau kegiatan yang sebaliknya tidak diperbolehkan. Namun bila dipasar telah timbul persaingan tidak sehat seperti monopoli komoditas oleh beberapa pedagang untuk mempermainkan harga. Maka pemerintah sebagai institusi formal yang memiliki tanggung jawab membuat kesejahteraan

---

<sup>37</sup> Abu Abdillah Muhammad Ibn Yazid Ibn Majah Al-Qoruni, *Sunan Ibnu Majah* (tt:tp,tth),238

umum, berhak untuk melakukan intervensi harga bilamana terjadi suatu kegiatan yang menyengsarakan masyarakat umum.

Setiap manusia harus bermasyarakat, tolong-menolong dan kerjasama antar sesamanya. Sebagai makhluk sosial, manusia menerima dan memberikan andilnya kepada orang lain. Saling bermuamalah untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mencapai kemajuan hidup yang bertujuan untuk kesejahteraan. Untuk mencapai kesejahteraan, maka diperlukan sikap tolong-menolong dan gotong-royong seperti yang tercantum dalam al-Quran :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ  
وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

*“dan tolong menolonglah kamu dalam dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan, Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksa-Nya.”* (Q.S. 5 [Al-Maidah]: 2)<sup>38</sup>

Landasan-landasan diatas tentunya menunjukkan larangan dari *Siyasah al-Ighraq*. Yang mana *Siyasah al-Ighraq* merupakan strategi menurunkan harga yang jauh dibawah pasar dengan maksud untuk menyingkirkan para pesaingnya. Kegiatan ini

---

<sup>38</sup> Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan* (Jakarta: LPMA, 2019),143-144

merupakan persaingan usaha yang tidak sehat karena bertujuan untuk mematikan produk dari pelaku usaha lain. Namun jika *Siyasah al-Ighraq* bersifat *Sporadic* diperbolehkan tentunya dengan prosedur dan ketentuan yang benar. Hal ini dikarenakan *Siyasah al-Ighraq* bersifat *Sporadic* dilakukan dalam waktu yang sementara dan bertujuan untuk menghabiskan produk yang sudah tidak dikehendaki. Lain halnya dengan *Siyasah al-Ighraq Presistent* dan *Predatory* yang dapat merusak stabilitas pasar dan mematikan pesaingnya maka hal tersebut dilarang.

Dampak yang diakibatkan dari *Siyasah al-Ighraq Presistent* dan *Predatory* bisa menjadikan produk lain tidak mampu bersaing sehingga pelaku usaha dari produk tersebut mengalami kerugian bahkan menutup usahanya. Ketika seperti itu, hanya ada satu pelaku usaha yang menguasai pasar dan memonopolinya. Dalam islam praktek monopoli dilarang karena dapat merugikan pihak lain dan Rasulullah Saw bersabda: “*Tidaklah akan memonopoli kecuali orang jahat*”. Perdagangan pada masa Nabi Muhammad Saw dan pada masa sekarang jauh berbeda. Dimana pada masa Nabi keuntungan bukan menjadi prioritas utama dalam berdagang. Akan tetapi pada masa sekarang orang belomba-lomba mendapatkan keuntungan dengan memonopoli harga pasar yakni dengan



menggunakan strategi dari *Siyasah al-Ighraq* atau menurunkan harga.

*Siyasah al-Ighraq* di Indonesia praktek ini disebut sebagai praktek jual rugi (*Predatory Pricing*), dimana hal ini termuat pada pasal 20 UU Nomor 5 Tahun 1999. Dalam pasal tersebut dinyatakan larangan bagi pelaku usaha untuk melakukan pemasokan barang atau jasa dengan cara menjual rugi atau memberikan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan pelaku usaha lainnya di pasar, sehingga mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

## **C. Hukum Persaingan Usaha di Indonesia**

### **1. Pengertian Hukum Persaingan Usaha**

Hukum persaingan usaha secara umum dapat digambarkan sebagai hukum yang mengatur tentang para pelaku usaha baik dari orang-perorangan maupun badan hukum, dimana interaksi pelaku usaha tingkah lakunya dilandasi dengan motif ekonomi. Untuk memahami hukum persaingan usaha, maka diperlukan pemahaman mengenai konsep dasar ekonomi.

Menurut Christopher Pass dan Bryan Lowes dalam Kamus lengkap ekonomi yang ditulisnya, menyatakan Competition Law atau Hukum persaingan merupakan bagian dari perundang-undangan yang mengatur tentang

monopoli, penggabungan dan pengambilalihan, perjanjian perdagangan dan praktik anti persaingan.<sup>39</sup>

Kemudian dalam buku “Hukum Persaingan Usaha” yang ditulis oleh Arie Siswanto(2004) yang dimaksud dengan dengan hukum persaingan usaha (Competition Law) merupakan instrumen hukum yang menentukan terkait bagaimana persaingan itu harus dilakukan. Walaupun secara spesifik menekankan pada aspek “persaingan”, hukum persaingan juga mengatur segala aspek persaingan yang sedemikian rupa, agar persaingan tidak menjadi sarana monopoli.<sup>40</sup>

Di beberapa negara hukum persaingan disebut dengan berbagai istilah seperti sebutan Antitrust Law di Amerika Serikat, Antimonopoly Law di Jepang atau Restrictive Trade Practices Law di Australia. Sementara istilah yang sering dipakai di Indonesia adalah Hukum Persaingan, Hukum Persaingan Usaha atau Hukum Antimonopoli.

Terlepas dari penyebutannya yang bermacam-macam, adanya hukum persaingan usaha menjadi prasyarat ekonomi bebas yang memberikan keuntungan dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Keuntungan dalam pembangunan ekonomi yang diberikan seperti terciptanya harga yang kompetitif, peningkatan kualitas hidup yang

---

<sup>39</sup> Hermansyah, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia* (Jakarta: Kencana,2009), Cet ke-2, 3.

<sup>40</sup> Arie Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha* (Bogor: Ghalia Indoneisia,2004), 24.

didorong oleh inovasi terus-menerus, meningkatkan mobilitas masyarakat, juga efisiensi baik dari produktif maupun alokatif.

## 2. Tujuan Hukum Persaingan Usaha

Di Indonesia, hukum persaingan usaha diatur dalam Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persainan Usaha Tidak Sehat. Dalam pasal 3 UU No. 5 tahun 1999 menyebutkan tujuan dibuatnya undang-undang tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
- 2) Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil;
- 3) Mencegah prakek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan
- 4) Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Adanya UU No. 5 tahun 1999 dimaksudkan untuk memberi jaminan kepastian hukum dan perlindungan yang sama kepada para pelaku usaha, dengan mencegah

timbulnya praktik-praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat lainnya dengan harapan membuat pasar yang kompetitif dan kondusif, yang mana setiap pelaku usaha dapat bersaing secara wajar dan sehat.

### 3. Kegiatan yang dilarang dalam persaingan usaha

Dalam UU No.5 tahun 1999 terdapat tiga hal yang dilarang dalam hukum persaingan usaha karena dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat. Tiga hal yang dimaksud diantaranya yakni beberapa bentuk perjanjian (pasal 4-16), beberapa kegiatan (pasal 17-24) dan bentuk penyalahgunaan posisi dominan (pasal 25-29). Beda halnya dengan perjanjian yang membutuhkan pihak lain untuk melaksanakan dalam perjanjian, kata “kegiatan” dapat dilakukan sendiri tanpa membutuhkan pihak lain atau pelaku usaha lainnya. Jika ditinjau secara “*a contrario*” terhadap definisi undang-undang, maka dapat dinyatakan bahwa yang dimaksud dengan “kegiatan” tersebut adalah tindakan atau perbuatan hukum “sepihak” yang dilakukan oleh satu pelaku usaha tanpa adanya hubungan hukum dengan pihak lain atau pelaku usaha lainnya.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Devi Meyliana S.K., *Hukum Persaingan Usaha* (Malang: Setara Press, 2013), 31.

Berikut ini merupakan beberapa kegiatan yang dilarang dilakukan oleh para pelaku usaha berdasarkan UU No. 5 tahun 1999 :

a. Monopoli

Monopoli yang dimaksud merupakan bentuk perilaku penjual yang memiliki posisi monopoli untuk menggunakan kekuatannya dipasar yang bersangkutan yang biasa disebut sebagai praktik monopoli atau monopolisasi (*monopolizing*).<sup>42</sup> Kegiatan ini dilarang karena pelaku usaha atau penjual yang monopoli akan menjadi pihak yang menetapkan harga (*Price Maker*) bukan menjadi pihak yang mengambil harga pasar (*Price Taker*), sehingga konsumen akan dirugikan karena mendapat harga yang tidak kompetitif

b. Monopsoni

Praktik monopoli dengan monopsoni hampir sama yaitu sama-sama memberlakukan diskriminasi harga. Saat monopolis memberlakukan tawaran ambil atau tidak sama sekali maka monopoli tersebut akan mendapatkan keuntungan maksimal dari konsumen, demikian juga seorang monopsonis akan mendapatkan keuntungan maksimal dari *supplier*-nya, tanpa mengurangi output yang terbentuk.<sup>43</sup> Berdasarkan

---

<sup>42</sup> Andi Fahmi Lubis, *Buku Teks Hukum Persaingan Usaha* (Edisi Kedua). (Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2017), 135.

<sup>43</sup> *Ibid.*, 159.

Pasal 18 UU No. 5 Tahun 1999. kegiatan ini dilarang dilakukan oleh pelaku usaha.

c. Penguasaan Pasar

Kegiatan ini dilarang berdasarkan Pasal 19 UU No. 5 Tahun 1999 yang terdiri dari 4 (empat) kegiatan, yakni:

- 1) Menolak dan atau menghalangi pelaku usaha pesaing untuk tidak melakukan hubungan pasar bersangkutan;
- 2) Menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan hubungan usaha dengan pelaku usaha pesaingnya itu;
- 3) Membatasi peredaran dan atau penjualan barang dan atau jasa pada pasar bersangkutan; atau
- 4) Melakukan praktek diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.

d. Jual Rugi (*Predatory Pricing*)

Jual rugi dipahami sebagai bentuk penjualan atau pemasokan barang dan atau jasa dengan jual rugi untuk mematikan pelaku usaha lain. *Predatory pricing* ini dapat dilakukan dengan menetapkan harga yang tidak wajar yaitu harga yang lebih rendah dari pada

variabel produksinya.<sup>44</sup> Kegiatan *predatory pricing* dilarnag berdasarkan pasal 20 UU No.5 tahun 1999.

e. Manipulasi biaya produksi

Berdasarkan pasal 21 UU No. 5 tahun 1999, manipulasi biaya produksi merupakan kecurangan dalam menetapkan biaya produksi. Cara ini dilakukan dengan menyampaikan harga produksi yang dibawah harga sesungguhnya, sehingga pelaku usaha dapat menjual barang atau jasanya lebih rendeah dari pada pesaingnya.<sup>45</sup>

f. Persekongkolan

Persekongkolan merupakan kegiatan kerjasama yang dilakukan antar pelaku usaha untuk menguasai pasar yang dituju untuk kepentingan pelaku usaha yang bersekongkol.<sup>46</sup> Dalam kegiatan persekongkolan berdasarkan pasal 22-24 UU No. 5 tahun 1999 terdiri dari 3 (tiga) bentuk, sebagaimana berikut:

- 1) Persekongkolan tender
- 2) Persekongkolan membocorkan rahasia dagang.
- 3) Persekongkolan menghambat perdagangan.

---

<sup>44</sup> Dayu Padmara Rengganis, *Hukum Persaingan Usaha Perangkat Telekomunikasi dan Pemberlakuan Persetujuan ACFTA*, (Bandung: Alumni, 2013), 36.

<sup>45</sup> *Ibid.*,38.

<sup>46</sup> Devi Meyliana S.K., *Hukum Persaingan Usaha*, (Malang: Setara Press, 2013), 23.

#### ***D. Predatory Pricing***

##### 1. Pengertian *Predatory Pricing*

Dalam berbisnis terdapat berbagai cara atau strategi untuk memperoleh keuntungan dan memiliki posisi yang mendominasi dipasar yang bersangkutan. Salah satu cara yang dilakukan oleh pelaku usaha yaitu dengan sistem jual rugi (*Predatory Pricing*).

Sistem jual rugi (*Predatory Pricing*) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 dilarang karena dapat menyebabkan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Dalam Sistem jual rugi ini pelaku usaha berusaha untuk mempertahankan posisinya, mengungguli pelaku usaha pesaing, dan atau membuat suatu hambatan bagi pelaku usaha yang baru akan masuk ke dalam pasar tersebut.

*Predatory pricing* adalah suatu strategi yang dilakukan oleh penjual dominan yang menetapkan harganya sangat rendah untuk jangka waktu yang cukup lama sehingga pesaingnya meninggalkan pasar dan yang lain terhalang untuk masuk ke dalam pasar. Dalam melakukan tindakan tersebut terdapat ekspektasi mengenai kerugiaan saat ini akan mendapatkan keuntungan di masa depan yang merupakan hasil dari pasar yang telah dikuasai.<sup>47</sup> *Predatory Pricing* dalam perkembangannya

---

<sup>47</sup> Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD), “*Report on Predatory Pricing*”, <http://www.oecd.org/competition/abuse/2375661.pdf>, 1989, 7.



merupakan salah satu jenis dari dumping. Dalam istilah ekonomi, jual rugi (*Predatory Pricing*) sebagai pengurangan harga oleh pelaku usaha untuk memperoleh; keuntungan dimasa yang akan datang karena kekuatan pasar tambahan yang diperoleh dari mengeliminasi, mendisiplinkan, atau menghambat perilaku persaingan dari pesaing ataupun pesaing baru.

