

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRILAKU  
BISNIS JUAL RUGI ( *PREDATORY PRICING* ) PADA  
*E-COMMERCE* DI INDONESIA**



ALL  
Dinunagoyak  
21-09-2022.  
*[Signature]*  
Ahmad Nurzi, SH, MS

Oleh :

Agiel Siraj Nasher

**NIM: 18421071**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Program Studi Hukum Keluarga ( Ahwal Al-Syakhsiyah )

Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Untuk memenuhi salah satu syarat guna

Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

**YOGYAKARTA**

**2022**

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRILAKU  
BISNIS JUAL RUGI ( *PREDATORY PRICING* ) PADA  
*E-COMMERCE* DI INDONESIA**



Oleh :

**Agiel Siraj Nasher**

NIM: 18421071

Pembimbing:

Ahmad Nurozi, SHI, MSI

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Program Studi Hukum Keluarga ( Ahwal Al-Syakhsiyah )

Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Untuk memenuhi salah satu syarat guna

Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

**YOGYAKARTA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : AGIEL SIRAJ NASHER  
NIM : 18421071  
Program Studi : Hukum Keluarga (Ahwal Syakhshiyah)  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Judul Skripsi : **TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRILAKU  
BISNIS JUAL RUGI ( PREDATORY PRICING ) PADA E-  
COMMERCE DI INDONESIA**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiasi atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, Selasa 25 Agustus 2022  
Yang Menyatakan,



(AGIEL SIRAJ NASHER)



## PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ahwal Al-Syakhshiyah yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 23 November 2022  
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Prilaku Bisnis Jual Rugi  
( Predatory Pricing ) Pada E-Commerce Di Indonesia  
Disusun oleh : AGIEL SIRAJ NASHER  
Nomor Mahasiswa : 18421071

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Syariah pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

### TIM PENGUJI:

Ketua : Prof. Dr. H. Amir Mu'allim, MIS (.....)  
Penguji I : Muhammad Miqdam Makfi, Lc., MIRKH. (.....)  
Penguji II : Drs. H. Syarif Zubaidah, M.Ag (.....)  
Pembimbing : Ahmad Nurozi, S.H.I., M.S.I. (.....)

Yogyakarta, 29 November 2022

Dekan,



*Asmuni*  
Drs. Asmuni, MA

NOTA DINAS

Yogyakarta, 25 Agustus 2022 M  
27 Muharam 1443 H

Hal : **Skripsi**  
Kepada : **Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam**  
Universitas Islam Indonesia  
Di-Yogyakarta

*Assalaamu 'alaikum Wr. Wb.*

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat Nomor: 683/DEK/60/DAATI/FIAI/VI/2022 tanggal 16 Juni 2022 M, 16 Zulqa'dah 1443 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara:

Nama Mahasiswa : Agiel Siraj Nasher  
Nomor Mahasiswa : 18421071

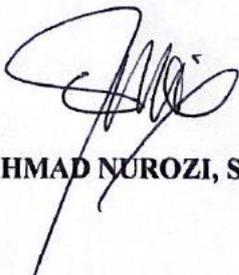
Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia  
Jurusan/Prodi : Hukum Keluarga (Ahwal Syakhshiyah)  
Tahun Akademik : 2022/2023  
Judul Skripsi : **TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRILAKU  
BISNIS JUAL RUGI ( PREDATORY PRICING ) PADA E-  
COMMERCE DI INDONESIA**

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi Saudara tersebut diatas memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasahkan, dan bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar skripsi dimaksud.

*Wassalaamu 'alaikum Wr. Wb.*

Dosen Pembimbing,



(AHMAD NUROZI, SHI, MSI)

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Yang bertanda tangan dibawah ini Dosen Pembimbing Skripsi,  
menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

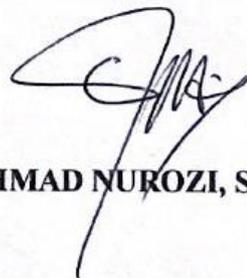
Nama Mahasiswa : Agiel Siraj Nasher

Nomor Mahasiswa : 18421071

Judul Skripsi : **TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP  
PRILAKU BISNIS JUAL RUGI ( *PREDATORY  
PRICING* ) PADA E-COMMERCE DI INDONESIA**

Bahwa berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Hukum Keluarga (Ahwal Syakhshiyah) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Dosen Pembimbing Skripsi,



**(AHMAD NUROZI, SHI., MSI)**

# PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

## KEPUTUSAN BERSAMA

### MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

#### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	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	ḏ	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	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ḍa	ḏ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef

ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

## B. Vokal

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

### 1. Vokal Tunggal

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

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a

ـَ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

## 2. Vokal Rangkap

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

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	ai	a dan u
...وَ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

### C. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ...إ...آ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إ...إِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...ؤ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

#### D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-attfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

### E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

### F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

#### 1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

#### 2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

### G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

### H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ      Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/  
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا      Bismillāhi majrehā wa mursāhā

## I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ      Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/  
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ      Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan

kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ عَفُوْرٌ رَّحِيْمٌ                      Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّٰهِ الْأُمُوْرُ جَمِيْعًا              Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

## J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## ABSTRAK

### TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRILAKU BISNIS JUAL RUGI ( *PREDATORY PRICING* ) PADA *E-COMMERCE* DI INDONESIA

Agiel Siraj Nasher

18421071

Jual rugi yang dilakukan oleh penjual di *e-commerce* di Indonesia dengan cara menetapkan harga yang rendah agar supaya menyingkirkan dan mematikan pelaku usaha yang lainnya, yang bertentangan dengan isi Undang-undang nomor 5 tahun 1999 pasal 20 yang menyebutkan bahwa penjual dilarang melakukan jual rugi (*predatory pricing*) dan menetapkan harga jual yang sangat rendah dengan maksud agar supaya para pesaingnya dapat disingkirkan dan dimatikan usahanya, Metode yang dipakai dalam tulisan ini adalah metode penelitian kualitatif Jenis penelitian menggunakan suatu set prosedur yang sistematis untuk mengembangkan suatu teori secara induktif tentang suatu fenomena dan yang di manfaatkan untuk penelitian kualitatif. pelaku praktik jual rugi ini akan menaikkan harga tinggi. Hal tersebut adalah upaya untuk menutupi kerugian saat dilakukannya penetapan harga yang sangat rendah. Ketidakadilan yang dirasakan oleh pelaku usaha dengan jual rugi yang dilakukan oleh pesaing baru tersebut tentu saja tidak sesuai dengan *maqashid syari'ah*. *Predatory pricing* juga akan menimbulkan ketidakadilan di antara seller *e-commerce* yang ada di Indonesia yang akan merugikan pesaing pesaingnya dan bahkan ada yang tutup atau berhenti untuk berjualan dikarenakan ketidakadilan berikut. Ketidakadilan pun tidak sesuai dengan konsep *maqashid syariah* yaitu tercapainya kemaslahatan di antara pelaku usaha di *e-commerce* yang ada di Indonesia.

**Kata Kunci:** *Jual Rugi, Maqashid Syari'ah, E-Commerce*

## ABSTRACT

### ISLAMIC LAW PERSPECTIVE ON PREDATORY PRICING BUSINESS CONDUCT IN E-COMMERCE IN INDONESIA

Agiel Siraj Nasher  
18421071

The predatory pricing practiced by the sellers in Indonesian e-commerce through low-price establishment to rule out and shut down their business rivals is contrary to Law No. 5 of 1999 Article 20, which states that sellers are prohibited from practicing predatory pricing and establishing extremely-low prices in an attempt to rule out and put their competitors out of business. This study used a qualitative research method with the research type using a set of systematic procedures to inductively develop a theory about a phenomenon used for qualitative research. The sellers who practice predatory pricing will then set high prices to cover their loss during undercutting. Business owners suffer the injustice of predatory pricing practiced by new competitors, and such practice is absolutely against maqasid al-shari'a. Predatory pricing will cause injustice among e-commerce sellers in Indonesia since it harms competitors, and some sellers even have to shut down their business or stop selling due to such practice. The induced injustice is opposite to the concept of maqasid al-shari'a, which emphasizes mutual benefits among business owners in Indonesian e-commerce.

**Keywords:** Predatory Pricing, Maqasid al-Shari'a, E-Commerce

September 14, 2022

**TRANSLATOR STATEMENT**

The information appearing herein has been translated  
by a Center for International Language and Cultural Studies of  
Islamic University of Indonesia  
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24  
YOGYAKARTA, INDONESIA.  
Phone/Fax: 0274 540 255

## MOTO

قَالَ اللَّهُ تَعَالَى : وَاحِلَ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ <sup>ق</sup> وَأَمْرَةٌ إِلَى اللَّهِ

<sup>ق</sup> وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“ Padahal Allah SWT telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi milik-Nya dan urusan-Nya ( terserah kepada Allah SWT. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya ).”

(Q.S. al-Baqarah: 275)

## KATA PENGANTAR

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَ بِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَالصَّلَاةَ وَالسَّلَامَ عَلَى  
أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

*Al-hamdu lillahi rabbil 'alamin* puji syukur dipanjatkan kepada kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, Sholawat serta salam juga kita panjatkan kepada Nabi kita Nabi Muhammad SAW. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Prilaku Bisnis Jual Rugi ( *Predatory Pricing* ) Pada *E-Commerce* Di Indonesia”, dengan baik dan tepat waktu. Tujuan dari penulisan skripsi ini yaitu sebagai salah satu syarat atau tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana atau S1 pada program Ahwal Syakhshiyah, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala dan rintangan, namun dengan rahmat dan karunia yang diberikan oleh Allah SWT serta bimbingan, arahan, dan saran dari berbagai pihak yang selalu membantu dalam proses penulisan skripsi ini. Maka dari itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S. T., M.Sc., Ph. D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta jajarannya.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam UII yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.