Apabila praktik *Predatory Pricing* dijalankan pada suatu produk, maka dapat mematikan produk sejenis lainnya yang pada akhirnya membuat produk yang dijalankan menjadi satu-satunya yang berada di pasar dan dapat menimbulkan monopoli atau penguasaan atas suatu pasar. Pihak yang dapat melakukan penguasaan atas suatu pasar adalah pelaku yang memiliki market power (kekuatan pasar) untuk menentukan harga barang dan atau jasa yang berada di pasar.<sup>48</sup> Dalam jangka pendek sistem jual rugi akan sangat menguntungkan konsumen, namun bila dilakukan dalam jangka panjang akan menyebabkan kerugian yang cukup besar pada para pelaku usaha pesaing. Jika para pelaku usaha pesaing telah tersingkir, maka pelaku usaha yang memakai sistem *Predatory Pricing* akan mendominasi pasar. Kemudian pelaku usaha tersebut dapat leluasa memonopoli pasar dengan menaikkan harga

---

<sup>48</sup> Rizki Tri Anugrah Bhakti, "*Perlindungan Hukum Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dari Praktek Dumping Akibat Perdagangan Internasional*". Cahaya Keadilan, Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Putra Batam, Vol 6, No. 1 ,79.

ketingkat yang sangat tinggi untuk menutupi kerugian yang diderita pada periode sistem ini.

Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa sistem jual rugi atau *predatory pricing* merupakan kegiatan menetapkan harga yang sangat rendah untuk barang atau jasa yang dihasilkannya dalam suatu periode yang cukup lama, untuk menyingkirkan pesaing pelaku usaha lainnya yang menjadi pesaing di pangsa pasar, pelaku usaha akan bertahan dengan harga rendah tersebut setelah di lihat sudah menyingkirkan pesaing lainnya, setelah itu pelaku usaha tersebut akan menaikkan harga ke tingkat yang sangat tinggi untuk menutupi kerugian yang sebelumnya.

Jika ada pelaku usaha baru yang akan masuk di pangsa pasar yang sama untuk ikut menikmati keuntungan akibat harga menjadi tinggi tersebut, maka pelaku usaha *incumbent* akan kembali menurunkan harga ke tingkat yang sangat rendah untuk menyingkirkan pelaku usaha baru tersebut dari pangsa pasar. Hal ini di lakukan agar tidak ada satupun pelaku usaha pesaing yang masuk ke pangsa pasar, dan pelaku usaha *incumbent* bebas menaikkan harga tanpa diganggu oleh para pelaku usaha pesaing yang akan masuk ke pangsa pasar.

## 2. Tujuan Kegiatan *Predatory Pricing*

Kegiatan jual rugi atau *predatory pricing* ini merupakan suatu bentuk penjualan atau pemasokan barang dan atau jasa dengan cara jual rugi yang dapat

menimbulkan efek yang sangat besar bagi pelaku usaha lainnya dan jual rugi (*predatory pricing*) tersebut memiliki tujuan yaitu:<sup>49</sup>

- a) menjatuhkan atau mematikan pesaing pelaku usaha lainnya
- b) membatasi pesaing dengan adanya memberlakukan sistem jual rugi
- c) memperoleh keuntungan yang besar di masa yang akan datang
- d) mengurangi kerugian di masa lalu
- e) merupakan harga promosi sebagai memperkenalkan produksi baik jasa atau barang yang baru sebagai strategi pemasaran yang baru.

Berdasarkan pemaparan dari tujuan diatas, pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan sistem melakukan jual beli atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Diantara tujuan lima diatas tiga dari tujuan biasa sering dilakukan oleh penjual baik itu untuk barang maupun jasa jika tujuan yang keempat ini biasanya dilakukan ketika cuci gudang

---

<sup>49</sup> Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia. *Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pedoman pasal 20 (jual rugi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, 39.

atau banyak stok barang di gudang yang menimbun lama supaya cepat terjual maka penerapan jual rugi atau promo dilakukan oleh pelaku usaha, yang kelima memperkenalkan produk barang atau jasa untuk menarik perhatian orang banyak supaya tergiur akan promo yang di tawarkan. Jadi pelaku usaha yang melakukan kegiatan dengan sistem jual rugi (*predatory pricing*) paling tidak memiliki tiga tujuan pertama, sedangkan dua tujuan lain biasa dipakai dalam keadaan tertentu yang membuat pelaku usaha melakukan hal tersebut.

### 3. Indikasi Kegiatan *Predatory Pricing*

Penerapan sistem *predatory pricing* ini memang memunculkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat dalam pelaku usaha yang menjalankan bisnis untuk meraih keuntungan yang sangat besar dimasa yang akan datang. Akan tetapi dugaan pelaksanaan jual rugi oleh suatu pelaku usaha tentunya tidak dapat serta merta diindikasikan melanggar ketentuan Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999, diperlukan beberapa indikasi atau bukti-bukti pendahuluan untuk dapat menduga suatu pelaku usaha melakukan kegiatan yang dilarang ini.

Dalam rumusan pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 disebutkan bahwa penetapan harga yang sangat rendah hsuarus 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 keuntungannya lebih rendah dari pada suku bunga yang berlaku.<sup>50</sup> Berdasarkan teori ekonomi *predatory pricing* adalah kondisi di mana penjual atau pelaku usaha menetapkan harga jual dari barang dan atau jasa yang diproduksinya di bawah biaya total rata-rata atau *Average Total Cost* (ATC). Tetapi harga yang ditetapkan di bawah biaya total rata-rata (ATC) tersebut tetap masih dapat dikatakan sebagai *reasonable price* atau harga yang wajar apabila berada di atas biaya variabel rata-rata atau *Average Variable Cost* (AVC), karena pada kondisi tersebut tetap masih ada gunanya bagi pelaku usaha untuk memproduksi, meskipun tidak ada gunanya untuk mengganti peralatan modal yang sudah rusak.<sup>51</sup> Dan jika pelaku usaha menetapkan menetapkan harga dibawah biaya variabe rata-rata (AVC), maka dapat dikatakan bahwa harga tersebut sudah tidak wajar atau *unresonable price* dan jual rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut dapat dicurigai mempunyai maksud dan tujuan tertentu.

Harga yang sangat rendah yang ditetapkan oleh pelaku usaha akan sangat terlihat jauh perbedaannya dengan harga yang ditentukan dengan perhitungan ekonomis. Untuk menentukan perhitungannya terdapat

---

<sup>50</sup> Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia, *Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pedoman pasal 20 (jual rugi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, 11

<sup>51</sup> *Ibid.*, 11

pendekatan yang dapat dilakukan untuk mengetahui apakah harga yang ditetapkan tersebut masih dalam batas wajar atau tidak, pendekatan tersebut diantaranya adalah:<sup>52</sup>

- a) Analisis kemampuan pelaku usaha tersebut untuk menutupi kerugian dalam jangka waktu yang cukup panjang;
  - b) Analisis pelaku usaha yang berkaitan dengan perbandingan antara penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan untuk berproduksi
4. Sanksi terhadap kegiatan *Predatory Pricing*

Jika terdapat pelaku usaha yang terbukti melakukan jual rugi (*predatory pricing*) yang mana dalam hal ini melanggar ketentuan dalam pasal 20 UU No. 5 tahun 1999, maka pelaku usaha tersebut dapat dikenakan sanksi. Berdasarkan hukum persaingan usaha, sanksi yang dapat dijatuhkan kepada pelaku usaha yang terbukti melakukan jual rugi (*predatory pricing*), yakni sanksi atau tindakan administratif, pidana pokok, dan pidana tambahan.

Sanksi atau tindakan administratif ini merupakan kewenangan KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha), yang dinyatakan dalam Pasal 47 ayat (1) UU No. 5 Tahun 1999 yang menyebutkan bahwa:

“Komisi berwenang menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif terhadap

---

<sup>52</sup> Ibid., 14.

pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.”

Dengan kewenangan ini membuat KPPU memberikan sanksi atau tindakan administratif kepada pelaku usaha yang terbukti melanggar ketentuan pasal 20 UU No. 5 tahun 1999 berupa:<sup>53</sup>

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

Pada dasarnya KPPU adalah lembaga administratif yang hanya berwenang untuk menetapkan sanksi administratif. Sementara sanksi pidana pokok dan pidana tambahan dijatuhkan oleh pengadilan. Sanksi pidana pokok yang dapat dikenakan jika terjadi pelanggaran pada pasal 20 UU No. 5 tahun 1999 dimuat dalam pasal 48 ayat (2) UU No. 5 Tahun 1999 yang menyatakan:

“Pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 5 sampai dengan Pasal 8, Pasal 15, Pasal 20 sampai dengan Pasal 24, dan Pasal 26 diancam

---

<sup>53</sup> Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pasal 47 ayat 2.

pidana denda serendah-rendahnya Rp5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp25.000.000.000,00 (dua puluh lima milyar rupiah) atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 5 (lima) bulan.”

Kemudian 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 pada pasal tersebut yakni:<sup>54</sup>

- a) Pencabutan izin usaha;
- b) Larangan kepada pelaku usaha yang telah terbukti melakukan pelanggaran terhadap undang-undang ini untuk menduduki jabatan direksi atau komisaris sekurang-kurangnya 2 (dua) tahun dan selama-lamanya 5 (lima) tahun; atau
- c) Penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian pada pihak lain.

---

<sup>54</sup> Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Pasal 10.



## BAB III

### PRAKTIK PROMO TOKO DENGAN SISTEM PREDATORY PRICING DI APLIKASI SHOPEE

#### A. Gambaran Umum Aplikasi Shopee

##### 1. Profil Shopee

Shopee adalah mobile-platform pertama di Asia Tenggara (Indonesia, Filipina, Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam) dan Taiwan yang menawarkan transaksi jual beli online yang menyenangkan, gratis, dan terpercaya via ponsel.<sup>55</sup> Shopee menjadi platform perdagangan berbasis elektronik yang diperkenalkan pada tahun 2015 di bawah naungan SEA Grup (sebelumnya dikenal sebagai Garena) yang berkantor di Singapura.<sup>56</sup> Pada tahun 2019 shopee mulai melebarkan bisnisnya sampai di Brasil, saat ini Shopee telah menjangkau beberapa negara terutama di wilayah Asia Tenggara seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam dan Filipina. Shopee menjadi salah satu dari 5 startup e-commerce yang paling disruptif yang diterbitkan oleh *Tech In Asia*. Shopee sendiri dipimpin oleh Chris Feng. Dia merupakan salah satu mantan pegiat Rocket Internet yang pernah mengepaloi Zalora dan Lazada.

---

<sup>55</sup> Shopee, "Tentang Shopee", <https://careers.shopee.co.id/about>, diakses 12 april 2022

<sup>56</sup> Wikipedia, "Shopee situs belanja dari singapura", <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Shopee>, diakses 4 Desember 2021.

Di Indonesia Shopee resmi mengawali karirnya pada Desember 2015 di bawah naungan PT. Shopee International Indonesia. PT. Shopee International Indonesia memiliki kantor di Wisma 77 Tower 2 Lantai 11, Jl. Letjen. S. Parman Kav. 77 Slipi, Palmerah, Kota Administrasi Jakarta Barat. Shopee Indonesia diperkenalkan di Indonesia pada Desember 2015. Sejak peluncurannya Shopee Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Bahkan sampai saat ini aplikasi Shopee di dekstop dan smartphone sudah dipakai oleh jutaan pengguna.<sup>57</sup> Shopee mengusung visi “Menjadi mobile marketplace nomor 1 di Indonesia” dan memiliki misi “mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia”.

Shopee merupakan *marketplace* yang mudah diakses dan menyediakan berbagai macam produk. Shopee memudahkan penggunaannya untuk kegiatan berbelanja karena tersedia dalam bentuk aplikasi *mobile* dan *website*, sehingga pengguna shopee dapat mengaksesnya kapan saja hanya melalui *dekstop* atau smartphone. Selain kemudahan aksesnya, shopee juga menyediakan berbagai kategori produk mulai dari fashion, elektronik, kosmetik, makanan, dan masih banyak lagi. Sebagai perusahaan besar Shopee memiliki logo seperti dibawah ini:

---

<sup>57</sup> Wikipedia, “Shopee situs belanja dari singapura”, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Shopee>, diakses 6 Desember 2021.



Sumber: Google

Shopee sebagai *marketplace* dengan model bisnis hybrid C2C (*Consumer to consumer*) dan B2C (*Business to Consumer*). Sejak meluncurkan Shopee Mall yang berisi produk brand ternama, saat ini Shopee telah beralih menjadi model hybrid C2C dan B2C (*Business to Consumer*).<sup>58</sup> Dengan model bisnis tersebut maka para pengguna shopee baik itu pembeli dapat berjualan di shopee. Untuk berjualan di shopee, dapat dilakukan dengan langkah-langkah berikut<sup>59</sup>:

- a. Buat akun di Shopee dengan dengan cara:
  - 1) Melalui aplikasi Shope: Pilih “Saya” klik “Daftar”
  - 2) Mulai situs Shopee: pilih “Mulai Jual” atau pilih “Seller Center”> klik “Buat akun”
- b. Daftar menggunakan akun Facebook, Google, Apple, atau klik “Daftar” untuk mendaftar menggunakan no. handphone.

---

<sup>58</sup> Wikipedia, “Shopee situs belanja dari singapura”, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Shopee>, diakses 6 Desember 2021.