3. Bapak Krismono, S.H.I., M.SI. selaku Ketua Program Studi Ahwal Syakhsiyah.
4. Bapak Fuat Hasanudin, Lc., M.A.. selaku Sekertaris Program Studi Ahwal Syakhsiyah
5. Bapak Ahmad Nurozi SHI, MSI,. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, masukan dan arahan selama proses penulisan skripsi ini, semoga Allah memberikan kesehatan dan membalas kebaikan bapak selama menjadi dosen pembimbing penulis.
6. Kedua orang tua yaitu Bapak Takbir Daud Utoyo, S.IP, dan Ibu Asmariah yang selalu memberikan support, doa, nasehat, dan materi serta kasih sayang sehingga penulis termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kakak dan adikku Gita Silfi Fauziah, S.Pd, dan Naufal Dzaky Alkhalifi yang selalu memberikan doa dan motivasi kepada penulis
8. Kepada semua Dosen, staf Prodi Ahwal Syakhsiyah, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia, yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi penulis
9. Semua teman-teman kuliah penulis yaitu Rosie Suci Pebriani, Anggota Mars Kost, Grup Whatsapp Alfis Ngambek dan seluruh teman-teman Majelis Dzikir Pandean, terimakasih banyak atas dukungan, motivasi dan bantuannya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada seluruh angkatan 2018 Program Studi Ahwal Syakhsiyah yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas motivasi dan doa dari kalian selama ini.

11. Pihak-pihak lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas doa dan dukungannya yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikan dan pahala kepada kalian semua. Juga penulis menyadari dalam skripsi ini terdapat banyak sekali kekurangan dan keterbatasan pengetahuan penulis. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang memotivasi penulis akan senang dan diterima demi kebaikan penelitian ini agar lebih baik. Penulis memohon maaf yang sebesar besarnya apabila terdapat kesalahan dalam penulisan dalam skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para peneliti selanjutnya dan bagi semua yang membutuhkan. Atas perhatian dari pembaca skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 31 Agustus 2022



Agiel Siraj Nasher

## DAFTAR ISI

<b>COVER DALAM</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>SURAT PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.i
<b>NOTA DINAS</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xvii</b>
<b>MOTO</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xxii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xxiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xxiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Manfaat Penelitian .....	5
1. Tujuan Penelitian .....	5
2. Manfaat Penelitian .....	6
D. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI</b> .....	<b>8</b>
A. Kajian Pustaka .....	8
B. Landasan Teori .....	18
1. Konsep dasar fiqh Muamalah .....	18
2. Konsep jual rugi ( <i>Predatory Pricing</i> ) .....	23
3. Jual Rugi dalam Perspektif UU No.5 Tahun 1999 dan Fiqh .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan .....	31
B. Lokasi Penelitian .....	32
C. Informan Penelitian .....	32
D. Teknik Penentuan Informan .....	32

E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Keabsahan Data.....	33
G. Teknik Analisis Data.....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
A. HASIL PENELITIAN.....	35
1. Perkembangan <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	35
2. Perilaku Bisnis Jual Rugi ( <i>Predatory Pricing</i> ) Pada <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	38
3. Pasal 20 Undang-Undang no. 5 Tahun 1999.....	44
4. <i>Predatory Pricing</i> Menurut Hukum Islam .....	45
B. PEMBAHASAN .....	55
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>55</b>
A. Kesimpulan .....	55
B. Saran.....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>57</b>
<b><i>CURICULUM VITAE</i> .....</b>	<b>I</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Contoh Daftar Penipuan Melalui *E-Commerce* ..... 37



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Pengguna Internet di Indonesia dari Tahun 1999 sampai 2020 .....	35
Gambar 4.2 Logo <i>E-Commerce</i> Shopee .....	39
Gambar 4.3 Logo <i>E-Commerce</i> Tokopedia .....	40
Gambar 4.4 Logo <i>E-Commerce</i> Lazada.....	41
Gambar 4.5 Logo <i>E-Commerce</i> Bukalapak .....	41



## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Fiqh dalam bahasa ( الْفُحْمُ ) berasal dari kata ( فَفَّهًا - يَفْفَهُ - فِقَّةٌ ) yang bermakna mengerti atau memahami dan secara istilah yaitu :

( الْعِلْمُ بِالْأَحْكَامِ الشَّرْعِيَّةِ الْعَمَلِيَّةِ الْمَكْتَسِبِ مِنْ أَدْلَتِهَا التَّفْصِيلِيَّةِ )

“ Ilmu tentang hukum hukum *syar’i* yang bersifat amaliah yang digali dan ditemukan dari dalil-dalil yang *tafsili* “. Fiqh diibaratkan ilmu karena fiqh itu semacam ilmu pengetahuan dan juga tentang seperangkat aturan yang disebut hukum.<sup>1</sup>

Mua’malah dalam arti umum adalah hukum-hukum Islam yang berupa peraturan yang berisi perintah atau larangan seperti wajib, sunnah, haram, makruh dan mubah. Hukum yang menyangkut urusan ibadah dalam kaitanya dengan hubungan antara manusia dengan Allah SWT dan hubungan dengan manusia lainnya. Dan juga berkaitan dengan tindakan hukum manusia persoalan-persoalan keduniaan, diatur dengan sebaik-baiknya agar manusia dapat memenuhi keutuhan tanpa memberikan mudhorot kepada orang lain.<sup>2</sup>

Kata ini menggambarkan berupa aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dengan seseorang ataupun beberapa orang dalam memenuhi kebutuhan masing masing-masing.

<sup>1</sup> Nurhayati, M. A., & Sinaga, A. I. *Fiqh dan Ushul Fiqh*. (Jakarta: Kencana, 2018). Hal. 1-2

<sup>2</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007) 65.

Ruang lingkup fiqh muamalah ialah keseluruhan kegiatan muamalah manusia berdasarkan hukum islam yang berupa aturan-aturan yang berisi perintah atau larangan seperti wajib, sunnah, haram, makruh dan mubah. Hukum-hukum fiqh terdiri dari hukum-hukum yang menyangkut urusan ibadah dalam kaitannya dengan hubungan antara manusia dengan Allah dan hubungan manusia dengan manusia lainnya.

Sedangkan Hukum Muamalah ialah hukum yang mengatur tentang hak serta kewajiban dalam masyarakat untuk mencapai Hukum Islam, meliputi hutang-piutang, sewa-menyewa, jual beli dan lain sebagainya. Dengan kata lain masalah muamalah ini diatur dengan sebaik-baiknya agar manusia dapat memenuhi kebutuhan tanpa memberikan mudhorat kepada orang lain. Adapun yang termasuk dalam muamalah antara lain tukar-menukar barang, jual beli, pinjam meminjam, upah kerja, serikat dalam kerja dan lain-lain.

Jual rugi sering di sebut juga (*predatory pricing*) yakni dengan cara menetapkan harga-harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya, karena tidak mampu lagi bersaing.<sup>3</sup>

Berdasarkan teori ekonomi jual rugi adalah suatu kondisi di mana keadaan dimana pelaku ekonomi menetapkan harga jual dari barang dan/atau jasa yang dihasilkannya di bawah biaya total rata-rata (*Average Total Cost*). seorang pelaku ekonomi hanya akan memperoleh keuntungan

---

<sup>3</sup> Rachmadi Usman, *Hukum persaingan usaha di indonesia*. (Jakarta: Sinar Grafika,2013), 435.

jika ia dapat menetapkan harga jual barang dan/atau jasa yang dihasilkannya di atas biaya total rata-rata, atau ia hanya dapat mencapai titik impas jika harganya tepat sesuai dengan biaya total rata-rata. Namun, harga yang ditetapkan di bawah biaya total rata-rata (ATC) tersebut tetap masih dapat dianggap sebagai harga yang wajar jika berada di atas biaya variabel rata rata (*Average Variable Cost*), karena masih masuk akal bagi agen penjualan dalam kondisi ini untuk memproduksi tidak ada gunanya mengganti barang modal yang rusak. Ketika seorang pedagang berproduksi pada harga di bawah harga *variable* rata-rata (AVC) harga dapat dianggap tidak masuk akal lagi dan kerugian penjualan pedagang dapat mengasumsikan suatu tujuan.<sup>4</sup>

Menjual rugi dapat digambarkan ketika sebuah perusahaan yang memiliki posisi dominan atau kemampuan finansial yang besar (*deep pocket*) menjual produknya di bawah harga pokok produksi untuk mengusir pesaing keluar dari pasar. Setelah memenangkan persaingan, perusahaan akan menaikkan harga di atas harga pasar lagi dan mencoba menutupi kerugian dengan mendapatkan keuntungan dari harga monopoli (karena pesaing meninggalkan pasar).<sup>5</sup>

Dalam jangka pendek, menjual dengan kerugian sangat memberi untung bagi pembeli, tetapi setelah lawan tersingkir dan pendatang baru potensial dihalangi, pedagang dominan atau pedagang yang saat ini mengharapkan untuk menaikkan harga secara signifikan. Pada umumnya

---

<sup>4</sup> Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), 160.

<sup>5</sup> *Ibid*, 158

harga yang dipasang untuk menutupi kerugian adalah harga monopoli yang lebih tinggi, hingga dapat merugikan pembeli. Praktik ini merupakan cara untuk memaksimalkan pendapatan atau keuntungan dan menutupi kekurangan atau kerugian yang terjadi saat menjual dengan cara rugi.

Maraknya *e-commerce* di Indonesia sebagai ajang untuk melakukan jual beli yang memudahkan masyarakat untuk berbelanja dengan cara hanya menggunakan *smartphone* atau laptop dan alat digital lainnya, di *e-commerce* juga semua barang ada contohnya fashion, alat komunikasi dan sebagainya.

Dari sanalah penjual dan beli bisa saling berinteraksi antara satu dan lainnya, mereka pun berlomba-lomba untuk menjual barang-barang apa saja yang bisa di jual, biasanya ada perbedaan antara harga jual yang dilakukan oleh penjual akan tetapi barang tersebut sama dengan yang dijual oleh penjual lainnya sehingga banyak yang melakukan penurunan harga dari salah satu penjual, maka itu menjadi penyebab kebangkrutan disalah satu toko di *e-commerce* yang tidak bisa lagi untuk berjualan, karena pasar yang telah dibangun menjadi rusak oleh pelaku jual rugi (*Predatory Pricing*)

Undang – undang No. 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat menegaskan bahwa demokrasi ekonomi dibidang ekonomi menghendaki adanya kesempatan yang sama bagi semua warga negara untuk berpartisipasi dalam proses produksi dan jasa dengan cara yang sehat, efektif dan efisien untuk berpartisipasi. Iklim

bisnis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan berfungsi ekonomi pasar secara normal.

Sesuai dengan tujuan Undang-Undang tersebut yaitu menciptakan iklim usaha yang kondusif dengan mengatur persaingan usaha yang sehat, untuk menjamin kepastian peluang usaha yang sehat bagi para pelaku usaha besar, menengah dan kecil, maka UU No. 5 Tahun 1999 mengatur beberapa perilaku dan kegiatan yang dilarang dan yang dapat mengakibatkan persaingan tidak sehat.<sup>6</sup> Karena itu penulis mengangkat judul “ Tinjauan Hukum Islam Terhadap Prilaku Bisnis Jual Rugi ( *Predatory Pricing* ) Pada *E-Commerce* Di Indonesia”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana perilaku bisnis jual rugi ( *predatory pricing* ) pada *E-commerce* di Indonesia ?
2. Bagaimana praktik bisnis jual rugi ( *predatory pricing* ) menurut Hukum Islam?

## **C. Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui bagaimana perilaku bisnis jual rugi ( *predatory pricing* ) pada *e-commerce* di Indonesia.
- b. Untuk mengetahui praktik bisnis jual rugi ( *predatory pricing* ) menurut Hukum Islam.

---

<sup>6</sup> Abdul R. Saliman, *Hukum Bisnis untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus* (Jakarta: Kencana Prenada, 2008), 226.

## 2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat teoritis : Memperkaya khazanah keilmuan intelektualitas dibidang hukum Islam terkhusus mengenai jual rugi (*predatory pricing*) menurut menurut Hukum Islam.
- b. Manfaat praktis : diharapkan berguna untuk memberikan informasi kepada pihak yang berkompeten untuk dijadikan bahan evaluasi terhadap jual rugi (*predatory pricing*) menurut Hukum Islam.

### D. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini terdiri atas lima bab, tujuannya agar pembaca bisa dengan mudah mencermati isi dari penelitian ini. Adapun susunannya sebagai berikut :

*Bab Satu*, yaitu pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik itu manfaat secara teoritis maupun manfaat praktis dan sistematika Penulisan.

*Bab Dua*, yaitu memaparkan tentang kajian pustaka atau kajian penelitian terdahulu, dan landasan teori untuk mengurangi kesamaan penulisan atau penelitian

*Bab Tiga*, yaitu metode penelitian yang memuat mulai dari jenis penelitian dan pendekatan, lokasi penelitian, informan penelitian, teknik penentuan informan, teknik pengumpulan data, keabsahan data, dan teknik analisis data.

*Bab Empat*, yaitu memaparkan hasil penelitian dan pembahasan skripsi yang akan menguraikan tentang bagaimana praktik jual rugi (*predatory pricing*) menurut Hukum Islam

*Bab Lima*, yaitu penutup yang terdiri dari kesimpulan, diskusi atau kajian hasil, saran, dan daftar pustaka. Selain itu pada bagian ini juga disertakan lampiran-lampiran yang penting untuk dimasukkan sebagai hasil atau bukti dari penelitian ini.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

#### A. Kajian Pustaka

Untuk membedakan antara peneliti yang satu dan lainnya, peneliti menuliskan beberapa peneliti terdahulu. Selain untuk menghindari dan mengurangi kesamaan, hal ini juga dapat menambah referensi bagi penulis untuk melakukan penelitian ini. Dengan ini penulis menemukan beberapa penelitian-penelitian terdahulu dengan tema yang serupa, yaitu diantaranya:

No	Judul Penelitian	Jenis (Buku/Jurnal/ Skripsi/Tesis/ Disertasi/Lai nnya)	Nama Penulis/Penel iti	Tahun	Rumusan Masalah /Focus Penelitian	Hasil Penelitian
----	------------------	--	------------------------------	-------	--------------------------------------	------------------

1.	Jual Rugi Pada Persaingan Usaha Fotocopy Di Lingkungan Kampus Iain Langsa (Perspektif Uu No. 5 Tahun 1999 Dan Fiqh)	Skripsi	Adelina Nasution	2019	Focus penelitiannya terhadap persaingan usaha fotocopy yang terindikasi jual rugi (predatory pricing)	Jual rugi yang dilakukan oleh pengusaha fotocoy di lingkungan IAIN Langsa dilarang dalam UU No. 5 tahun 1999 dalam pasal 20 karena menimbulkan persaingan tidak sehat, dan menimbulkan kerugian kepada orang lain Jual rugi tersebut juga menimbulkan ketidakadilan di antara pengusaha fotocopy karena akan merugikan pesaing lama dan bahkan ada yang sampai gulung tikar, ketidakadilan tersebut tidak sesuai dengan konsep maqashid syariah yaitu tercapainya kemaslahatan di antara para pelaku usaha fotocopy di lingkungan IAIN Langsa. <sup>7</sup>
----	---	---------	------------------	------	---	---

<sup>7</sup> Adelina Nasution, “Jual Rugi Pada Persaingan Usaha Fotocopy Di Lingkungan Kampus Iain Langsa (Perspektif Uu No. 5 Tahun 1999 Dan Fiqh)“, *Skripsi*, Langsa: IAIN Langsa, 2019

2.	Bisnis Online di Era Revolusi Industri 4.0 (Tinjauan Fiqih Muamalah )	Jurnal	Efrita Norman dan Idha Aisyah	2019	<p>Bagaimana tinjauan hukum islam terhadap jual beli online.?</p> <p>Bagaimanakah sistem jual beli online secara syariah.?</p>	<p>Jual beli online telah memenuhi rukun akad dalam aturan syariah, yaitu: (a) adanya penjual dan pembeli (b) ijab qabul telah terpenuhi di mana konsumen harus menyetujui syarat dan kondisi yang tertulis jika proses transaksi ingin dilanjutkan (c) objek akad dalam jual beli online harus jelas spesifikasinya (d) tujuan akad tidak boleh bertentangan dengan syariat. Bentuk akad transaksi yang dapat diadopsi dalam jual beli online ialah bai almurabaah dan bay al-salam. Bay' al-murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Sedangkan bay' al-salam berarti</p>
----	---	--------	-------------------------------	------	--	---

						pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan pada saat awal transaksi dilakukan. <sup>8</sup>
3.	Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha	Jurnal	Rezmia Febriana	2017	<p>Bagaimana dampak kegiatan praktek jual rugi yang dilakukan pelaku usaha dalam perspektif persaingan usaha ?</p> <p>Bagaimanakah hubungan pasal 5 dan pasal 8 mengenai penetapan harga yang di atur dalam UU No 5 Tahun 1999 tentang Larang Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ?</p>	<p>apabila pelaku usaha yang melakukan praktek predatory pricing, namun tidak mengurangi produksinya dan juga tidak menaikkan harga, maka mungkin tidak akan terjadi predatory pricing yang bertentangan dengan hukum.</p> <p>pasal 8 UU No 5 Tahun 1999 tidak diperlukan lagi dan malahan kontradiktif karena pasal 5 ayat 1 UU no 5 Tahun 1999 menentukan larangan harga, sedangkan pasal 8 UU no</p>

<sup>8</sup> Efita Norman, Ida Aisyah, “ Bisnis Online di Era Revolusi Industri 4.0 (Tinjauan Fiqih Muamalah ) ” *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*, Vol 1 No 1 (2019): 30-46

						5 Tahun 1999 hanya memuat larangan penyalahgunaan yang dimodifikasi. <sup>9</sup>
4.	<i>Dugaan Jual Rugi (Predatory Pricing) Semen Conch Di Tinjau Dari Perspektif Hukum Persaingan Usaha</i>	Skripsi	Toriq Husein Akbar	2020	Apakah harga jual Semen Conch yang dibawah harga pasar termasuk dalam kategori Jual Rugi (Predatory Pricing) yang melanggar ketentuan pasal 20 UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ? Bagaimana dampak penjualan Semen Conch terhadap pasar ditinjau dari perspektif Hukum Persaingan	Tindakan persaingan harga antar produsen semen yang bisa berakibat semakin rendah harga jual sejauh ini memang terlihat menguntungkan konsumen. Namun jika hal ini terus berlanjut dengan ada indikasi jual rugi yang dilakukan oleh salah satu produsen dan tidak dikendalikan secara rasional, akan dapat merugikan konsumen maupun para produsen semen yang bersaing. Penegakan hukum bagi

<sup>9</sup> Rezmia Febrina, “Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha”, *Jurnal Selat*, no. 2 (2017): 235-249.