<sup>59</sup> Shopee, ”Berjualan di Shopee”, <https://seller.shopee.co.id/edu/article/464/Berjualan-di-Shopee>, diakses 11 Desember 2021

- c. Jika mendaftar menggunakan no. handphone, mohon masukkan no. handphone, kemudian lakukan verifikasi dan buat password akun Shopee Anda. Verifikasi no. handphone wajib Anda lakukan dilakukan agar Pembeli bisa menemukan produk yang sudah di-upload.
- d. Update username Shopee sesuai yang diinginkan.
- e. Lengkapi Profil Toko di Seller Centre atau aplikasi Shopee.
- f. Atur alamat toko melalui Seller Centre atau aplikasi Shopee.
- g. Atur pengaturan pengiriman toko melalui Seller Centre atau aplikasi Shopee.
- h. Upload produk, mengisi atribut produk dan deskripsi, menyertakan foto produk, dan memilih jasa kirim. Pastikan produk yang Anda upload tidak termasuk barang yang dilarang oleh Shopee.
- i. Ikuti berbagai program di Shopee untuk mempromosikan toko dan membantu Anda mendapatkan pesanan pertama.
- j. Setelah mendapatkan pesanan pertama Anda, Anda bisa langsung mengemas dan mengirim produk kepada Pembeli.

## 2. Syarat dan Ketentuan Pengguna Aplikasi Shopee

Aplikasi Shopee merupakan *marketplace*, yang mana dapat digunakan untuk membeli sesuatu atau untuk

menjual produk. Akan tetapi untuk menjadi pengguna aplikasi tersebut perlu untuk mengetahui syarat dan ketentuan yang ada pada aplikasi tersebut. Dalam bagian pendahuluan syarat dan ketentuan pada aplikasi shopee pengguna diharuskan berusia 17 tahun, jika dibawah usia 17 th atau belum menikah dan berada dibawah pengampuan maka pengguna harus mendapatkan persetujuan dari orang tua atau wali.<sup>60</sup> Selain dari syarat dan ketentuan pengguna tersebut juga terdapat beberapa syarat dan ketentuan lainnya di aplikasi shopee, yakni:<sup>61</sup>

a. Penggunaan

- 1) Izin untuk menggunakan Situs dan Layanan ini berlaku sampai diakhiri. Izin ini akan berakhir sebagaimana diatur dalam Syarat Layanan ini atau jika anda gagal mematuhi persyaratan atau ketentuan apapun dari Syarat Layanan ini. Dalam hal demikian, Shopee dapat melakukan pengakhiran tersebut dengan atau tanpa memberikan pemberitahuan kepada anda.
- 2) Anda setuju untuk tidak:
  - I. mengunggah, memasang (posting), mengirimkan atau menyediakan Konten yang melanggar hukum, berbahaya,

---

<sup>60</sup> Shopee, *Standard Contract* Pengguna Shopee, <https://shopee.co.id/legaldoc/terms>, diakses 12 Desember 2021.

<sup>61</sup> Shopee, *Standard Contract* Pengguna Shopee, <https://shopee.co.id/legaldoc/terms>, diakses 12 Desember 2021.

- mengancam, kasar, melecehkan, mengkhawatirkan, meresahkan, berliku-liku, memfitnah, vulgar, cabul, mencemarkan, invasif terhadap privasi pihak lain, penuh kebencian, atau mengandung unsur SARA atau lainnya;
- II. melanggar undang-undang, termasuk dengan tidak terbatas pada undang-undang dan peraturan sehubungan dengan batasan ekspor dan impor, hak pihak ketiga atau kebijakan Barang yang Dilarang dan Dibatasi kami;
  - III. mengunggah, memasang (posting), mengirimkan atau sebaliknya menyediakan Konten yang menampilkan anak di bawah umur tanpa pengawasan atau menggunakan Layanan untuk merugikan anak di bawah umur dengan cara apapun;
  - IV. menggunakan Layanan atau mengunggah Konten untuk menyamar sebagai orang atau entitas lain, atau kalau tidak memalsukan afiliasi anda dengan seseorang atau suatu entitas;
  - V. memalsukan kop atau kalau tidak memanipulasi pengidentifikasi guna menyamarkan asal Konten apapun yang dikirimkan melalui Layanan;

- VI. menghapus pemberitahuan mengenai hak kepemilikan dari Situs;
- VII. menyebabkan, mengizinkan atau memberikan wewenang untuk modifikasi, pembuatan karya turunan, atau penerjemahan Layanan tanpa izin yang jelas dari Shopee;
- VIII. menggunakan Layanan untuk manfaat pihak ketiga atau dengan cara yang tidak diizinkan oleh izin yang diberikan di sini;
- IX. menggunakan Layanan atau mengunggah Konten dengan cara yang menipu, membohongi, memalsukan, menyesatkan, atau memperdayakan;
- X. membuka dan/atau mengoperasikan beberapa akun pengguna sehubungan dengan tindakan yang secara jelas melanggar Syarat Layanan ini atau maksud dari Syarat Layanan ini;
- XI. mengakses Situs, membuka akun pengguna, atau sebaliknya mengakses akun pengguna dengan menggunakan segala perangkat keras dan perangkat lunak tidak resmi dari Shopee, termasuk namun tidak terbatas pada, emulator, simulator, bot, atau perangkat keras maupun perangkat lunak sejenisnya;

- XII. memanipulasi harga barang apapun atau mengganggu daftar Pengguna lain;
- XIII. melakukan tindakan yang dapat merusak sistem umpan balik atau peringat;
- XIV. mencoba mendekompilasi, merekayasa balik, membongkar atau meretas Layanan (atau bagian apapun darinya), atau mengalahkan atau mengatasi teknologi enkripsi atau langkah-langkah keamanan yang diimplementasikan oleh Shopee sehubungan dengan Layanan dan/atau data yang dikirim, diolah atau disimpan oleh Shopee;
- XV. memungut atau mengumpulkan informasi apapun tentang atau mengenai pemegang Akun lain, termasuk, dengan tidak terbatas pada, data atau informasi pribadi apapun;
- XVI. mengunggah, mengirim email, memposting, mengirimkan atau menyediakan Konten apapun yang tidak berhak untuk anda sediakan berdasarkan hukum atau ikatan kontrak atau fidusia (seperti informasi orang dalam, informasi eksklusif dan rahasia yang dipelajari atau diungkapkan sebagai bagian dari hubungan kerja atau di bawah perjanjian non pengungkapan);



- XVII. mengunggah, mengirim email, memposting, mengirimkan atau menyediakan Konten apapun yang melanggar hak paten, merek dagang, rahasia dagang, hak cipta atau hak kepemilikan lainnya dari pihak mana pun;
- XVIII. mengunggah, mengirim email, memposting, mengirimkan atau menyediakan iklan, materi promosi yang tidak diinginkan atau tidak sah, "surat sampah", "spam", "surat berantai", "skema piramida", atau bentuk ajakan lainnya yang tidak sah;
- XIX. mengunggah, mengirim email, memposting, mengirimkan atau menyediakan materi yang berisikan virus, worm, Trojan-horse perangkat lunak atau kode, rutin, file maupun program komputer lainnya yang dirancang untuk secara langsung atau tidak langsung memengaruhi, memanipulasi, mengganggu, menghancurkan atau membatasi fungsionalitas atau integritas perangkat lunak atau perangkat keras komputer atau data atau perlengkapan telekomunikasi apapun;

- XX. mengganggu aliran normal dialog, menyebabkan layar "bergulir" lebih cepat daripada kecepatan mengetik Pengguna Layanan lainnya, atau melakukan tindakan yang secara negatif memengaruhi kemampuan Pengguna lain untuk berkomunikasi dalam waktu nyata;
- XXI. memengaruhi, memanipulasi atau mengganggu Layanan atau server atau jaringan yang terhubung ke Layanan atau penggunaan dan kenyamanan menikmati Layanan oleh Pengguna lainnya, atau tidak menaati persyaratan, prosedur, kebijakan atau peraturan jaringan yang terhubung ke Situs;
- XXII. melakukan tindakan atau terlibat dalam perilaku yang secara langsung atau tidak langsung dapat merusak, melumpuhkan, membebani secara berlebihan, atau mengganggu Layanan atau server atau jaringan yang terhubung ke Layanan;
- XXIII. menggunakan Layanan untuk sen gaja atau tidak sengaja melanggar hukum, aturan, kode, arahan, pedoman, kebijakan atau peraturan setempat, negara bagian, nasional atau internasional yang berlaku termasuk, dengan tidak terbatas pada, undang-undang

- dan persyaratan (baik yang berkekuatan hukum maupun tidak) yang berkaitan dengan anti pencucian uang atau anti terorisme.
- XXIV. menggunakan Layanan dengan melanggar atau untuk menghindari sanksi atau embargo yang diberikan atau diberlakukan oleh Kantor Pengawasan Aset Luar Negeri Departemen Keuangan AS, Dewan Keamanan PBB, Uni Eropa atau Her Majesty's Treasury;
- XXV. menggunakan Layanan untuk melanggar privasi pihak lainnya atau untuk "menguntit" atau mengganggu pihak lain;
- XXVI. melanggar hak Shopee, termasuk setiap hak kekayaan intelektual dan setiap pemboncengan reputasi (passing off) atas hak kekayaan intelektual tersebut;
- XXVII. menggunakan Layanan untuk mengumpulkan atau menyimpan data pribadi tentang Pengguna lainnya sehubungan dengan perilaku dan kegiatan terlarang yang ditetapkan di atas; dan/atau
- XXVIII. mendaftarkan barang yang melanggar hak cipta, merek dagang atau hak kekayaan intelektual pihak ketiga lainnya atau menggunakan layanan dengan cara yang

- akan melanggar hak kekayaan intelektual pihak lain; dan/atau
- XXIX. meminta, berkorespondensi, dan/atau terlibat dengan, atau menyediakan informasi terkait aktivitas pengguna saat menggunakan Layanan kepada media dan/atau perusahaan riset, untuk tujuan apapun termasuk namun tidak terbatas kepada riset pasar, survei kepuasan, atau bentuk pemasaran lainnya tanpa persetujuan tertulis dari Shopee.
- 3) Anda memahami bahwa semua Konten, baik yang diposting untuk umum atau dikirimkan secara pribadi, merupakan tanggung jawab tunggal orang dari mana Konten tersebut berasal. Ini berarti anda, dan bukan Shopee, bertanggung jawab penuh untuk semua Konten yang anda unggah, posting, kirim melalui email, kirimkan atau sediakan melalui Situs. Anda memahami bahwa dengan menggunakan Situs ini, anda mungkin akan menemukan Konten yang anda anggap menyinggung, tidak sopan atau tidak pantas. Sejauh yang diperbolehkan oleh hukum yang berlaku, dalam situasi apapun Shopee tidak akan bertanggung jawab dengan cara apapun untuk setiap Konten, termasuk, tetapi tidak terbatas pada, setiap kesalahan atau pembiaran dalam Konten, atau kehilangan maupun kerusakan dalam bentuk apapun

yang terjadi sebagai akibat penggunaan, kepercayaan pada Konten yang diposting, diemail, dikirimkan atau disediakan di Situs.

- 4) Anda mengakui bahwa Shopee dan pihak yang ditunjuk olehnya memiliki hak (tetapi bukan kewajiban) atas kebijakan mereka sendiri untuk melakukan penyaringan awal, menolak, menghapus, memberhentikan, membekukan, atau memindahkan Konten, termasuk dengan tidak terbatas pada setiap Konten atau informasi yang diposting oleh anda, yang tersedia di Situs tanpa kewajiban apapun terhadap Anda. Tanpa membatasi ketentuan di atas, Shopee dan pihak yang ditunjuk olehnya berhak untuk menghapus Konten (i) yang melanggar Syarat Layanan ini atau Kebijakan Barang Yang Dilarang dan Dibatasi; (ii) jika kami menerima keluhan dari Pengguna lain; (iii) jika kami menerima pemberitahuan atau dugaan tentang pelanggaran kekayaan intelektual atau instruksi hukum atau permintaan lainnya untuk penghapusan; atau (iv) jika Konten tersebut tidak pantas. Kami juga dapat memblokir pengiriman komunikasi (termasuk, dengan tidak terbatas pada, pembaruan status, postingan, pesan dan/atau obrolan) ke atau dari Layanan sebagai bagian dari upaya kami melindungi Layanan atau Pengguna kami, atau menegakkan ketentuan-ketentuan dalam Syarat dan

Ketentuan ini. Anda setuju bahwa anda harus mengevaluasi, dan menanggung semua risiko yang berkaitan dengan penggunaan Konten, termasuk, dengan tidak terbatas pada, kepercayaan pada keakuratan, kelengkapan, atau kegunaan Konten tersebut. Dalam hal ini, anda mengakui bahwa anda belum dan, sejauh yang diizinkan oleh hukum yang berlaku, tidak boleh bersandar pada Konten yang dibuat oleh Shopee atau dikirimkan ke Shopee, termasuk, dengan tidak terbatas pada, informasi di Forum Shopee dan di semua bagian lainnya dari Situs.

- 5) Anda mengakui, mengizinkan dan setuju bahwa Shopee dapat mengakses, menyimpan dan mengungkapkan informasi Akun dan Konten anda kepada setiap petugas hukum, pembuat peraturan, atau otoritas pemerintahan, pemilik hak yang relevan, atau pihak ketiga lainnya jika diharuskan untuk melakukannya oleh hukum berdasarkan perintah pengadilan atau permintaan yang sah oleh otoritas pemerintah atau pengatur yang memiliki yurisdiksi atas Shopee atau dengan itikad baik bahwa akses, penyimpanan atau pengungkapan tersebut memang wajar diperlukan untuk: (a) mematuhi proses hukum; (b) menegakkan Syarat Layanan ini dan Kebijakan Barang Yang Dilarang dan Dibatasi; (c) menanggapi klaim bahwa Konten

melanggar hak pihak ketiga, termasuk hak kekayaan intelektual; (d) menanggapi permintaan anda untuk layanan pelanggan; atau (e) melindungi hak, milik atau keselamatan pribadi Shopee, Penggunaanya dan/atau masyarakat.

b. Pembayaran

Pada aplikasi Shopee mendukung satu atau lebih metode pembayaran berikut:

1) Kartu kredit

Pembayaran dengan kartu diproses melalui saluran pembayaran pihak ketiga dan jenis kartu kredit yang diterima oleh saluran pembayaran ini mungkin bervariasi tergantung pada yurisdiksi tempat anda berada;

2) Cash on Delivery (COD)

Shopee menyediakan layanan COD di beberapa negara tertentu. Pembeli dapat membayar tunai langsung kepada agen pengiriman setelah menerima barang yang beli;

3) Transfer Bank

Pembeli dapat melakukan pembayaran melalui Anjungan Tunai Mandiri (ATM) atau transfer bank via internet (“Transfer Bank”) ke Rekening Garansi Shopee kami yang ditunjuk (seperti yang ditentukan dalam Bagian 13). Pembeli harus memberikan bukti transfer atau referensi transaksi pembayaran kepada Shopee untuk tujuan verifikasi melalui fungsi 'Unggah

Bukti Pembayaran' yang dapat ditemukan di aplikasi Shopee sebagai konfirmasi pembayaran. Apabila konfirmasi pembayaran tidak diterima Shopee dalam tiga (3) hari, pesanan Pembeli akan dibatalkan;

4) ShopeePay

Layanan ShopeePay disediakan oleh PT AirPay International Indonesia (“AirPay”) sesuai dengan persyaratan, ketentuan dan kebijakan penggunaan layanan yang ditentukan oleh AirPay. Dengan mengaktifkan akun ShopeePay dan menggunakan Layanan Shopee, anda dianggap telah menyetujui persyaratan, ketentuan, dan kebijakan yang ditentukan oleh AirPay dan memberikan persetujuan anda kepada Shopee untuk mentransfer data/informasi pribadi anda yang berada dalam kepemilikan/penguasaan Shopee kepada AirPay untuk tujuan mengaktifkan akun ShopeePay, mengelola, mengoperasikan, mengatur, dan menyediakan layanan ShopeePay kepada anda, dan semua tujuan terkait dan insidental; atau

5) metode pembayaran lainnya sebagaimana ditampilkan di Situs.

c. Biaya

Pada aplikasi shopee, biaya dikenakan untuk tujuan pemeliharaan sistem dan peningkatan layanan. Biaya ini untuk seluruh transaksi yang berhasil diselesaikan melalui kartu debit atau kartu kredit melalui Situs atau melalui



Alfamart atau Indomaret (“Biaya Penanganan”). Biaya Penanganan ditanggung semata-mata oleh Pembeli, dan dihitung sebagai berikut dengan pembulatan kepada Rupiah terdekat:

<b>Metode pembayaran</b>	<b>Biaya Penanganan (termasuk PPN)</b>
Kartu debit atau kartu kredit	1,5% dari nilai transaksi
Cicilan kartu kredit dengan tenor 3, 6, dan 12 bulan	a) 2,5% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit selama 3 bulan. b) 3,5% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit selama 6 bulan; dan c) 5% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit selama 12 bulan.
Cicilan kartu kredit dengan tenor 18 bulan	a) 4% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit dari BRI; b) 5% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu

	<p> kredit dari Bank Mandiri dan BTN;</p> <p>c) 8% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit dari Bank Permata, Bank MNC, Citibank, Standard Chartered Bank, PT Bank DBS (ANZ), Bank HSBC, OCBC, UOB;</p>
Cicilan kartu kredit dengan tenor 24 bulan	<p>a) 4% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit dari BRI;</p> <p>b) 5% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit dari Bank Mandiri dan BTN;</p> <p>c) 10% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit dari Bank Permata, Bank MNC, Citibank, CIMB, Maybank, Bank HSBC, OCBC.</p>
Pembayaran via Akulaku	1,5 % dari nilai transaksi

Pembayaran via Alfamart	IDR 2.500 per transaksi
Pembayaran via Indomaret	IDR 2.500 per transaksi
Kartu debit atau kartu kredit	1% dari nilai transaksi
Cicilan kartu kredit	<p>a) 1,6% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit selama 3 bulan.</p> <p>b) 1,7% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit selama 6 bulan; dan</p> <p>c) 2% dari nilai transaksi untuk cicilan kartu kredit selama 12 bulan</p>

Selain dari biaya untuk tujuan pemeliharaan sistem shopee yang semata-mata ditanggung oleh pembeli shopee juga mengenakan biaya untuk seluruh penarikan berhasil yang dilakukan melalui dompet Penjual atau ShopeePay (“Biaya Penarikan”) dan dihitung sebagai berikut dengan pembulatan kepada Rupiah terdekat:

<b>Metode pembayaran</b>	<b>Dikenakan kepada</b>	<b>Biaya Penarikan</b>
--------------------------	-------------------------	------------------------

Dompot Penjual	Penjual	a) Penarikan ke BCA, BRI, BNI, dan Mandiri akan terkena biaya sebesar IDR 3.000 apabila jumlah penarikan kurang dari IDR 50.000. Penarikan di atas IDR 50.000 tidak dikenakan biaya.
ShopeePay	Penjual atau Pembeli (sebagaimana konteksnya)	b) Penarikan ke bank lain selain yang telah disebutkan di atas akan terkena biaya sebesar IDR 3.000.

### 3. Fitur Penjualan di Shopee

Sebagai *marketplace* yang memiliki model bisnis hybrid C2C dan B2C, shopee telah menyediakan berbagai fitur untuk *seller* sehingga seller dapat memaksimalkan penjualan produknya. Berikut ini merupakan fitur-fitur untuk memaksimalkan penjualan *seller* yang telah disediakan oleh shopee<sup>62</sup>:

- a. Promo Shopee, promo ini diadakan secara berkala dan dapat diikuti oleh Penjual Shopee. Promo Shopee menawarkan promo yang menarik kepada Pembeli dan menampilkan produk-produk dari Penjual Shopee di banner pada halaman utama situs dan aplikasi Shopee.
- b. Program Shopee, shopee memberikan program untuk *seller* diantaranya program gratis ongkir, cashback XTRA, gratis Ongkir XTRA, gratis ongkir XL, program afiliasi penjual dan fitur menaikkan produk.
- c. Promo Toko, bentuk promosi yang dapat diakses melalui Seller Centre dan aplikasi Shopee untuk meningkatkan pembelian dengan menawarkan potongan harga.
- d. Iklan Shopee, memungkinkan *seller* untuk memasang iklan produk/toko di dalam aplikasi dan situs Shopee.

---

<sup>62</sup> Shopee, "Edukasi Seller", <https://seller.shopee.co.id/edu>, diakses 12 Desember 2020.

- e. Shopee Feed, merupakan fitur di aplikasi Shopee yang memungkinkan untuk menampilkan produk dan berinteraksi dengan pengikut toko secara langsung lewat foto dan video.
- f. Shopee Live, merupakan sebuah fitur yang memungkinkan *seller* untuk membuat sesi *live streaming* dan mempromosikan toko & produk secara langsung ke Pembeli
- g. Voucher ikuti toko, adalah fitur promosi yang membantu Anda mendapatkan pengikut toko baru dengan memberikan voucher saat mereka mulai mengikuti toko Anda.
- h. Voucher Toko Saya, yaitu fitur promosi di Seller Centre dan aplikasi Shopee yang memungkinkan Anda mengatur berbagai jenis diskon untuk mendorong pembelian.
- i. Paket Diskon, memungkinkan Anda untuk membuat promo dalam bentuk paket (bundle) di toko Anda. Fitur ini tersedia di Seller Centre dan aplikasi Shopee.
- j. Kombo Hemat, membantu Anda untuk mendorong penjualan produk tertentu dan menarik Pembeli untuk menambahkan lebih banyak produk ke keranjang belanja mereka.
- k. Flash Sale Shopee, merupakan promo terbaik dari Shopee yang memberikan penawaran secara eksklusif untuk jangka waktu terbatas.
- l. Flash Sale Toko Saya

- m. Game Toko, memungkinkan Anda membuat game sederhana yang dapat dimainkan melalui aplikasi Shopee.
- n. Promo Ongkir Toko, merupakan fitur promosi di halaman Promosi Saya yang memungkinkan Anda untuk membuat & mengatur ketentuan promo Gratis Ongkir sendiri untuk toko Anda.

## **B. Praktik Promo Toko Dengan Sistem *Predatory Pricing* Di Aplikasi Shopee**

### **1. Promo Toko di Aplikasi Shopee**

Sebagai salah satu *marketplace* terbesar di Indonesia, shopee telah memberikan layanan terbaiknya untuk penggunaannya baik itu pembeli (*buyer*) dan penjual (*seller*). Dari sisi pembeli akan mendapat berbagai kemudahan saat melakukan transaksi seperti ketersediaan berbagai produk, bermacam metode pembayaran, dan sebagainya. Sementara dari sisi penjual akan diberi layanan seperti layanan manajemen toko, fitur untuk memaksimalkan produk, dan lain sejenisnya. Salah satu layanan yang diberikan shopee agar *seller* dapat memaksimalkan produk yang dimilikinya yaitu dengan menggunakan Promo Toko.

Promo toko merupakan fitur yang disediakan shopee untuk *seller* sebagai bentuk promo dasar yang dapat diakses melalui

seller centre dan aplikasi *mobile* shopee.<sup>63</sup> Kebijakan mengenai syarat dan ketentuan untuk penggunaan promo toko diaplikasi shopee belum diatur.<sup>64</sup> Jika *seller* menggunakan fitur ini, produk yang ditawarkan oleh *seller* akan memiliki tag promo toko pada pojok kanan atas produk tersebut. Tag tersebut berwarna kuning yang menandakan bahwasanya produk tersebut sedang memiliki penawaran yang menarik.

Keuntungan dari produk yang memakai promo toko ini, ditandai dengan adanya tag berwarna kuning yang di isi dengan presentase potongan harga produk. Hal ini akan membuat penjual yang menawarkan produk tersebut menarik lebih banyak perhatian pembeli dari pada produk yang ditawarkan penjual lainnya.<sup>65</sup> Penjual dapat memberikan potongan harga pada produknya sesuai dengan kemampuan penjual. Selain dari pada itu pengaturan periode promo toko ini dapat juga diatur sesuai dengan tempo yang penjual kehendaki dengan batas waktu berakhirnya promo harus lebih lama minimum satu jam dari waktu dimulainya promo.

## 2. Proses Pembuatan Promo Toko di Shopee

Pembuatan Promo Toko dapat dilakukan dengan dua cara, yakni melalui “Seller Centre” dan “Aplikasi Shopee”. Penjual

---

<sup>63</sup> Shopee, “Promo Toko”, <https://seller.shopee.co.id/edu/article/6874>, diakses 12 Desember 2021.

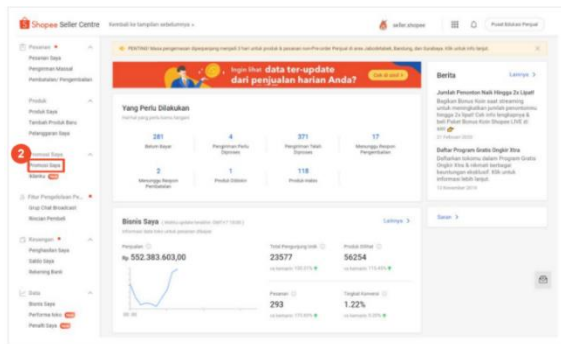
<sup>64</sup> Sisy (customer service shopee), *Wawancara* via chat diaplikasi shopee, 12 Desember 2021.

<sup>65</sup> Yanuar Deni(customer service shopee), *Wawancara* via Gmeet, 14 Desember 2021

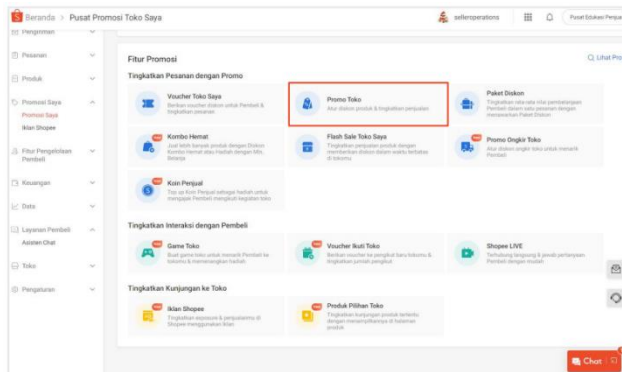


yang ingin menggunakan promo toko di situs shopee dapat dibuat melalui *seller centre* kemudian mengakses halaman “Promosi Saya” lalu klik “Promo Toko”. Selanjutnya dapat melakukan langkah-langkah berikut<sup>66</sup>:

a. Kunjungi “Seller Centre”, Klik “Promosi Saya”

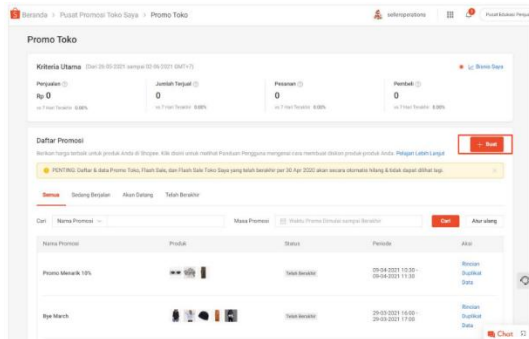


b. Klik “Promo Toko”



c. Buat Promo Diskon Baru, Klik “+Buat”

<sup>66</sup> Yanuar Deni(customer service shopee), *Wawancara* via Gmeet, 14 Desember 2021



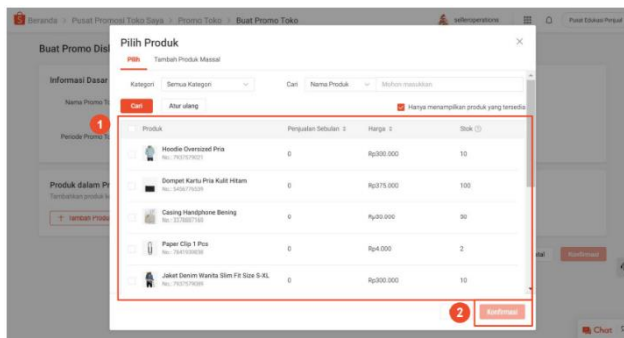
- d. Masukkan Nama dan Tentukan Periode Promosi, klik “+ Tambah Produk”

The screenshot shows the 'Buat Promo Diskon Baru' form. It is divided into sections:

- Informasi Dasar:**
  - 1. **Nama Promo Toko:** A text input field with a character count of 0/150.
  - 2. **Periode Promo Toko:** A date range selector showing '05-02-2021 14:30' to '05-02-2021 15:30'.
- Produk dalam Promo Toko:**
  - 3. **+ Tambah Produk:** A button to add products to the promotion.