					Usaha ?	kegiatan jual rugi mutlak diperlukan agar menciptakan keadilan, kepastian hukum dan manfaat hukum <sup>10</sup>
5.	Praktik Jual Rugi (Predatory Pricing) Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha	Jurnal	Mada, I Dewa Gede Riski, dan A.A Sri Indrawati	2013	dampak praktik jual rugi dalam persaingan usaha, dari jangka pendek sampai jangka panjang. Dan juga akan dijelaskan mengenai akibat hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan praktik jual rugi	Dalam jangka pendek, jual rugi sangat menguntungkan konsumen, Meskipun jual rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan cara penetapan harga rendah dapat menguntungkan konsumen, namun keuntungan tersebut hanya untuk beberapa waktu saja, karena setelah jangka waktu tertentu, dimana sejumlah pelaku usaha pesaing tersingkir dari pasar, konsumen justru akan dirugikan setelah pelaku usaha menetapkan

<sup>10</sup> Thoriq Husein Akbar, "Dugaan Jual Rugi (*Predatory Pricing*) Semen Conch Di Tinjau Dari Perspektif Hukum Persaingan Usaha", *Skripsi*, Jawa Timur: Universitas Jember, 2020

						harga yang sangat tinggi yang mengarah atau dapat merupakan harga monopoli. <sup>11</sup>
6.	Konsep <i>One Regulation and body</i> dalam pengaturan jual rugi di Indonesia	Disertasi	Lusy Kurnia Febriani	2016	Mengkaji tentang konsep pengaturan jual rugi dalam perspektif hukum antidumping dan hukum persaingan usaha di Indonesia	Pengaturan jual rugi dalam perspektif hukum Antidumping (Agreement on Implementation of Article VI of GATT 1994 atau Antidumping Code 1994) dan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia (Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999) kedepan agar tidak terjadi tumpang tindih pengaturan dapat diselesaikan melalui konsep <i>one regulation and one body</i> . <sup>12</sup>
7.	Tinjauan Yuridis <i>Predatory Pricing</i> Oleh Pelaku Usaha Reseller Kartu Paket Internet Ditinjau Dari Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 (Studi: Di Komplek	Artikel	Lesson Sihotang dan Ricky Omega Yosua	2020	Apakah ada indikasi jual rugi ( <i>predatory Pricing</i> )	membuktikan bahwa adanya perjanjian dalam penetapan harga sesuai dengan pasal 5 yang

<sup>11</sup> Mada, I. Dewa Gede Riski, and AA Sri Indrawati. "Praktik Jual Rugi (*Predatory Pricing*) Pelaku Usaha dalam Perspektif Persaingan Usaha." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* (2013).

<sup>12</sup> Lusy Kurnia Febriana, Konsep One Regulation and One Body Dalam Pengaturan Jual Rugi Di Indonesia, *Disertasi*, Malang: Universitas Brawijaya, 2016

	Mmtc Jalan Pancing Medan)					dimana pelaku usaha dilarang untuk membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan atas suatu harga barang dan atau jasa. <sup>13</sup>
8.	Praktik Flash Sale Pada <i>E-Commerce</i> Ditinjau Dari Ketentuan Predatory Pricing Dalam Hukum Persaingan Usaha	Artikel	Billyzard Yossy Luran dan I Made Sarjana	2021	<p>1. Apa saja syarat, unsur, serta konsekuensi dari perbuatan predatory pricing sebagaimana dilarang di dalam ketentuan Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999?</p> <p>2. Apakah praktik flash sale pada <i>E-Commerce</i> yang berkembang di Indonesia termasuk pada perbuatan predatory pricing yang berpotensi</p>	bahwa praktik flash sale tersebut tidaklah dapat dikategorikan sebagai perbuatan predatory pricing yang berpotensi memicu praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. <sup>14</sup>

<sup>13</sup>, Ricky Omega Yosua. "Tinjauan Yuridis *Predatory Pricing* Oleh Pelaku Usaha Reseller Kartu Paket Internet Ditinjau Dari Undang Undang No. 5 Tahun 1999 (Studi: Di Komplek Mmtc Jalan Pancing Medan)." (2020).

<sup>14</sup> Billyzard Yossy Luran dan I Made Sarjana, " *Praktik Flash Sale Pada E-Commerce Ditinjau Dari Ketentuan Predatory Pricing Dalam Hukum Persaingan Usaha*. (Artikel, 2021).

					memicu praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat?	
9.	Indikasi <i>Predatory Pricing</i> Yang Dilakukan Ovo Dengan Cara Burning Money	Artikel	Cinta Rici Rahmawati	2021	Apakah burning money berpengaruh terhadap <i>predatory pricing</i>	Pelaku usaha pesaing mengalami kerugian dan tidak bisa masuk pasar sehingga hal tersebut pasti membuatnya mengalami kerugian atas waktu dan usaha yang telah di investasikan, namun bukan berarti pelaku usaha yang melakukan <i>predatory pricing</i> tidak mengalami kerugian hal tersebut karena pelaku usaha harus mengeluarkan modal yang cukup besar untuk memberikan promo sebesar-besarnya hingga konsumen benar-benar bergantung karena jika tidak maka apabila ia mengentikan masa burning money itu sendiri maka pelaku

						usaha pesaing mempunyai kesempatan untuk masuk kembali. <sup>15</sup>
10	<i>Predatory Pricing: Persaingan Harga Minimarket Dan Gadde-Gadde Dalam Metafora Cerpen</i>	Jurnal	Andi Sri Wahyuni	2015	Bertujuan mengungkap pola penetapan harga produk agresif ( <i>predatory pricing</i> ) yang digunakan minimarket.	Kejadian ini tidak menutup kemungkinan terjadi pada usaha serupa gadde-gadde di Indonesia, akibat kedatangan minimarket yang semakin hari tidak terbendung jumlahnya <sup>16</sup>

<sup>15</sup> Cinta rici Rahmawati, “Indikasi *Predatory Pricing* Yang Dilakukan Ovo Dengan Cara Burning Money”. *Jurist diction*. Jurnal Unair: vol. 4 no. 2, hal 585, (2021).

<sup>16</sup> Andi Sri Wahyuni, “*Predatory Pricing: Persaingan Harga Minimarket Dan Gadde-Gadde Dalam Metafora Cerpen*”, *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*. Vol. 6 no. 2. Hal 173-340, (2015).

Dari beberapa hasil kajian pustaka terdahulu di atas, maka dapat digambarkan beberapa persamaan dan perbedaannya. Persamaan penelitian yang akan penulis teliti dengan skripsi dan jurnal terdahulu sama-sama meneliti tentang permasalahan dalam jual rugi (*predatory pricing*) dan membahas *e-commerce*. Maka dalam penelitian ini, penulis akan berfokus pada tinjauan fiqh muamalah, serta mengaitkannya dengan undang undang dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan kajian pustaka.

## **B. Landasan Teori**

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan metodologis yang akurat dan kuat, maka peneliti akan menjelaskan kerangka teoritis yang berkaitan dengan obyek penelitian yang digunakan sebagai landasan.

### **1. Konsep dasar fiqh Muamalah**

Kata fiqh berasal dari kata arab *al-fiqh* berarti mengerti, tahu atau paham. Sedangkan menurut istilah, fiqh dipakai dalam dua arti: dalam arti ilmu hukum (*jusiprudence*) dan dalam arti hukum itu sendiri (*law*). Dalam arti pertama, fiqh adalah ilmu hukum islam, yaitu suatu cabang studi yang mengkaji norma-norma syariah dalam kaitannya dengan tingkah laku konkret manusia. Dalam pengertian kedua, fiqh adalah hukum Islam itu sendiri, yaitu kumpulan norma-norma atau hukum-hukum syara" yang mengatur tingkah laku manusia, baik hukum-hukum itu ditetapkan langsung di dalam Al-Qur"an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW maupun

yang merupakan hasil ijtihad, yaitu interpretasi dan penjabaran oleh para ahli hukum Islam (*fuqaha*) terhadap kedua sumber tersebut.<sup>17</sup>

Hal ini berbeda dengan syariah yang berarti jalan yang digariskan Tuhan menuju kepada keselamatan atau lebih tepatnya jalan menuju Tuhan.<sup>18</sup> Syariah digunakan dalam arti luas dan arti sempit. Dalam arti luas syariah dimaksudkan sebagai keseluruhan ajaran agama dan norma-norma yang dibawa Nabi Muhammad SAW yang mengatur kehidupan manusia baik dalam aspek kepercayaannya maupun dalam aspek tingkah laku praktisnya. Singkatnya syariah adalah ajaran-ajaran agama Islam itu sendiri, yang dibedakan menjadi dua aspek: ajaran tentang kepercayaan (akidah) dan ajaran tentang tingkah laku (*amaliah*). Dalam hal ini, syariah dalam arti luas identik dengan *asy-syar* (syarak) dan *ad-din* (agama Islam). Dalam arti sempit, syariah merujuk kepada aspek praktis (*amaliah*) dari syariah dalam arti luas, yaitu aspek yang berupa kumpulan ajaran atau norma yang mengatur tingkah laku konkret manusia. Syariah dalam arti sempit inilah yang lazimnya di identikkan dan diterjemahkan sebagai hukum islam. Hanya saja, syariah dalam arti sempit ini lebih luas dari sekedar hukum pada umumnya, karena syariah dalam arti sempit tidak saja meliputi norma hukum itu sendiri, tetapi juga norma etika atau kesusilaan, norma sosial dan norma keagamaan seperti ibadah yang diajarkan Islam.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah: Studi Tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010). 5

<sup>18</sup> *Ibid*, h.4

<sup>19</sup> *Ibid*, 4-5

Oleh karena itu perlu kiranya disampaikan tentang Persamaan antara fiqh dan Syariat sebagai berikut:

1. Sama-sama aturan hukum yang berasal dari Al-Qur'an dan hadits
2. Sama-sama aturan hukum yang diterapkan kepada umat manusia

Adapun Perbedaan antara Fiqh dengan Syariat:

1. Syariat terdapat dalam Al-Qur'an dan kitab-kitab hadits sedangkan fiqh terdapat dalam kitab-kitab fiqh, yaitu pemahaman manusia yang memenuhi syarat tentang syariat dan hasil pemahaman itu.
2. Syariat bersifat fundamental dan mempunyai ruang lingkup yang lebih luas karena di dalamnya, oleh banyak ahli dimasukkan juga akidah dan akhlak. Fiqh bersifat instrumental, ruang lingkungannya terbatas pada hukum yang mengatur perbuatan manusia, yang biasanya disebut sebagai perbuatan hukum.
3. Fiqh sifatnya lokalitas, artinya berlaku hanya pada tempat/wilayah tertentu sedangkan syariat bersifat universal.
4. Fiqh adalah karya manusia yang bisa berubah dari waktu ke waktu, sedangkan syariat tidak akan pernah mengalami perubahan sampai hari kiamat karena ciptaan Tuhan dan ketentuan Rasulnya.