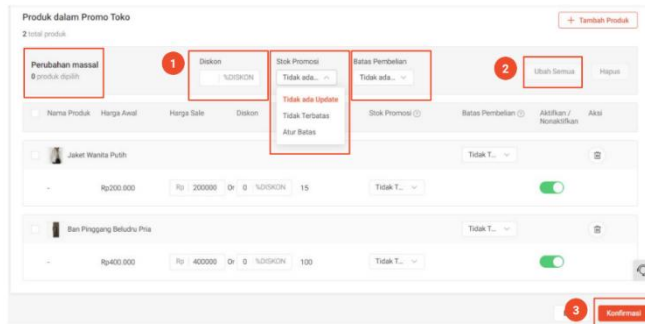
At the bottom right, there are 'Batal' and 'Konfirmasi' buttons.

- e. Selanjutnya, pilih produk yang ingin ditambahkan kedalam promo. Kemudian klik “Konfirmasi” untuk menambahkan produk kedalam promo.

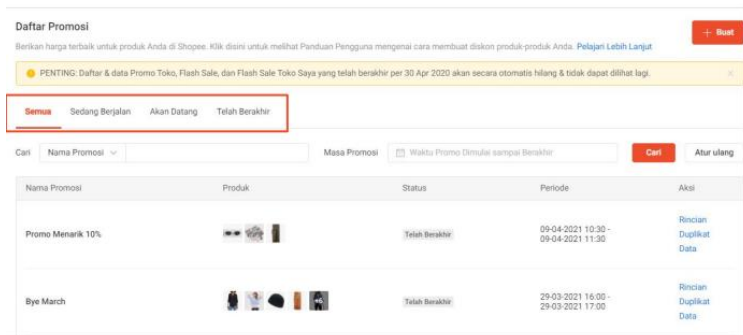


f. Mengatur Diskon, Stok Promosi, dan Batas Pembelian Secara Massal

- 1) Pada bagian Perubahan massal, atur Diskon, Stok Promosi, serta Batas Pembelian. Untuk Stok Promosi, Anda dapat memilih:
  - a. Tidak ada Update: Tidak ada perubahan stok promosi.
  - b. Tidak Terbatas: Semua stok produk yang tersedia akan digunakan selama masa promosi.
  - c. Atur Batas: Anda dapat mengatur batas stok promosi yang dapat diikuti selama masa promosi.
- 2) Klik Ubah Semua agar informasi diperbarui untuk seluruh produk.
- 3) Klik “Konfirmasi”.

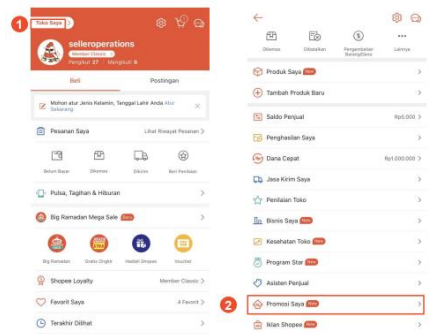


- g. Melihat daftar Promo Diskon. Penjual dapat melihat semua Promo Diskon yang Anda buat di halaman Daftar Promosi pada Promo Toko. Klik “Semua”, “Sedang Berjalan”, “Akan Datang”, atau “Telah Berakhir” untuk melihat promo di masing-masing tab tersebut.



Jika penjual menggunakan aplikasi *mobile* shopee, penjual dapat mengakses halaman “Toko Saya” lalu pilih “Promosi Saya” kemudian klik “Promo Toko”. Setelah itu, penjual dapat melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Kunjungi Halaman “Toko Saya” > “Promosi Saya”.



- b. Klik “Promo Toko” untuk mengubah atau membuat Promo Toko.



- c. Buat Promo Diskon Baru. Halaman ini akan menunjukkan semua Promo Diskon yang Anda buat. (1). Anda dapat melihat Promo Diskon yang “Akan Datang”, “Berjalan”, dan “Selesai”. (2). Klik “Buat Promo Diskon Baru” untuk membuat Promo Diskon.



- d. Masukkan Informasi Dasar Promo Toko (1) Nama Promo Nama hanya untuk referensi & tidak akan ditampilkan ke Pembeli. (2) Waktu Promo Dimulai Waktu mulai harus setelah waktu saat ini. (3) Waktu Promo Berakhir Waktu berakhir harus lebih lama min. satu jam dari waktu mulai. (4) Diskon Persentase diskon untuk Promo Diskon. (5) Batas Pembelian Jumlah maks. untuk Pembeli dapat melakukan pembelian dengan harga diskon. Jika tidak diisi, maka pengaturan akan secara otomatis menjadi “Tidak Ada Batas”. Catatan: Anda dapat menentukan Diskon setelah memasukkan Nama Promo, Waktu Promo Dimulai, dan Waktu Promo Berakhir.

The screenshot shows a mobile application form titled "Buat Promo Diskon Baru". It contains the following fields and options:

- 1 Nama Promo**: A text input field with a "GOTO" button on the right. Below it is a placeholder text "Masukkan nama promo disini".
- 2 Waktu promo dimulai**: A date and time selector showing "02-09-2021 13:30".
- 3 Waktu promo berakhir**: A date and time selector showing "02-09-2021 13:30".
- 4 Diskon**: A percentage input field showing "% DISKON".
- 5 Batas Pembelian**: A text input field with the placeholder "Jumlah (Default : Tidak ada Batas)".
- Produk**: A section with a red "+" icon and a dashed box labeled "Tambah Produk".
- Simpan**: A button at the bottom of the form.

e. Pilih Produk (6) Produk

(6a) Anda dapat memilih produk yang berlaku untuk Promo Diskon.

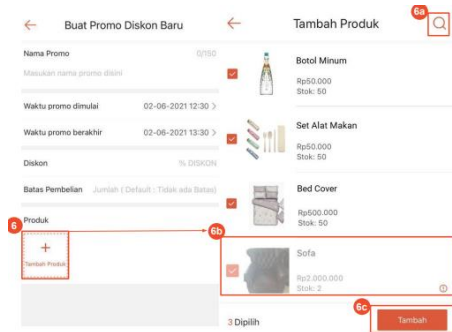
- Gunakan kolom pencarian untuk menemukan produk.
- Centang untuk memilih produk.

(6b) Produk yang tidak berlaku untuk Promo Diskon akan berwarna abu-abu.

- Klik icon "i" untuk melihat pesan error.

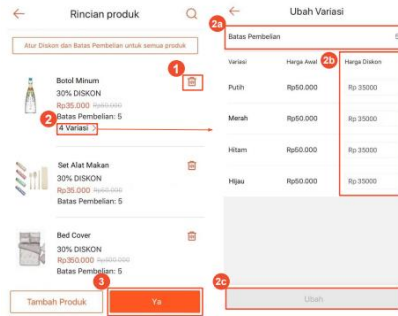
(6c) Setelah memilih produk, klik Tambah

- Tombol Tambah dapat diklik setelah Anda memilih setidaknya 1 produk.



- f. Masukkan Rincian Produk Setelah menambahkan produk, Anda dapat mengatur diskon untuk setiap produk.
- (1) Hapus produk dari Promo Diskon, Klik icon tempat sampah.
  - (2) Tombol Variasi akan muncul jika produk memiliki variasi, klik untuk menyesuaikan pengaturan diskona. (2a). Batas Pembelian (bukan pengaturan pada level variasi). b. Harga Diskon, Anda dapat mengubah diskon untuk setiap variasi c. Klik Ubah untuk menyimpan.
  - (3) Klik Ya untuk menyimpan pengaturan





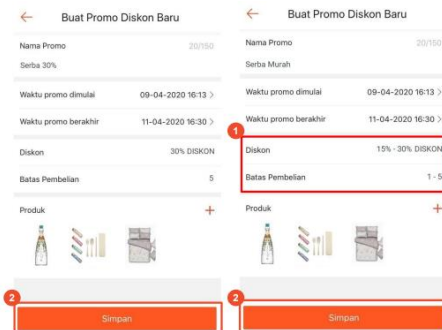
g. Menyimpan Promo Diskon. Sebelum menyimpan, cek rincian Promo Diskon.

(1) Jika Anda menyesuaikan Harga Diskon atau Batas Pembelian menjadi berbeda pada setiap produk, maka akan ditampilkan dalam bentuk kisaran.

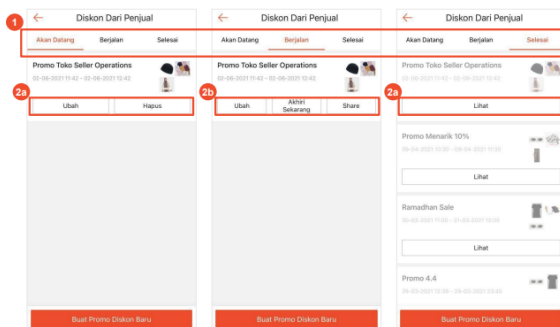
a. Kisaran Diskon

b. Kisaran Batas Pembelian

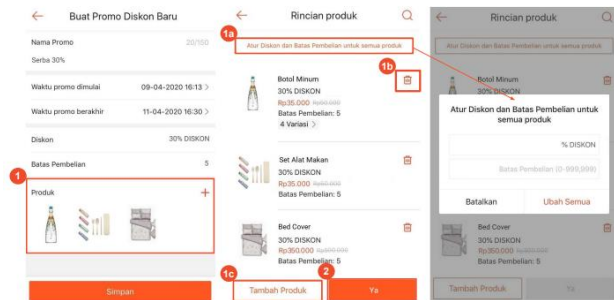
(2) Klik Simpan untuk menyimpan pengaturan.



- h. Melihat Daftar Promo Diskon. Anda dapat melihat semua Promo Diskon yang Anda buat di halaman utama Promo Toko.
- (1). Klik Akan Datang, Berjalan, atau Selesai untuk melihat voucher di masing-masing tab tersebut.
  - (2). Terdapat tombol aksi yang berbeda untuk setiap status Promo Diskon:
    - a. Akan Datang: Ubah & Hapus
    - b. Berjalan: Ubah, Akhiri Sekarang, & Share
    - c. Selesai: Lihat



- i. Mengubah Promo Diskon. Untuk mengubah produk, Harga Diskon, dan Batas Pembelian: 1. Klik produk yang ingin diubah pada halaman rincian promo diskon. a. Klik Atur Diskon dan Batas Pembelian untuk semua produk untuk mengubah secara massal b. Hapus produk c. Tambah produk 2. Klik Ya untuk menyimpan perubahan



### 3. Praktik Promo Toko dengan Sitem Predatory Pricing di Aplikasi Shopee

Promo toko merupakan salah satu fitur yang disediakan shopee untuk para *seller* atau para penjualnya. Dengan menggunakan fitur tersebut penjual dapat memberikan potongan harga kepada pembelinya dengan periode yang ia inginkan. Akan tetapi hal tersebut juga dapat menyebabkan persaingan usaha tidak sehat karena penjual dapat memberikan potongan harga yang cukup banyak pada produknya sehingga produk tersebut dijual dengan harga yang sangat rendah. Kemudian ditambah periode promo yang dapat diatur sesuai dengan keinginan penjual atau dapat dilakukan secara terus menerus, hal ini memungkinkan penjual melakukan penjualan dengan sistem jual rugi (*Predatory Pricing*). Sistem *predatory pricing* digunakan penjual dengan tujuan untuk menyingkirkan pelaku usaha saingannya, dalam hal ini

yaitu para penjual atau *seller* yang menjual produk yang sama.

Dalam situs shopee terdapat bermacam produk yang menggunakan Promo Toko. Salah satunya adalah produk yang peneliti observasi yakni hair powder best+ dust it, produk ini dijual oleh banyak seller aplikasi shopee. Dari observasi pada produk hair powder best+ dust it di aplikasi shopee, peneliti menemukan adanya indikasi awal sistem *predatory pricing* pada beberapa *seller*. Dimana produk hair powder best+ dust it yang menggunakan fitur Promo Toko ditawarkan oleh beberapa *seller* dengan harga cukup rendah. Berdasarkan *horizontal comparison* pada produk tersebut peneliti telah mewawancarai beberapa *seller* yakni toko yang bernama fashionbyelisa, joper\_store dan elsa738.