5. Syariat hanya satu, sedangkan fiqih mungkin lebih dari satu seperti terlihat pada aliran-aliran hukum yang disebut dengan istilah mazhab-mazhab itu.
6. Syariat menunjukkan kesatuan dalam Islam, sedangkan fiqih menunjukkan keragamannya.<sup>20</sup>

Adapun Kata Muamalah berasal dari bahasa arab diambil dari kata (الْعَمَلُ) yang merupakan kata umum untuk semua perbuatan yang dikehendaki mukallaf. Kata ini menggambarkan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dengan seseorang atau beberapa orang dalam memenuhi kebutuhan masing-masing. Sedangkan Fiqih Muamalah secara terminologi didefinisikan sebagai hukum-hukum yang berkaitan dengan tindakan hukum manusia dalam persoalan-persoalan keduniaan. Misalnya dalam persoalan jual beli, hutang-piutang, kerjasama dagang, perserikatan, kerjasama dalam penggarapan tanah, sewa-menyewa dan lain-lain.<sup>21</sup>

Muamalah adalah hubungan antara manusia dalam usaha mendapatkan alat-alat kebutuhan jasmaniah dengan cara sebaik-baiknya sesuai dengan ajaran-ajaran dan tuntutan agama.<sup>22</sup> Agama Islam memberikan norma dan etika yang bersifat wajar dalam usaha mencari kekayaan untuk memberi kesempatan pada perkembangan hidup manusia di bidang muamalah dikemudian hari. Islam juga memberikan tuntutan

---

<sup>20</sup> Arfin Hamid, *Membumikan Ekonomi Syariah di Indonesia (Perspektif Sosioyuridis)*, (Jakarta, Elsas, 2006), 45

<sup>21</sup> Nasrun Haroen, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), 1.

<sup>22</sup> *Ibid*, 3.

supaya perkembangan itu jangan sampai menimbulkan kesempitan-kesempitan salah satu pihak dan kebebasan yang tidak semestinya kepada pihak lain.<sup>23</sup>

Sedangkan Hukum Muamalah adalah hukum yang mengatur tentang hak dan kewajiban dalam masyarakat untuk mencapai Hukum Islam, meliputi hutang-piutang, sewa-menyewa, jual beli dan lain sebagainya.<sup>24</sup> Dengan kata lain masalah muamalah ini diatur dengan sebaik-baiknya agar manusia dapat memenuhi kebutuhan tanpa memberikan mudhorat kepada orang lain.<sup>25</sup> Adapun yang termasuk dalam muamalah antara lain tukar-menukar barang, jual beli, pinjam-meminjam, upah kerja, serikat dalam kerja dan lain-lain. Dari definisi di atas dapat dipahami Fiqih Muamalah adalah pengetahuan tentang kegiatan atau transaksi yang berdasarkan hukum-hukum syariat, mengenai perilaku manusia dalam kehidupannya yang diperoleh dari dalil-dalil Islam secara rinci. Sehingga Fiqih Muamalah adalah keseluruhan kegiatan muamalah manusia berdasarkan hukum-hukum Islam yang berupa peraturan-peraturan yang berisi perintah atau larangan seperti wajib, sunah, haram, makruh dan mubah. Hukum-hukum fiqih terdiri dari hukum-hukum yang menyangkut urusan Ibadah dalam kaitannya dengan hubungan vertikal

---

<sup>23</sup> *Ibid*, 8.

<sup>24</sup> *Ibid*, 44.

<sup>25</sup> Nazar Bakri, *Problematika Pelaksanaan Fiqih Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1994), 57.

antara manusia dengan Allah dan urusan muamalah dalam kaitannya dengan hubungan horizontal antara manusia dengan manusia lainnya.<sup>26</sup>

## 2. Konsep jual rugi (*Predatory Pricing*)

Jual rugi (*predatory pricing*, yakni dengan cara menetapkan harga<sup>27</sup> yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya, karena tidak mampu lagi untuk bersaing.<sup>28</sup>

Menurut teori ekonomi, jual rugi adalah suatu keadaan dimana pelaku perdagangan menetapkan harga jual barang dan/atau jasa yang dihasilkannya di bawah biaya total rata-rata. Seorang pelaku ekonomi hanya memperoleh keuntungan jika dapat menetapkan harga jual barang dan/atau jasa yang dihasilkannya di atas biaya total rata-rata, atau hanya dapat mencapai titik impas jika harga ditetapkan persis sama dengan biaya total rata-rata. Harga yang tertera dibawah harga. Harga total rata-rata (ATC) masih bisa disebut harga wajar jika berada di atas biaya variabel rata-rata (*Average Variable Cost*), karena dalam kondisi seperti ini masih berguna bagi pelaku komersial untuk memproduksi, meskipun tidak masuk akal ganti peralatan dari modal yang rusak. Jika seorang pelaku komersial memproduksi dengan harga yang lebih rendah dari harga variabel rata-rata (AVC), maka dapat dikatakan harga tersebut sudah tidak wajar lagi, dan

---

<sup>26</sup> Hendi Suhendi, *Fikih Muamalah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), 65

<sup>27</sup> Basu Swasta DH dan Irawan, *Asas-asas Marketing* (Yogyakarta: Liberty, 1964), 147.

<sup>28</sup> Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), 435.

jual rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut dapat dicurigai mempunyai maksud tertentu.<sup>29</sup>

Menjual rugi dapat digambarkan ketika sebuah perusahaan yang memiliki posisi dominan atau kemampuan finansial yang besar (*deep pocket*) menjual produknya di bawah harga pokok produksi untuk mengusir pesaing keluar dari pasar. Setelah memenangkan persaingan, perusahaan akan menaikkan harga di atas harga pasar lagi dan mencoba untuk menutup kerugiannya dengan mengambil keuntungan dari harga monopoli (karena pesaingnya telah keluar dari pasar).<sup>30</sup>

Jual rugi dalam konteks persaingan komersial adalah tindakan pemain komersial, yang biasanya menempati posisi dominan atau, sebagai pemain komersial mapan, menetapkan harga yang tidak menguntungkan secara ekonomi dalam jangka waktu yang lama. Tindakan ini dapat menyebabkan pesaing dikeluarkan dari pasar yang relevan atau pemain komersial lainnya dicegah memasuki pasar.<sup>31</sup>

Dalam jangka pendek, menjual dengan kerugian sangat menguntungkan bagi konsumen, tetapi setelah pesaing tersingkir dan pendatang baru potensial dihalangi, pengecer dominan atau pengecer saat ini mengharapkan untuk menaikkan harga secara signifikan. Pada umumnya harga yang ditetapkan untuk menutupi kerugian adalah harga

---

<sup>29</sup> Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), 160.

<sup>30</sup> *Ibid.*, 157.

<sup>31</sup> *Ibid.*, 158.

monopoli (yang lebih tinggi), sehingga dapat merugikan konsumen. Praktek ini merupakan cara untuk memaksimalkan pendapatan dan menutupi kekurangan yang terjadi saat menjual dengan rugi.

Menjual rugi bukan berarti menghilangkan pelaku usaha pesaing. Oleh karena itu, tujuan pelaku usaha atau dagang yang menjual secara merugi perlu diperhatikan, dan diselidiki secara seksama. Mitra bisnis dapat dianggap memasok barang atau jasa untuk menetapkan harga dasar ketika harga yang mereka tetapkan oleh mitra bisnis lainnya. Jadi ini harus dilakukan secara *horizontal comparison*. Pelaku perdagangan yang menawarkan benda atau jasa dengan harga sangat rendah dapat diduga ingin menghilangkan dan melikuidasi usaha pesaingnya dari pasar bersangkutan apabila harga yang menentukan besarnya keuntungan yang di miliki atau diperoleh lebih rendah.

### **3. Jual Rugi dalam Perspektif UU No.5 Tahun 1999 dan Fiqh**

Dalam UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menegaskan bahwasanya demokrasi ekonomi di bidang ekonomi menghendaki adanya kesempatan yang sangat sama bagi seluruh rakyat indonesua untuk berpartisipasi dalam proses pabrikan dan pemasaran benda dan jasa dengan cara yang baik, efektif dan efisien untuk berpartisipasi. Iklim bisnis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan berfungsinya ekonomi pasar.

Sesuai dengan tujuan Undang-Undang tersebut yaitu menciptakan iklim usaha yang kondusif dengan mengatur persaingan usaha yang tidak sehat, guna menjamin kepastian peluang usaha yang sama untuk pelaku perusahaan besar, dan pemilik usaha kecil, UU No. 5 Tahun 1999 mengatur berbagai perilaku atau kegiatan yang tidak boleh dilakukan dan dapat menimbulkan persaingan tidak sehat.<sup>32</sup>

Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Pasal 20 UU menyebutkan bahwa: “*pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.*”

Pasal 20 tersebut dapat diuraikan ke dalam beberapa unsur, sebagai berikut:<sup>33</sup>

#### 1. Unsur Pelaku Usaha

Pengertian pelaku usaha sebagai mana dimaksud dalam Pasal 1 angka 5 adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri

---

<sup>32</sup> Abdul R. S., *Hukum Bisnis untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus* (Jakarta: Kencana Prenada, 2008), 226.

<sup>33</sup> Mustafa K. R., *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), 159-162.

maupun bersama-sama melalui perjanjian, meyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.

## 2. Unsur Pemasokan

Pengertian memasok sebagaimana dimaksud dalam penjelasan Pasal 15 adalah menyediakan pasokan, baik barang maupun jasa, dalam kegiatan jual beli, sewa menyewa, sewa beli, dan sewa guna (leasing).

## 3. Unsur Barang

Pengertian barang menurut Pasal 1 angka 16 adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.

## 4. Unsur Jasa

Konsep layanan menurut pasal 1 nomor 17 ialah setiap pelayanan berupa pekerjaan atau kinerja yang dipertukarkan dalam masyarakat untuk kepentingan konsumen atau pelaku komersial.

## 5. Unsur Jual Rugi

Jual rugi adalah harga jual yang ditetapkan oleh pelaku usaha di bawah biaya pasar. berdasarkan teori ekonomi, jual rugi adalah suatu kondisi di mana suatu pelaku usaha menetapkan

harga jual dari barang dan/atau jasa yang diproduksinya di bawah biaya total rata-rata (*Average Total Cost*).

6. Unsur harga yang sangat rendah

Harga yang rendah adalah harga yang sangat rendah yang ditetapkan oleh aktor komersial.

7. Dengan maksud

Kesengajaan berarti kegiatan yang dilakukan dengan cara keinginan atau tujuan.

8. Unsur Menyingkirkan atau mematikan

Menyingkirkan atau mematikan berarti mengeluarkan atau menyingkirkan pelaku usaha pesaing dari pasar bersangkutan atau menjadi tutup usahanya.

9. Unsur Usaha Pesaing

Perusahaan yang bersaing ialah pelaku usaha lain dalam pasar relevan yang sama.

10. Unsur Pasar

Menurut Pasal 1 angka 9 pengertian pasar adalah lembaga ekonomi di mana para pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan atau jasa.

11. Unsur Pasar Bersangkutan

Pengertian pasar bersangkutan adalah pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku

usaha atas barang dan atau jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan atau jasa tersebut.

## 12. Unsur Praktek Monopoli

Pengertian praktek monopoli menurut Pasal 1 angka 2 adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasanya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.

## 13. Unsur Persaingan Usaha Tidak Sehat

Pengertian persaingan usaha tidak sehat menurut Pasal 1 angka 6 adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

Selain Pasal 20, larangan penetapan harga juga terdapat dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan penetapan harga di bawah harga pasar. Namun, Pasal 7 dan Pasal 20 diterapkan secara berbeda oleh KPPU secara kasus per kasus, tergantung pada faktanya. Pasal 7 mensyaratkan perjanjian dengan pesaing komersial untuk menetapkan harga di bawah pasar, sedangkan Pasal 20 tidak menentukan syarat-syarat perjanjian. Mengawasi UU no. 5

Tahun 1999 maka pada tahun 2000 KPPU dibentuk sebagai badan independen yang diamanatkan oleh UU No. 5/1999 untuk mengawasi pelaksanaan undang-undang tersebut. Salah satu tugas KPPU dalam Pasal 35 adalah menghimpun pedoman dan/atau publikasi yang berkaitan dengan pelaksanaan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.<sup>34</sup>



---

<sup>34</sup> Suyud Margono, *Hukum Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat* (Jakarta: PT Sinar Grafika, 2009), 127.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Metode yang dipakai dalam tulisan ini adalah metode penelitian kualitatif. Jenis penelitian menggunakan suatu set prosedur yang sistematis untuk mengembangkan suatu teori secara induktif tentang suatu fenomena dan yang di manfaatkan untuk penelitian kualitatif. Metode ini dimulai dari suatu pernyataan yang masih kabur dan akhirnya menghasilkan teori yang dikumpulkan dari berbagai data. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen<sup>35</sup> maka, metode yang digunakan peneliti dengan cara pengamatan untuk melihat kenyataan yang terjadi di *e-commerce* yang ada di Indonesia.

Pendekatan yang digunakan oleh penelitian ini ialah pendekatan Normatif untuk mengeksplorasi mengenai jual rugi (*predatory pricing*) yang dilakukan oleh penjual di *e-commerce* di Indonesia yang melakukan praktek jual rugi (*predatory pricing*), dan melihat dari sudut pandang Hukum Islam dan Undang-undang yang berlaku di Indonesia.

---

<sup>35</sup> Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* ( Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), 5.

## **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini melihat dari *e-commerce* yang ada di Indonesia yang mana di dalam nya memperlihatkan penjualan barang fashion, elektronik dan melihat kasus *predatory pricing*. Dan terdapat pelaku jual rugi (*predatory pricing*) yang mana itu di larang oleh Undang-undang yang berlaku di Indonesia.

## **C. Informan Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menetapkan informan dari berbagai *e-commerce* yang ada di Indonesia yaitu shopee, tokopedia, dan lazada. Dan yang menjadi informan 10 informan dari berbagai macam *E-commerce* yang ada di Indonesia. Dari informan itulah mendapat informasi yang bisa mendukung penelitian ini.

## **D. Teknik Penentuan Informan**

Teknik penentuan informan yang digunakan penelitian ini yang sering digunakan oleh peneliti kualitatif lainnya yaitu menggunakan teknik ( *purposive sampling* ) yaitu teknik pengambilan sampel yang mempertimbangkan hal hal tertentu dalam pengambilan sampelnya. Karena dibutuhkan informasi yang amat sangat spesifik untuk bisa menghasilkan penelitian yang baik, karena pada penelitian ini membahas tentang jual rugi yang

dilakukan oleh penjual di *e-commerce* yang melihat dari Undang-Undang di Indonesia dan Hukum Islam.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah awal dari peneliti untuk menemukan hal-hal yang berkaitan dengan objek penelitiannya. Teknik pengumpulan data dari penelitian ini dilakukan melalui metode wawancara dan pengamatan. Dan juga menggunakan studi kasus terhadap undang undang di Indonesia dan Hukum Islam maka setelah terkumpul hasil penelitaian akan dianalisis oleh peneliti.

#### **F. Keabsahan Data**

Keabsahan data yang digunakan yaitu Triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Triangulasi dibedakan menjadi tiga macam, yaitu triangulasi teknik, triangulasi sumber dan triangulasi teori.<sup>36</sup> Triangulasi teknik berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Triangulasi sumber berarti peneliti menggunakan sumber yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dengan teknik yang sama. Triangulasi teori dilakukan dengan membandingkan hasil akhir penelitian yang

---

<sup>36</sup> *Ibid.*, 330

berupa rumusan informasi dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari dari subjektivitas peneliti atas temuan yang dihasilkan.<sup>37</sup> Adapun dalam penelitian ini menggunakan triangulasi dengan sumber, berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Lalu yang kedua triangulasi teknik yang dilakukan dengan cara membandingkan data hasil angket, tes, dan data hasil wawancara serta dokumentasi.

#### **G. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dari penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain<sup>38</sup> berfokus pada pelaku jual rugi (*predatory pricing*) yang bergerak aktif di *e-commerce* yang ada di Indonesia.

---

<sup>37</sup> Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradikma Baru*, (Bandung: Remaja. Jogjakarta: Ar-ruz media, t.t.), hal 165

<sup>3838</sup> Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif...* , 248.

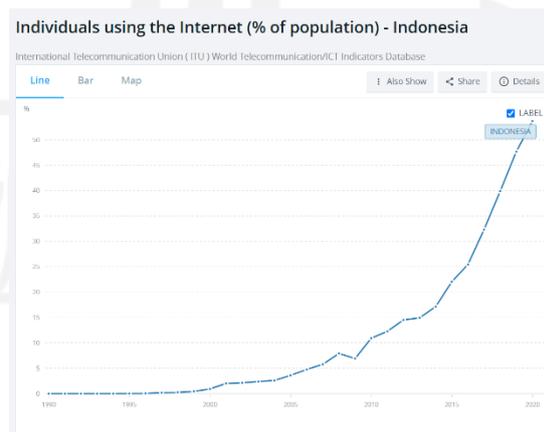
## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. HASIL PENELITIAN

##### 1. Perkembangan *E-Commerce* di Indonesia

Munculnya *e-commerce* di Indonesia didasari dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat. Tanpa terkecuali pada sektor telekomunikasi atau yang kita kenal dengan kata internet. Perkembangan teknologi internet ini berdampak besar bagi kehidupan manusia yang salah satunya pada bidang ekonomi. Awal masuknya internet ke Indonesia ialah pada tahun 1999 dan seiring berjalannya waktu terus semakin berkembang dengan pesat. Hal ini pula yang menjadi dasar muncul dan berkembangnya *e-commerce* di Indonesia. Adapun data pengguna internet di Indonesia dari tahun 1999 sampai tahun 2020, sebagai berikut:



**Gambar 4.1.** Pengguna Internet di Indonesia dari tahun 1999 sampai 2020

( Sumber: *International Telecommunication Union (ITU) World Telecommunication (Telecommunication)* )

Berdasarkan gambar diatas, dapat disimpulkan bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 1999 sekitar 0,4 % dari jumlah seluruh populasi penduduk Indonesia. Sementara pada tahun 2020, banyaknya penduduk yang menggunakan internet di Indonesia adalah 54% dari jumlah seluruh populasi penduduk di Indonesia. Menurut Kemendagri melalui Direktorat Jendral Dukcapil, jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2021 sebanyak 273 juta jiwa. Sementara pada tahun 1999 jumlah penduduk Indonesia ialah 208 juta jiwa. Artinya, kini sekitar 147 juta penduduk Indonesia telah menggunakan internet. Dapat dilihat pula pada gambar diatas, bahwa kenaikan penggunaan internet yang cukup signifikan dimulai pada tahun 2014.<sup>39</sup>

*E-commerce*, pada tahun 1999 sampai 2005 tidak terlalu diminati oleh masyarakat Indonesia, mayoritas masih melakukan transaksi jual beli secara konvensional. Namun, pada tahun berikutnya *e-commerce* mulai diminati dan banyak situs jual-beli online muncul dan melakukan banyak promosi. Di *e-commerce* kita dapat menemukan banyak sekali produk. Masyarakat dapat menemukan barang yang ukurannya kecil sampai dengan ukuran besar sekali pun. Selain itu, untuk bertransaksi di *e-commerce*, kita dapat dengan mudah melakukannya dimana saja, begitu pula layanan yang diberikannya sangat mudah dan memberikan keamanan kepada pembeli. Namun dengan jaminan yang diberikan oleh pihak *e-*

---

<sup>39</sup> International Telecommunication Union ( ITU ) World Telecommunication/ICT Indicators Database, dikutip dari <https://data.worldbank.org/> diakses pada tanggal 1 Agustus 2022 pukul 11.25 WIB.