Dari salah satu penjual yang peneliti temukan dan wawancarai yaitu toko yang bernama toko yang bernama Elsa738. Toko ini di miliki oleh Fahmi Elviana Safitri, wanita yang berasal dari Kecamatan Randuagung, Kabupaten Lumajang, Jawa timur. Penjual mendirikan toko offline dibulan mei tahun 2019 dan mulai bergabung di shopee pada akhir tahun 2019. Alasan penjual berdagang di Shopee karena aplikasi tersebut banyak digunakan masyarakat yang menggunakannya sehingga penjual memutuskan untuk berdagang di shopee untuk menjangkau lebih banyak pembeli. Kemudian pada aplikasi Shopee, penjual menggunakan fitur Promo Toko

karena pengaturan promo tersebut mudah digunakan berbeda dengan promo yang diadakan oleh shopee seperti halnya Flash sale shopee, yang mana peraturannya harus memenuhi kriteria tertentu. Toko yang ia miliki menjual berbagai produk fashion dan diantaranya produk Hair Powder Best+ Dust it. Produk tersebut juga memakai fitur promo toko yang mana ia jual dengan harga setelah potongan promo toko seharga Rp. 8.398. Penjual mendapatkan produk tersebut dengan *Average Total Cost* (ATC) sekitar Rp.8.700, sementara untuk *Average Variable Cost* (AVC) sebesar Rp.7.950. Berdasarkan hasil wawancara dengan peneliti Penjual menggunakan promo toko pada produk tersebut dengan tujuan untuk menghabiskan stok karena tanggal *expired* dari produk tersebut sudah semakin dekat yakni di tahun 2022. Setelah produk tersebut habis dan memiliki stok produk yang baru maka penjual tidak memakai fitur promo toko diproduk tersebut.<sup>67</sup>

Joper\_store merupakan salah satu toko yang menjual produk Hair Powder Best+ Dust it di aplikasi shopee yang peneliti wawancarai. Toko ini dimiliki oleh Agung Wicaksono yang berasal dari Cengkareng, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta. Penjual mulai bergabung di aplikasi Shopee pada tahun 2021. Dalam percakapannya dengan

---

<sup>67</sup> Fahmi Elviana Safitri, *Wawancara* dengan pemilik toko Elsa738, 11 Desember 2021.

peneliti, penjual menuturkan bahwasanya penjual berdagang di shopee untuk mendapatkan penghasilan dari keuntungan penjualan produk. Selanjutnya alasan penjual memakai fitur Promo Toko yang disediakan shopee adalah untuk meningkatkan penjualan diproduknya. Penjual memakai promo toko diproduk Hair Powder Best+ Dust it dengan menawarkan harga sebesar Rp.6.450. Menurut penjual, ATC yang penjual dapat dari produk tersebut ialah sekitar 8.400, sementara AVC dari produk tersebut seharga 8.000. Tujuan penjual menggunakan fitur promo toko pada produk tersebut adalah untuk mendapatkan ulasan dari pembelian produknya tersebut, setelah produknya mendapatkan berbagai ulasan dari pembeli, penjual tidak memakainya lagi. Karena menurut penjual, produk yang telah mendapat ulasan atau testimoni dari pembeli sebelumnya akan mendapat kepercayaan untuk pembelian selanjutnya.<sup>68</sup>

Kemudian toko yang peneliti wawancarai selanjutnya ialah Fashionbyelisa. Toko ini dikelola oleh Laily Melisa Putri yang berasal dari Klaten Tengah, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. Toko tersebut memiliki dua bentuk penjualan yakni offline dan online. Toko offline didirikan pada tahun 2016 kemudian toko online bergabung di shopee pada tahun 2018. Untuk memperluas

---

<sup>68</sup> Agung Wicaksono, *Wawancara* dengan pemilik toko Joper\_store, 17 Desember 2021.

bisnisnya selain di aplikasi shopee penjual juga menjual produknya di beberapa platform marketplace lainnya. Berdasarkan percakapan penjual dan peneliti, alasan penjual menggunakan fitur promo toko sama seperti kedua toko sebelumnya yakni pada pengaturan promo yang tidak berbelit untuk memberikan diskon. Hair Powder Best+ Dust it adalah salah satu produk yang dijual dengan menggunakan promo toko, Toko ini kebanyakan menjual produk fashion baik untuk pria maupun wanita. Pada produk Hair Powder Best+ Dust it ia menawarkan dengan harga Rp. 6.370. Menurut penjual, ATC dari produk tersebut yang telah dibagi rata dengan produk lainnya sekitar Rp.7.350. Sementara untuk AVC dari produk tersebut ialah sebesar Rp. 7.200 per-produk. Penjual menggunakan promo toko pada produk tersebut hanya pada beberapa bulan periode terakhir, promo toko tersebut digunakan penjual tidak hanya pada produk hair powder best+ dust it saja akan tetapi juga dipakai pada beberapa produk lainnya yang tersedia pada tokonya.<sup>69</sup>

Jika dilihat fitur promo toko yang disediakan oleh shopee, syarat dan ketentuan pada promo ini tidak ada. Dengan begitu para *seller* dapat leluasa untuk memberikan harga yang sangat rendah diproduk hair powder best+ dust it. Selanjutnya batas periode untuk

---

<sup>69</sup>Laily Melisa Putri, *Wawancara* dengan pemilik toko Fashionbyelisa, 15 Desember 2021.

menggunakan promo toko ini dilakukan minimum satu jam sementara batas maksimal sesuai kebijakan dari *seller*. Sehingga tidak menutup kemungkinan bagi *seller* untuk menggunakannya secara berkelanjutan.

Kemudian jika merujuk pada pemaparan oleh penjual, maka dapat dilihat bahwa praktik dari promo toko dengan sistem *predatory pricing* di aplikasi shopee khususnya yang terjadi pada persaingan penjualan produk hair powder best+ dust it. Meskipun para *seller* tersebut memakai promo toko pada produk tersebut hanya pada periode di beberapa bulan terakhir saja, akan tetapi para *seller* tersebut menawarkan harga yang jauh dibawah pasaran. Dimana harga yang ditawarkan oleh *seller* yang peneliti wawancara berada dibawah dari harga ATC (*Average Total Cost*). Dengan demikian minat pembeli produk *seller* tersebut akan meningkat karena pembeli mendapat keuntungan dengan harga yang rendah akan tetapi disisi lain dapat merugikan *seller* pesaing lainnya karena perbedaan harga jual yang cukup signifikan. Sehingga hal-hal tersebut mengindikasikan bahwa para *seller* yang peneliti wawancara telah melakukan penjualan dengan sistem *predatory pricing*.



**BAB IV**

**TINJAUAN HUKUM ISLAM DAN HUKUM  
PERSAINGAN USAHA TERHADAP PROMO TOKO  
DENGAN SISTEM PREDATORY PRICING DI  
APLIKASI SHOPEE**

**A. Tinjauan Hukum Islam pada Promo Toko di aplikasi Shopee dengan Sistem *Predatory Pricing*.**

Dalam hukum Islam, keterlibatan akal pikiran manusia saat menjabarkan hukum-hukum menyebabkan aturan-aturan tidak dapat dilepaskan dari pengaruh cara pandang manusia, baik secara pribadi maupun sosial. Islam mendorong manusia sebagai subjek ekonomi untuk mendapatkan akses ekonomi seluas-luasnya selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Salah satu transaksi yang diperbolehkan dalam islam adalah jual beli.

Jual beli atau perdagangan menjadi salah satu bentuk kegiatan muamalah yang sering dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup. Kebutuhan tersebut dapat bermanfaat bagi kedua belah pihak baik itu penjual dan pembeli saling membutuhkan satu sama lain. Transaksi jual beli dalam islam diperbolehkan seperti pada landasan huku muamalah, yaitu dalam hadits Nabi Muhammad Saw :

عن رفاعة بن رافع رضي الله عنه أن النبي صلى الله عليه وسلم  
سئل أي الكسب أطيب قال : عمل الرجل بيده وكل بيع  
مبرور . رواه البزار وصححه الحاكم

*“Dari Q. 'ah ibn Rafi' r.a. bahwasannya Rasulullah ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik. Rasulullah menjawab: Usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang diberkati.”* (HR. al-Bazzar dinyatakan sah oleh al-Hakim al-Naysaburi)<sup>70</sup>

Dalam hadits diatas menyatakan bahwasanya Nabi Muhammad Saw menghedaki setiap transaksi jual beli yang diberkati merupakan salah satu profesi yang paling baik. Untuk mencapai jual beli yang dimaksud pada hadits tersebut, maka dalam menjalankan transaksi jual beli harus memenuhi ketentuan syarat dan rukun dalam islam. Hal ini semata-mata dilakukan untuk menghindari penyimpangan-penyimpangan dalam perniagaan. Berdasarkan hal tersebut peneliti akan melakukan tinjauan rukun dan syarat terhadap praktik promo toko aplikasi Shopee pada produk hair powder best+ dust it sebagai berikut:

- a. *Al-Muta'qidain*, orang- yang berakad dalam hal ini ketentuannya juga telah diatur shopee dalam syarat dan ketentuan pengguna. Dimana ketentuan pengguna aplikasi shopee baik itu dari pembeli

---

<sup>70</sup> Abdullah Ibn Abdirrahman Al-Bassam, *Taudihul Ahkam Min Bulughil Maram*, Juz III, (Jeddah: Darul Qiblah,1992),cet 1, 411.

ataupun penjual harus berusia 17 th, jika dibawah usia 17 th atau belum menikah dan masih dibawah pengampuan maka harus mendapatkan izin dari orang tua atau wali.

- b. *Sighat*, dalam transaksi promo toko di aplikasi Shopee seperti transaksi elektronik lainnya yang dilakukan secara tertulis, dimana produk dan harga setelah potongan harga promo toko terlihat di halaman. Kemudian bagi pembeli yang menghendaki produk tersebut maka membayar dengan sejumlah uang yang tertera. Pembayaran dilakukan sesuai dengan metode pembayaran yang ada pada aplikasi shopee seperti transfer bank dan sebagainya. Akad yang dilakukan dengan menggunakan tulisan , gambar dan ilustrasi. Ini diperkuat dengan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pasal 25 Ayat 2 yang berbunyi:

“Sighat akad dapat dilakukan dengan jelas baik secara lisan, tulisan dan/atau perbuatan”.<sup>71</sup>

- c. *Ma'qud 'alaih*, dalam hal ini produk hair powder best+ dust it yang menjadi objek dari transaksi jual beli. Produk ini bermanfaat untuk *styling* rambut baik untuk pria maupun wanita. Kemudian para penjual juga telah memiliki produk tersebut.

Dalam rukun dan syarat dari jual beli dengan menggunakan fitur promo toko pada produk hair powder best+

---

<sup>71</sup> Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah Pasal 25 Ayat 2.

dust tersebut semuanya telah terpenuhi. Akan tetapi dalam islam juga terdapat praktik-praktik yang tidak diperbolehkan. Dimana praktik dan tindakan yang dapat mendistorsi struktur pasar yang dapat menjadikan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat adalah sesuatu yang dilarang. Larangan tersebut seperti larangan dalam penimbunan harta (*Ikhtikar*), larangan menetapkan harga (*tas'ir*), larangan menjual dibawah harga pasar (*Siyasah al-ighraq*) dan larangan terhadap jual beli bersyarat.

*Siyasah al-ighraq* merupakan strategi perdagangan yang dilarang dalam islam, dikarenakan hal ini merupakan suatu bentuk pengenaan harga dibawah standar dalam suatu produk. *Siyasah al-ighraq* dapat memberi mudharat kepada para pesaingnya, karena aktivitas ini akan membuat para pesaingnya rugi dan bahkan pailit.

Berdasarkan hasil observasi dengan perbandingan horizontal yang peneliti lakukan di aplikasi shopee. Peneliti menemukan produk hair powder best+ dust it dijual dengan harga sangat murah. Dari limabelas penjual yang diobservasi, peneliti menemukan indikasi awal dari beberapa penjual yang melakukan persaingan tidak sehat dengan menggunakan fitur promo toko. Produk hair powder best+ dust it yang dijual dengan menggunakan fitur promo toko ditawarkan dengan harga sangat rendah oleh penjual. Kemudian peneliti mewawancarai penjual dari produk tersebut, yang diantaranya adalah toko elsa738, joper\_store dan fashionbyelisa.

Untuk mengetahui produk hair powder best+ dust it yang menggunakan promo toko ini dijual dengan harga dibawah harga standar, juga agar peneliti mengetahui apakah penjual mengambil keuntungan dari hasil perdagangannya atau tidak. Peneliti menggunakan *Average Total Cost* sebagai indikasi terhadap biaya yang diperhitungkan pada masing-masing produk penjual. Berdasarkan wawancara peneliti dengan penjual yakni toko elsa738, joper\_store dan fashionbyelisa terkait produk hair powder best+ dust it. Ketiga toko tersebut menjual produk hair powder best+ dust it dengan harga dibawah dari *Average Total Cost*. Sehingga dapat dikatakan para penjual dengan produk yang sama tersebut menjual produknya dibawah harga standar dan tidak mendapatkan keuntungan dari penjualan produk yang menggunakan fitur promo toko tersebut.

Toko Elsa738, Joper\_store dan Fashionbyelisa yang menjual produk hair powder best+ dust it menggunakan promo toko dengan harga dibawah rata-rata ini memang dapat diduga sebagai kegiatan dari *Siyasah al-ighraq*. Akan tetapi perlu diketahui pula tujuan para penjual melakukan penjualan produk dengan dibawah harga rata-rata, hal ini untuk meninjau apakah perdagangan yang dilakukan para penjual tersebut merupakan kegiatan yang dilarang dalam islam. Islam sangat menghargai mekanisme pasar dalam perdagangan, memberikan kebebasan pada pasar untuk menentukan harga berdasarkan *supply* dan *demand* yang ada.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan toko Elsa738, tujuan penjual menggunakan promo pada produk hair powder best+ dust it dengan harga yang rendah adalah hanya untuk menghabiskan stok dari produk tersebut karena masa *expired* dari produk tersebut sudah dekat yakni pada tahun 2022. Dari alasan penjual tersebut maka tindakan tersebut masih dalam batas wajar karena jika penjual telah menghabiskan stok yang lama dan telah mendapatkan produk yang baru selanjutnya penjual tidak menggunakan promo toko untuk memberikan potongan harga pada produk tersebut. Kegiatan ini biasa dilakukan penjual untuk mengurangi kerugian akibat produknya menjadi tidak dapat dijual karena telah melampaui batas atau *expired*.