*commerce* mengenai keamanan bertransaksi didalamnya, pernah terjadi sebuah kasus pada tahun 2013 banyaknya masyarakat yang menjadi korban penipuan melalui *e-commerce*. Penipuan ini terjadi setelah pembeli melakukan pembayaran, tetapi ternyata barangnya tidak kunjung datang ke alamat tujuan.<sup>40</sup> Adapun kasus-kasus penipuan yang tersebar melalui media sosial, ialah sebagai berikut:

Tabel 1  
Contoh Daftar Penipuan Melalui *E-commerce*

<i>E-commerce</i>	Tempat dan Tanggal Kejadian	Modus yang Dilakukan
TokoBagus.com	Ambon, 24 Desember 2013	Penipuan atas penjualan PS3 dengan harga senilai Rp. 1.900.000.
KASKUS	13 Desember 2013	Penipuan atas penjualan kamera.
GoJek	Yogyakarta, 11 November 2015	Maraknya penipuan yang mengatasnamakan PT. GoJek.
KASKUS	13 September 2015	Penipuan berupa pembayaran rekening bersama BlackPanda

Sumber: Merdeka.com

Badan Pusat Statistik pada tahun 2020 menjelaskan bahwa pada *e-commerce* setiap tahunnya terjadi peningkatan jumlah pengusaha baru. Pada rentan tahun 2017 sampai dengan 2019 tercatat sekitar 45,93% usaha baru mulai beroperasi dan hanya 15,49 diantaranya yang telah beroperasi

<sup>40</sup> Mustajibah, T., Trilaksana, A., “Dinamika E-Commerce Di Indonesia Tahun 1999-2015”, *Ejournal Pendidikan Sejarah*, Vol. 10, no. 3 (2021).

lebih dari 10 tahun. Hal ini berarti, jumlah pengusaha baru setiap tahun bertambah melalui *e-commerce*.<sup>41</sup>

## 2. Perilaku Bisnis Jual Rugi (*Predatory Pricing*) Pada *E-Commerce* di Indonesia

Saat berlangsungnya pandemi Covid-19 yang lalu, terjadilah peningkatan jual beli pada *e-commerce* yang ada di Indonesia. Dikarenakan terjadinya pembatasan mobilitas masyarakat dan menyebabkan masyarakat memanfaatkan transaksi yang dilakukan secara *online* tersebut.

Banyak macam *e-commerce* yang ada di Indonesia, salah satunya sebagai berikut:

### 1. Shopee

Shopee merupakan situs elektronik komersial yang berkantor pusat di Singapura dan dimiliki oleh Sea Limited atau yang dulu dikenal dengan Garena. Shopee diluncurkan pertama kali pada tahun 2015 di Singapura. Awalnya, shopee merupakan *e-commerce Consumer to Consumer (C2C)*. Shopee meluncurkan Shopee Mall yang merupakan platform toko daring yang diperuntukkan brand ternama. Semenja peluncuran Shopee Mall inilah, shopee beralih ke model *hybrid C2C* dan *Business to Consumer (B2C)*.

---

<sup>41</sup> Lamgiat siringoringo, *Diskon di e-commerce memacu pertumbuhan konsumsi saat pandemi*. (kontan.co.id. 08 Maret 2021).



**Gambar 4.2.** Logo *E-Commerce* Shopee

(Sumber: Shopee Careers.co.id)

Shopee memiliki luas jangkauan beberapa negara di Asia Tenggara ialah Malaysia, Indonesia, Taiwan, Vietnam dan Filipina. Pada tahun 2019 mulai aktif di negara Brazil. Pada tahun 2017 tercatat 80 juta unduhan aplikasi dengan lebih dari 4 juta penjual dan lebih dari 180 juta produk aktif. Pada tahun ini pula Shopee melaporkan nilai perdagangan brutonya yang naik sebesar 206 % dari tahun sebelumnya.

Shopee Indonesia pada April 2020, mulai mempromosikan penjualan makanan siap saji di platformnya. Pada ShopeeFOOD ini, menjadikannya pemain ketiga dan bersaing dengan dua platform penyaji penjualan makanan yang sama. ShopeeFOOD telah merekrut lebih dari 500 penjual makanan di wilayah Jakarta.<sup>42</sup>

## 2. Tokopedia

Tokopedia merupakan salah satu perusahaan internet Indonesia yang mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Tokopedia diluncurkan pada 17 Agustus 2009 dibawah PT Tokopedia. PT Tokopedia ini didirikan

---

<sup>42</sup> Shopee Careers, dikutip dari <https://careers.shopee.co.id/about> diakses pada hari rabu tanggal 25 November 2022 jam 01.21 WIB.

oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada tanggal 6 Februari 2009. Tokopedia juga sudah bertransformasi menjadi perusahaan *unicorn*.

The image shows the Tokopedia logo, which consists of the word "tokopedia" in a lowercase, green, sans-serif font. The logo is centered within a light gray, rounded rectangular frame. In the background, there is a faint watermark of the logo of Universitas Indonesia (UI), featuring a stylized green and white emblem with the text "UNIVERSITAS INDONESIA" around it.

**Gambar 4.3.** Logo *E-Commerce* Tokopedia

(Sumber: tokopedia.com)

Tokopedia merupakan salahsatu *e-commerce* yang banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia. Tokopedia pun mendukung pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan perseorangan dengan membantu memasarkan produk mereka secara daring dengan dibantu pula oleh Pemerintah dan pihak lainnya. MAKERFEST salah satunya yang menjadi acara tahunan yang terjadi karena kolaborasi tersebut dan telah diadakan sejak bulan Maret 2018.

Pada 17 Mei 2021, Tokopedia bersama Gojek resmi merger dan membentuk GoTo. GoTo ini berasal dari singkatan antara Gojek dan Tokopedia serta berasal dari kata gotong-royong. Selain itu, pada tahun 2016, Tokopedia juga menghadirkan profuk teknologi finansial yang terdiri didalamnya ialah dompet digital, kredit modal bisnis, investasi

terjangkau, kartu kredit virtual, investasi skoring kredit berdasarkan data untuk produk pinjaman, produk proteksi dan lainnya.<sup>43</sup>

### 3. Lazada

Lazada merupakan *e-commerce* Asia Tenggara yang dimiliki oleh Alibaba Group. Lazada ini didirikan pada tahun 2012 oleh Rocket Internet dan Pierre Poignant.



**Gambar 4.4.** Logo *E-Commerce* Lazada

(Sumber: Lazada.co.id)

Lazada group mengoperasikan situsnya di beberapa negara di Asia Tenggara, yaitu di Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand dan Vietnam.<sup>44</sup>

### 4. Bukalapak

Pada tanggal 10 Januari 2010, Bukalapak didirikan oleh Achmad Zaky, Fajrin Rasyid dan Nugroho Herucahyono, yang kalau itu mereka masih berkuliah di Institut Teknologi Bandung.

<sup>43</sup> Tokopedia, dikutip dari <https://www.tokopedia.com/about/>, diakses pada hari jum'at tanggal 25 November 2022 pada jam 01.24 WIB

<sup>44</sup> lazada profil, dikutip dari <https://www.lazada.co.id/about/>, diakses pada hari jum'at tanggal 25 November 2022 pada jam 01.30 WIB



**Gambar 4.5.** Logo Bukalapak

(Sumber: bukalapak.com)

PT. Bukalapak.com, Tbk., ialah salah satu perusahaan pada bidang perdagangan elektronik di Indonesia. Bukalapak ini yang berawal dari terbentuknya grup *brand shopping* lokal Indonesia yang memungkinkan para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bisa memulai merambah ke dunia maya atau internet. Hingga kini, Bukalapak berperan aktif membantu penjual warung tradisinonal untuk meningkatkan penjualan bisnis nya melalui layanan Mitra Bukalapak. Terhitung tahun 2017, Bukalapak termasuk ke dalam *startup unicorn* Indonesia.<sup>45</sup>

Transaksi jual beli pada *e-commerce* ini meningkat dikarenakan hal tersebut membantu pemenuhan kebutuhan masyarakat menjadi lebih praktis dikala pandemi. Namun, peningkatan transaksi ini terjadi pula dikarenakan adanya “pesta diskon” yang diadakan oleh *e-commerce* tersebut. Pesta diskon ini dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat, karena sangat membuat dalam hal pengurangan dana pengeluaran untuk

---

<sup>45</sup> Bukalapak, dikutip dari <https://www.bukalapak.com/about>, diakses pada hari jum'at tanggal 25 November 2022 pada jam 01.27 WIB

kebutuhan sehari-hari. Namun, sangat disayangkan, praktik “pesta diskon” yang *e-commerce* adakan ini. Seperti yang dipaparkan oleh Muhammad Lutfi, Mantan Menteri Perdagangan Indonesia dalam konferensi pers rapat kerja Kemendag (Kamis, 4 Maret 2021), “Soal harga itu kesepakatan penjual dan pembeli, tetapi urusan diskon akan kita regulasi. Jadi tidak bisa sembarangan dengan alasan diskon perusahaan-perusahaan digital ini memberikan diskon yang sebenarnya *predatory pricing*.”<sup>46</sup>

Presiden kita bapak Jokowi pun merasakan adanya indikasi tidak baik. Begitupun dijelaskan bahwa adanya laporan mengenai praktik *predatory pricing* yang tidak sesuai dengan aturan perdagangan. Yang menjalankan praktik *predatory pricing* tersebut, datang dari perusahaan multinasional atau yang mendunia. Dalam kasus jual rugi pada *e-commerce* ini menyebabkan banyaknya produk impor menerapkan diskon yang besar, yang berarti harga yang ditetapkan menjadi sangat rendah. Tentunya hal ini menyebabkan matinya usaha para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Adapun contohnya, pelaku usaha UMKM yang kegiatan berjualannya produk hijab Indonesia yang turut mati diakibatkan tidak dapat bersaing dengan produk hijab impor yang menerapkan praktik *predatory pricing* ini.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Ferdi Lantung, *Dinilai bunuh UMKM, pesta diskon di marketplace bakal diatur pemerintah*. (IDX channel.com. 05 Maret 2021).