Selanjutnya tujuan toko Joper\_store menggunakan promo pada produk hair powder best+ dust it dengan harga yang rendah adalah untuk mendapatkan ulasan dari pembeli produk sehingga toko tersebut mendapatkan kepercayaan pembeli berikutnya untuk melakukan pembelian pada produknya. Alasan penjual ini juga masih tergolong wajar karena produk yang ditawarkan oleh toko tersebut masih dalam kategori produk baru. Selain itu dari penjual juga mengatakan jika produk telah mendapatkan ulasan pembelian yang memenuhi target penjual, toko tersebut tidak akan menggunakan promo toko pada produknya. Hal yang demikian sama seperti yang terdapat pada para penjual baru umumnya yakni memberikan promo untuk pengenalan produk dari mereka.

Sementara toko Fashionbyelisa menggunakan promo pada produk hair powder best+ dust it dengan harga yang rendah bertujuan menggunakannya dalam beberapa bulan saja. hal tersebut tidak menutup kemungkinan penjual untuk melakukan hal yang dilarang dalam islam. Karena jika kegiatan tersebut dilakukan dengan kurun periode yang lama dapat menyebabkan kerugian pada para pesaingnya.

Dari pemaparan tujuan toko Elsa738 dan Joper\_store pada produk hair powder best+ dust it jika ditinjau dari hukum islam dalam bentuk-bentuk *Siyasah al-ighraq*. Kegiatan tersebut termasuk dalam *Siyasah al-ighraq* yang bersifat sporadic, yang mana aktivitas dengan menurunkan harga dengan periode sementara. Kegiatan ini diperbolehkan dalam islam, karena hal ini seperti diskon dalam jenis jual beli yang seperti ini termasuk kedalam jual beli muwadla'ah, yang didefinisikan sebagai berikut: jika seorang pembeli memberitahukan harga pokok barang, kemudian berkata: "Aku jual barang ini dengan harga segini dan aku beri diskon kepadamu sebesar ini. Perumpamaan lain, seorang penjual berkata: Aku telah membeli rumah ini seharga 100 ribu, dan aku jual ke kamu dengan harga sama dan aku potong 10, sehingga harganya menjadi 90 ribu.<sup>72</sup>

Kemudian mengingat tujuan toko Elsa738 dan Joper\_store, maka kegiatan ini masih tergolong dalam

---

<sup>72</sup> Ahmad Yusuf, *Uqûdu al-Mu'âwadhât al-Mâliyyah fi Dlawi Ahkâmi al-Syari'ah al-Islâmiyyah*, (Islamabad: Daru al-Shidqi, t.th)., 59-60

persaingan usaha yang sehat karena kegiatan yang dilakukan kedua toko tersebut hanya untuk sementara sehingga tidak mematickan pesaingnya.

Berbeda dengan tujuan kedua toko sebelumnya, pada toko Fashionbyelisa menggunakan fitur promo toko pada produk hair powder best+ dust it dengan menawarkan harga yang rendah . selain itu dalam pengaturan fitur promo toko periode dapat diperpanjang lagi sesuai dengan kebijakan penjual, hal ini mengindikasikan dari kegiatan *Siyasah al-ighraq* yang bersifat predatory dimana kegiatan tersebut dilakukan dengan menekan harga dengan periode waktu yang sangat lama.

Dalam hadits sunan Ibnu Majah No. 2200 Rasulullah SAW. Bersabda:

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ قَالَ غَلَا السَّعْرُ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَدْ غَلَا السَّعْرُ فَسَعِّرْ لَنَا فَقَالَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ إِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ يَظْلُمُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ. رواه ابن ماجه

*“Dari Anas bin Malik ia berkata, Pernah terjadi kenaikan harga pada masa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam, maka orang-orang pun berkata, Wahai Rasulullah, harga-harga telah melambung tinggi, maka tetapkanlah setandar harga untuk kami. Beliau*



*lalu bersabda: Sesungguhnya Allah lah yang menentukan harga, yang menyempitkan dan melapangkan, dan Dia yang memberi rizki. Sungguh, aku berharap ketika berjumpa dengan Allah tidak ada seseorang yang meminta pertanggungjawaban dariku dalam hal darah dan harta” (HR. Ibnu Majah)<sup>73</sup>*

Maksud dari hadits tersebut adalah biarkanlah hukum pasar untuk memainkan peran harga secara wajar sesuai dengan *supply* dan *demand* yang ada. Dimana peran masyarakat yang mengatur sendiri konsep perdagangan mereka. Namun, tetap ada batasan-batasan yang tetap harus diperhatikan. Salah satunya, jangan sampai ada yang dirugikan dalam perdagangan tersebut. *Maflum mukhalafah* dari hal tersebut dengan kaitannya tindakan *Siyasah al-ighraq* yang bersifat predatory itu tilarang karena dapat merugikan para pesaingnya bahkan dapat mematikan usahanya.

Jika para pesaingnya telah berguguran, pelaku usaha dapat leluasa memonopoli pasar dengan menaikkan harga produk. Hal tersebut dilakukan untuk menutupi kerugian pada periode sebelumnya. Kegiatan monopoli, menurut Yusuf Qaradawi dikatakan bahwa dilarang melakukan monopoli terhadap semua jenis barang yang dibutuhkan oleh manusia, baik itu makanan, obat-obatan, pakaian atau perabot kantor. Alasannya adalah umumnya lafal atau redaksi hadis yang berbunyi “Tidak ada seorangpun yang memonopoli kecuali

---

<sup>73</sup> Abu Abdillah Muhammad Ibn Yazid Ibn Majah Al-Qoruni, *Sunan Ibnu Majah*, (tt:tp,th),238

orang-orang yang bersalah”. Jadi intinya, barang siapa melakukan monopoli, ia berdosa. Redaksi hadis ini bersifat umum, sedangkan pelarangan monopoli yang dikhususkan terhadap kegiatan *Siyasah al-ighraq* yang bersifat predatory saja bersifat khusus. Redaksi yang khusus tidak bisa menafikan redaksi yang umum (Qardawi, 1997:191).

Bedasarkan uraian tersebut maka persaingan usaha yang dilakukan pada toko Fashionbyelisa dengan kegiatan *Siyasah al-ighraq* yang bersifat predatory atau dengan sistem *predatory pricing* ini dilarang dalam islam. Hal tersebut dikarenakan menimbulkan dampak mudharat kepada para pesaingnya.

## **B. Tinjauan Hukum Persaingan Usaha pada Promo Toko di aplikasi Shopee dengan Sistem Predatory Pricing berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999**

Hukum persaingan usaha merupakan hukum yang mengatur tentang interaksi ekonomi antar pelaku usaha baik orang-perorangan maupun badan hukum. Di Indonesia hukum persaingan usaha termuat dalam UU No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persainan Usaha Tidak Sehat. Dalam Undang-undang tersebut memuat beberapa kegiatan yang dilarang dilakukan oleh para pelaku usaha, yakni salah satunya adalah *predatory pricing* atau jual rugi.

Pengaturan larangan kegiatan *predatory pricing* ini termuat dalam pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 tentang

Larangan Praktek Monopoli dan Persainan Usaha Tidak Sehat, yang menyebutkan:

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

Dalam pasal tersebut telah dinyatakan bahwasanya para pelaku usaha dilarang untuk melakukan persaingan usaha dengan cara menetapkan harga dibawah para pesaingnya. Strategi ini dilakukan pelaku usaha untuk melindungi posisinya dengan cara mengurangi harga sementara kualitas barang tersebut sama sehingga pelaku usaha tersebut tetap dominan mempertahankan posisinya. Kegiatan ini seperti yang terjadi pada produk hair powder best+ dust it yang menggunakan fitur promo toko pada aplikasi shopee yang ditawarkan dengan harga yang sangat murah.

Berdasarkan observasi peneliti dengan *horizontal comparison* pada produk hair powder best+ dust it di aplikasi shopee, peneliti menemukan beberapa toko yang terdapat bukti-bukti pendahuluan yang diduga melakukan kegiatan *Predatory Pricing*. Produk hair powder best+ dust it yang dijual dengan menggunakan fitur promo toko ditawarkan dengan harga sangat rendah oleh penjual. Kemudian peneliti melakukan wawancara pada penjual dari produk tersebut,

yang diantaranya adalah toko Elsa738, Joper\_store dan Fashionbyelisa.

Bukti-bukti pendahuluan dari sistem *predatory pricing* tidak dapat serta merta diindikasikan sebagai tindakan yang melanggar pasal 20 UU No. 5 tahun 1999. Maka dari itu, peneliti akan melakukan tinjauan hukum persaingan usaha berdasarkan UU No. 5 tahun 1999 pada toko Elsa738, Joper\_store dan Fashionbyelisa khususnya pada produk hair powder best+ dust it yang menggunakan promo toko pada aplikasi shopee. Tinjauan dengan menggunakan pendekatan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Analisis kemampuan para pelaku usaha untuk menutupi kerugian dalam jangka waktu yang cukup panjang.

Pelaku usaha yang melakukan kegiatan jual rugi atau *predatory pricing* tidak semata-mata melakukannya tanpa melihat kemampuan usahanya untuk menutupi kerugian dari hal tersebut. Dalam hal ini peneliti mengacu pada jangka waktu didirikannya toko sebagai indikasi kemampuan para pelaku usaha untuk menutupi kerugian dalam periode yang lama.

Dalam penjelasan yang dirangkum pada bab3, toko Joper\_store tergolong toko yang masih baru karena dibuat pada tahun 2021. Sehingga toko ini dapat dikatakan tidak mampu untuk menutupi kerugian dalam periode yang lama. Berbeda dengan toko tersebut, pada toko Elsa738 dan Fashionbyelisa memiliki dua bentuk yakni toko offline dan online. Toko offline Elsa738 didirikan pada

bulan mei tahun 2019 dan bergabung diaplikasi shopee pada akhir bulan 2019. Sementara toko offline Fashionbyelisa didirikan pada tahun 2016 kemudian mulai bergabung diaplikasi shopee pada tahun 2018. Selain dari itu toko fashionbyelisa juga memiliki toko yang dibuka pada *marketplace* lainnya. Dengan adanya dua bentuk toko yang dimiliki oleh toko Elsa738 dan Fashionbyelisa juga di dukung dengan pendirian toko yang sudah lama maka kedua toko ini dapat dikatakan memiliki kemampuan untuk menutupi kerugian dalam jangka waktu yang cukup lama.

2. Analisis para pelaku usaha yang berkaitan dengan perbandingan antara penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan untuk berproduksi

Peneliti menggunakan *Average Total Cost* (ATC) dan *Average Variable Cost* (AVC) untuk mengetahui perbandingan antara penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan dalam berproduksi dari masing-masing produk penjual. Selain dari itu penggunaan ATC dan AVC ini dapat digunakan agar peneliti mengetahui apakah penjual mengambil keuntungan dari hasil perdagangannya atau tidak. Sehingga dengan menggunakan indikasi dari ATC dan AVC, peneliti dapat mengetahui harga yang ditetapkan oleh para penjual apakah termasuk dalam *unreasonable price*.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan para penjual, yakni toko Elsa738, Joper\_store dan Fashionbyelisa. Pada ketiga toko tersebut menawarkan produk hair powder best+ dust it dengan harga dibawah dari ATC pada masing-masing penjual. Dalam hal ini harga yang ditetapkan di bawah biaya total rata-rata (ATC) tersebut tetap masih dapat dikatakan sebagai *reasonable price* jika masih berada di atas biaya variabel rata-rata (AVC), karena pada kondisi tersebut tetap masih ada gunanya bagi pelaku usaha untuk memproduksi.<sup>74</sup>

Jika dilihat dari biaya variabel rata-rata (AVC) dari produk para penjual, maka hanya terdapat dua toko saja yang menjual produk hair powder best+ dust it yang menggunakan promo toko. Kedua toko tersebut adalah toko Joper\_store dan Fashionbyelisa. Pada toko Joper\_store, AVC yang dikeluarkan sebesar Rp. 8.000 dan dengan menggunakan fitur promo toko produk tersebut dijual dengan harga Rp. 6.450. Kemudian pada toko Fashionbyelisa, AVC yang dibutuhkan sebesar Rp. 7.200 dan dengan menggunakan fitur promo toko produk tersebut ditawarkan dengan harga Rp. 6.370.

Jadi toko Joper\_store dan Fashionbyelisa menawarkan produk hair powder best+ dust it dengan

---

<sup>74</sup> Lampiran Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, hlm. 11

menggunakan promo toko, dapat di katakan telah memberikan *unreasonable price*. Karena telah menjual produk tersebut dengan harga dibawah *Average Variable Cost*.

Berdasarkan uraian diatas, ketiga *seller* tersebut telah menawarkan produk hair powder best+ dust it menggunakan fitur promo toko aplikasi shopee dengan harga yang rendah. Akan tetapi hal itu belum dapat dipastikan sebagai tindakan jual rugi atau *predatory pricing*. Pada toko Elsa738 dan Joper\_store tidak dapat dikatakan sebagai pelaku kegiatan *predatory pricing*. Hal ini dikarenakan toko Elsa738 menjual produk tersebut masih diatas harga AVC. Kemudian pada toko Joper\_store, memang menjual produk hair powder best+ dust it dengan harga dibawah AVC. Akan tetapi jika melihat kemampuan usaha yang ada pada toko Joper\_store, toko ini tidak mampu untuk menutupi kerugian dalam periode yang lama. Jadi dengan demikian kedua toko ini tidak dapat dikatakan sebagai tindakan *predatory pricing* yang melanggar ketentuan pasal 20 UU No. 5 tahun 1999. Berbeda dengan kedua toko sebelumnya, pada toko Fashionbyelisa dengan berdasarkan tinjauan dari pendekatan yang telah dilakukan oleh peneliti. Toko tersebut menawarkan produk yang sama dengan harga yang tidak wajar (*Unreasonable Price*), yang mana harga yang ditawarkan dibawah dari AVC produk. Selanjutnya jika dilihat dari kemampuan usaha toko Fashionbyelisa, toko tersebut mampu untuk menutupi kerugian dalam waktu yang lama. Dengan demikian jual rugi yang

dilakukan oleh toko Fashionbyelisa dapat dicurigai mempunyai motif tertentu, dalam hal ini dapat dikatakan telah melakukan tindakan *predatory pricing* yang mana melanggar ketentuan pasal 20 UU No. 5 tahun 1999.

Perlu diketahui, bahwa meskipun pihak shopee tidak memiliki syarat dan ketentuan terkait promo toko. Akan tetapi pihak shopee telah memberikan ketentuan untuk tidak memberikan harga yang sangat rendah maupun sebaliknya. Kemudian dalam ketentuan penggunaan pada aplikasi shopee telah disebutkan untuk tidak memanipulasi harga barang apapun atau mengganggu daftar pengguna lain. Hal tersebut sekaligus memberikan ketentuan kepada pihak penjual untuk tidak melakukan penjualan dengan sistem *predatory pricing*. Kemudian dalam syarat ketentuan penggunaan tersebut juga telah melarang pengguna atau penjual aplikasi shopee untuk tidak melakukan kegiatan yang melanggar undang-undang yang berlaku. Dalam penelitian ini, tentunya UU No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persainan Usaha Tidak Sehat.

Berdasarkan UU No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persainan Usaha Tidak Sehat, pelaku usaha yang melakukan kegiatan *predatory pricing* atau pelaku usaha yang melanggar ketentuan pasal 20 UU No. 5 tahun 1999 dapat dijatuhkan 3 (tiga) sanksi, yakni sanksi atau tindakan administratif, pidana pokok, dan pidana tambahan.



KPPU memiliki kewenangan untuk memberikan sanksi atau tindakan administratif kepada pelaku usaha yang terbukti melanggar ketentuan pasal 20 UU No. 5 tahun 1999 berupa:<sup>75</sup>

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

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

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

Adapun ketentuan mengenai pidana tambahan yang dapat dikenakan terhadap pelaku usaha yang terbukti

---

<sup>75</sup> Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pasal 47 ayat 2.

melakukan praktik jual rugi (*predatory pricing*) merujuk pada pasal 10 KUHP (Kitab Undang-Undang Hukum Pidana). Pidana tambahan yang dapat dijatuhkan pada pasal tersebut yakni:<sup>76</sup>

- a) Pencabutan izin usaha;
- b) Larangan kepada pelaku usaha yang telah terbukti melakukan pelanggaran terhadap undang-undang ini untuk menduduki jabatan direksi atau komisaris sekurang-kurangnya 2 (dua) tahun dan selama-lamanya 5 (lima) tahun; atau
- c) Penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian pada pihak lain.

---

<sup>76</sup> Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Pasal 10.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik promo toko aplikasi shopee dengan sistem predatory pricing yang dilakukan oleh toko Elsa738 dan Joper\_store termasuk sebagai *Siyasah al-Ighraq* yang bersifat sporadic. Hal tersebut tidak dilarang dalam islam karena hanya dilakukan sementara atau tidak terus menerus. Beda halnya pada toko Fashionbyelisa, yang mana kegiatan yang dilakukan termasuk sebagai *Siyasah al-Ighraq* yang bersifat *predatory*. Praktik kegiatan *Siyasah al-Ighraq* yang bersifat *predatory* dilarang dalam islam karena menggunakan persaingan usaha yang tidak sehat. Hal tersebut dilarang dalam islam karena dapat dilakukan dengan jangka waktu yang lama yang menimbulkan kemudharatan bagi para pesaingnya bahkan dapat merusak mekanisme pasar yang menyebabkan para pesaingnya berguguran.
2. Produk hair powder best+ dust it yang menggunakan promo toko aplikasi shopee dengan penawaran harga yang rendah oleh toko Elsa738 dan Joper\_store tidak dapat disebut sebagai praktik jual rugi atau *predatory pricing*. Beda halnya pada toko Fashionbyelisa, aktivitas perdagangan yang dilakukan toko ini dapat disebut sebagai praktik *predatory pricing* yang melanggar

ketentuan pasal 20 UU No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persainan Usaha Tidak Sehat. Pelaku usaha yang melanggar ketentuan pasal 20 UU No. 5 tahun 1999 dapat dikenakan 3 sanksi, yakni sanksi atau tindakan administratif, pidana pokok, dan pidana tambahan.

## **B. Saran**

Dari permasalahan yang dibahas, peneliti memberikan beberapa saran kepada pihak-pihak yang terkait, sebagai berikut:

1. Kepada para *Seller* di aplikasi shopee hendaknya menaati apa yang dalam ketentuan syari'at ataupun ketentuan yang tercantum pada hukum positif. Karena untuk mencapai kesejahteraan bersama, perniagaan baiknya dilakukan dengan persaingan yang sehat dan jauhilah unsur-unsur yang dapat merusak mekanisme pasar.
2. Kepada aplikasi Shopee sebagai *marketplace* yang menyediakan layanan bagi penjual dan pembeli, untuk lebih memerinci ketentuan fiturnya dan lebih memperhatikan proses seleksi pada model jual beli baru yang dikembangkan oleh penjual untuk menarik perhatian konsumen, yang tidak searah dengan aturan aplikasi Shopee.

## **C. Penutup**

Demikian penyusunan skripsi ini. Disadari bahwa skripsi yang dibuat masih jauh dari kesempurnaan. Sehingga perlu adanya perbaikan dan pembenahan. Dengan kerendahan hati saran konstruktif diharapkan demi melengkapi kekurangan yang ada. Semoga Penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainuddin. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika. Cet.5 .2014.
- Ansari (al), Abi Zakaria. *Fath al-Wahab* Juz 1, Singapura: Sulaiman Mar'I. t.th.
- Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan*, Jakarta: LPMA. 2019.
- Burhan, Fahmi Ahmad. "Nilai Transaksi E-commerce RI Melonjak 91%, Shopee Kuasai Pasar". <https://katadata.co.id/yuliawati/digital/60ba67ba89507/nilai-transaksi-e-commerce-ri-melonjak-91-shopee-kuasai-pasar> diakses pada tanggal 18 September 2021.
- Ghazaly, Abdul Rahman et al. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Gharyani (al), Ash. Shidiq Abdurahman. *Fatwa-Fatwa Muamalah Kontemporer*. Surabaya: Pustaka Progresif. 2004.
- Hermansyah. *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: Kencana. Cet ke-2. 2009.
- Husaini (al), Imam Taqiyuddin Abi Bakr Ibn Muhammad. *Kifayatul al-Akhyar Juz I*. Surabaya: Darul Ilmi. t.th.
- Ikti,Dkk. *Jual Beli dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media. 2018.
- Jayani, Dwi Hadya. "Shopee, Ecommerce dengan Pengunjung Situs Tertinggi Kuartal III 2020". <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/20/s>

- hopee-e-commerce-dengan-pengunjung-situs-tertinggi-kuartal-iii-2020 diakses pada tanggal 1 september 2020
- Lubis, Andi Fahmi. *Buku Teks Hukum Persaingan Usaha Edisi Kedua*. Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha. 2017.
- Meyliana, Devi S.K. *Hukum Persaingan Usaha*. Malang: Setara Press. 2013.
- Mustofa, Imam. *Fiqih Muamalah Kontemporer*. Jakarta: Rajagrafindo Persada. 2015.
- Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD). “*Report on Predatory Pricing*”. <http://www.oecd.org/competition/abuse/2375661.pdf>. Diakses pada tanggal 11 Desember 2021
- Purwaningsih, Endang. *Hukum Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2010.
- Rokan, Mustafa Kamal. *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2011.
- Rengganis, Dayu Padmara. *Hukum Persaingan Usaha Perangkat Telekomunikasi dan Pemberlakuan Persetujuan ACFTA*. Bandung: Alumni. 2013.
- Tri, Rizki Bhakti. “*Perlindungan Hukum Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dari Praktek Dumping Akibat Perdagangan Internasional*”. Vol 6. No. 1. Cahaya Keadilan, Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Putra Batam.
- Qudamah, Ibnu. *Al-Mugni juz III*,(tt: tp,tth)

- Saifudin Azwar. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.
- Shiddiqieqy (al), Hasbi. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Semarang: PT Pustaka Rizki Putra, 1999.
- Shopee. "Shopee Indonesia". <https://seller.shopee.co.id/edu/article/6874>. Diakses pada tanggal 8 desember 2021
- \_\_\_\_\_, "Berjualan di Shopee" dalam <https://seller.shopee.co.id/edu/article/464/Berjualan-di-Shopee>. Diakses pada tanggal 11 Desember 2021.
- \_\_\_\_\_, <https://shopee.co.id/legaldoc/terms>. *Standard Contract* Pengguna Shopee. Diakses pada tanggal 12 Desember 2021
- \_\_\_\_\_, <https://seller.shopee.co.id/edu> diakses pada tanggal 12 Desember 2020
- \_\_\_\_\_, <https://seller.shopee.co.id/edu/article/6874> diakses pada tanggal 12 Desember 2021
- Siswanto, Arie. *Hukum Persaingan Usaha*. Bogor: Ghalia Indoneisia. 2004.
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press. cet. 3. 1998
- \_\_\_\_\_ dan Sri Marmudji. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. (Jakarta:Raja Garpindo.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.cet.19. 2013.



- Suteki dan Galang Taufani. *Metodelogi Penelitian Hukum(Filsafat,Teori dan Praktik)*. Depok:Rajawali Pers. 2020.
- Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Ekonsia . 2003.
- Suhasril dan Mohammad taufik Makarao. *Hukum Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*. Bogor:Ghalia Indonesia. 2010
- Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers. 2000.
- Usman, Rahmadi. *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2004.
- Wikipedia, “Shopee Indonesia”, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Shopee> diakses pada tanggal 4 Desember 2021.
- Yafie, Ali. *Fiqh Perdagangan Bebas*. Bandung: Teraju. 2003.
- Yusuf, Ahmad. *Uqûdu al-Mu’âwadhât al-Mâliyyah fi Dlawi Ahkâmi al-Syari’ah al-Islâmiyyah*. Islamabad: Daru al-Shidqi. t.th.
- Zuhaili (al), Wahbah. *Fiqh Islam wa Adillatuhu jilid 5* (Jakarta: Gema Insani, 2011)
- Perundang-undangan:  
UU No 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat  
Lampiran Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia.  
Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

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

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

Wawancara:

Sisy (customer service shopee), *Wawancara* via chat diaplikasi shopee, 12 Desember 2021.

Yanuar Deni (customer service shopee), *Wawancara* via Gmeet, 14 Desember 2021.

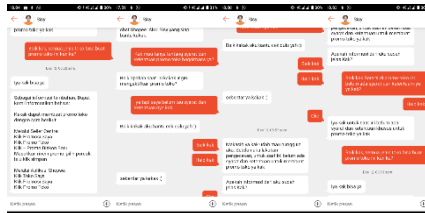
Fahmi Elviana Safitri, *Wawancara* via Gmeet, 11 Desember 2021.

Agung Wicaksono, *Wawancara* via chat aplikasi shopee, 17 Desember 2021.

Laily Melisa Putri. *Wawancara* via chat aplikasi Shopee, 15 Desember 2021.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Wawancara dengan customer service shopee bernama Sisy via chat diaplikasi shopee



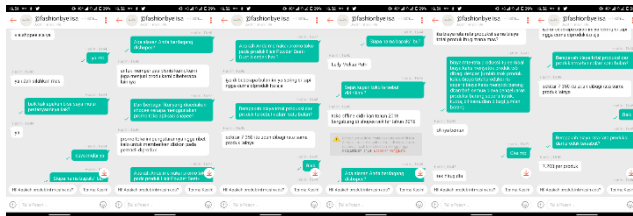
2. Wawancara dengan customer service shopee bernama Yanuar Deni via Gmeet



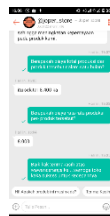
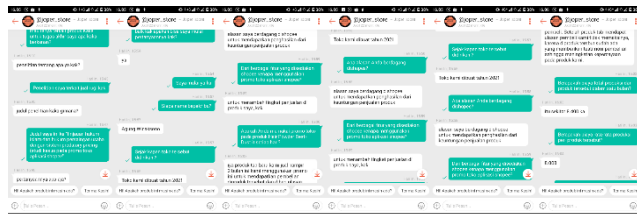
3. Wawancara dengan pemilik toko Elsa738 yang bernama Fahmi Elviana Safitri



4. Wawancara dengan pemilik toko Fashionbyelisa yang bernama Laily Melisa Putri



## 5. Wawancara dengan pemilik toko Joper\_store yang bernama Agung Wicaksono



## BIODATA PENELITI

Nama : Edi Saefurrohman  
Nim : 1702036078  
Tempat Tanggal Lahir : Kebumen, 15 Agustus 1997  
Alamat : jl. Raya Barat Kutowinangun no. 17,  
Rt01/Rw03, Kuwarisan, Kutowinangun,  
Kebumen.  
No.Hp : 08818557599  
Email : [edisaeurrohman@gmail.com](mailto:edisaeurrohman@gmail.com)  
Nama Orang Tua :  
1. Bapak: Leksono  
2. Ibu:Sugiyah  
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Islam Terhadap  
Praktek Persaingan Usaha dengan  
Sistem *Predatory Pricing*  
Jenjang Pendidikan :  
1. SD N 1 Kuwarisan  
2. SMP N 1 Kutowinangun  
3. MA Al-Iman Bulus, Purworejo  
4. UIN Walisongo Semarang

Semarang, 22 Maret 2022

Edi Saeurrohman

NIM. 1702036078