<sup>47</sup> Ferry Sandi, *Apa itu predatory pricing yang disebut Jokowi bunuh UMKM?*. (CNCB Indonesia, 05 Maret 2021)

Untuk melihat indikasi suatu toko/*seller* melakukan praktik jual rugi yang merupakan *predatory pricing* ialah awalnya praktik ini akan memberikan keuntungan besar kepada konsumen, dikarenakan *seller* menetapkan harga rendah untuk produknya, sehingga hal tersebut dapat menyebabkan para pesaingnya tidak akan bertahan pada pasar yang sama. Setelah para pesaingnya tidak lagi melakukan kegiatan usahanya, pelaku praktik jual rugi ini akan menaikkan harga tinggi. Hal tersebut adalah upaya untuk menutupi kerugian saat dilakukannya penetapan harga yang sangat rendah.

### **3. Pasal 20 Undang-Undang no. 5 Tahun 1999**

Perlu adanya pemahaman lebih jauh mengenai Pasal 20 Undang-Undang nomor 5 Tahun 1999, yang mana menyatakan bahwa “pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengaibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.”. Pada kasus *e-commerce* ini, bukan berarti bahwa ketika perusahaan memberikan diskon kepada produknya, maka mereka dapat disebut telah melakukan praktik *predatory pricing*. Hal ini karena pada pasal 20 UU no. 5/1999 menegaskan, praktik jual rugi yang dimaksud ialah yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Dijelaskan pula pada Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang nomor 5 Tahun 1999, praktek monopoli yang dimaksud ialah “praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.”. Pasal 1 Angka 6 Undang-Undang nomor 5 Tahun 1999 menjelaskan juga mengenai persaingan usaha, “persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antarpelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.”. Dari kedua pengertian yang ada pada pasal 1 angka 2 dan pasal 1 angka 6 mengenai praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, maka praktik jual rugi yang dilarang dalam pasal 20 ialah usaha yang dilaksanakan secara tidak jujur serta melawan hukum dan akan mengakibatkan menghambatnya persaingan usaha.

#### **4. *Predatory Pricing* Menurut Hukum Islam**

Konsep Islam menekankan bahwasanya pasar harus didasarkan pada prinsip persaingan bebas. Akan tetapi, kebebasan itu mutlak, tetapi kebebasan itu benar dengan hukum syariah. Konsep islam dalam mendalami pasar dapat berperan ampuh dalam kehidupan ekonomi ketika idealitas kewajaran diterapkan secara ampuh. Pasar tidak mengharapkan adanya *intervensi* dari pihak manapun tak terkecuali negara dengan

otoritas penentuan bunga atau *private* sektor dengan monopolistik ataupun lainnya.<sup>48</sup>

Persaingan adalah kondisi nyata yang dihadapi setiap manusia saat ini persaingan dan rivalitas dapat ditanggapi secara positif atau negatif tergantung kepada sikap dan pola pikir ketika memaknai persaingan. Persaingan itupun ialah salahsatu upaya dalam mendapatkan posisi yang tinggi dalam bisnis. Jika jumlah persaingan cukup besar dan seimbang, persaingan akan sangat tinggi oleh karena itu setiap pengusaha memiliki sumber daya relatif sama. Jika jumlah persaingan yang sama tetapi ada perbedaan sumber daya akan terlihat apa yang akan terjadi atau menjadi pemimpin dan pejual mana yang akan menjadi penerus.<sup>49</sup>

Agama islam melihat baik sistem persaingan yang adil tanpa dikotorkan oleh sang praktek monopoli dan penimbunan, suatu persaingan waktu harga barang yang ditentukan sinkron menggunakan kegiatan tawar menawar antara pembisnis dan konsumen tanpa terdapat campur tangan oleh negara. Di dalam global usaha seseorang pengusaha sepertinyanir bisa terbedakan menurut kegiatan persaingan. Istilah yang lain kegiatan satu menggunakan pembisnis yang lain hingga bisa dihindarkan. Para pembisnis harus tahu pada ajaran ajran agama islam dan di anjurkan supaya ummatnya membuat atau melakukanperlombaan pada mencari kepada segala hal, yang termasuk diantaranya pada pembisnis. Lantaran

---

<sup>48</sup> Ahmad Dakhoir, dan Itsla Yunisva Aviva, *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar (Refleksi Pemikiran Ibn Taimiyah)* (Jakarta: Laksbang Pressindo, 2017), hal 6.

<sup>49</sup> Jopie Jusuf, *Analisis Kredit untuk Account Officer* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), hal. 260.

itu, ataupun sedang mengalami syarat persaingan pembisnis islam sanggup berusaha untuk menghadapinya dan tanpa harus merugikan orang orang lain. Agama islam menjadi suatu anggaran hayati yang khas, sudah menaruh anggaran anggaran yang terinci membuat dihindarkan keluarnya pertarungan dampak praktek persaingan yang tidak baik atau sehat.<sup>50</sup>

Didalam melakukan komersial kegiatan untuk pembisnis harus mampu menghadapi persaingan komersial yang biasa terjadi di bisnis. Saat trader kompetitif, tander memiliki sifat cerdas dan berani bersaing pada yang lain. Positif dan oftimis dalam artinya, persaingan dapat menitik beratkan kepada manusia untuk menjadi kemajuan dan kesejahteraan. Kompetisi ini merupakan faktor untuk diri sendiri sekaligus penggalian potensi dalam diri dan pengembangan, mengingat bentuk kompetisi, hingga kompetisi ini tidak hanya bertujuan untuk menang dan meperkalahkan orang lain (lawan).<sup>51</sup>

Islam memberikan kebebasan kepada pasar. Ia menyerahkan harga pasar untuk memainkan perannya secara wajar, sesuai penawaran dan permintaan yang ada. Karena itu ketika harga pasar melonjak di masa Rasulullah SAW, sahat berkata: “wahai Rosullah tentukan harga untuk kami”. Rasulullah SAW menjawab,

---

<sup>50</sup> Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hal, 92.

<sup>51</sup> Muhammad Saman, “Persaingan Industri PT. Pancanata Centralindo Perspektif Etika Bisnis Islam” (*Skripsi*. Universits Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010).

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَلِكٍ قَالَ : قَالَ النَّاسُ : يَا رَسُولَ اللَّهِ غَالَا  
 السِّعْرُنَا، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ  
 الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ وَإِنِّي نَأْرَجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَا  
 لِيَنِّي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ. ( رواه أبو داود )

Dari sahabat Anas, ia menuturkan, sesungguhnya Allah SWT yang menentukan harga, yang mencabut yang membentang, dan yang memberi rizki. Saya sungguh berharap dapat bertemu dengan Allah SWT dalam keadaan tidak seorang pun dari kalian yang menuntutku karena kezaliman dalam masalah darah dan harta. “ (HR. Abu Daud).<sup>52</sup>.

Hadits tersebut menegaskan bahwa Rasulullah mengatakan bahwa intervensi yang mengganggu kebebasan pribadi seorang tanpa adanya kondisi darurat merupakan kezaliman, dan Umar ingin bertemu Allah SWT dalam keadaan bebas dari dampaknya. Akan tetapi bila di pasar telah muncul hal-hal yang tidak wajar seperti monopoli komoditas oleh beberapa seller untuk memainkan harga. Maka pemerintah sebagai institusi formal yang mempunyai tanggung jawab untuk menciptakan kesejahteraan, berhak untuk melakukan intervensi harga ketika terjadi suatu aktivitas yang membahayakan masyarakat umum.

<sup>52</sup> Abu Daud Sulaiman bin al-asy'ats bin al-Azdi al-sijistani. *Sunan Abu Daud*, terj. Sidqi Muhammad Jamil (Beirut Libanon : Dar al-Fuqar, 1994), Hal. 141.

Semakin fleksibel orang dapat mengulik atau mengatur harga dalam jual beli, semakin tinggi pendapatannya. Antara tindakan yang sebagian nakal yaitu orang mencari keuntungan pribadi, bahkan dengan dikorbankan kepentingan umumnya, adlaah menurunkan harga jual benda. Dengan turunnya harga jual benda, banyak pembisnis atau pedagang yang akan turun. Apabila itu bener terjadi, hanya pembisnis yang bermodal tinggi yang bisa mempertahankan hingga menguasaipasarkan market telah di kuasai oleh pedagang pedagang, mereka dengan sangat bebas bermain dalam menentukan harga.

Pedagang yang terlibat dalam penipuan harga, dapat menyebabkan tidak sehatnya persaingan dan mengganggu stabilnya harga di pasar. Hali ini, pemerintah pun berhak memberi perintah kepada pedagang agar menaikkan harga menjadi sesuai dengan harga pasar yang sedang berlaku. Jika menolak. Pemerintahlah yang berhak mengeluarkan pengedar dari pasar itu. Pernah dilakukan oleh Umar bin Al-Khattab ketika ia pergi ke dalam pasar kemudian menemukan bahwasanya habib bib abi balta sedang bernegosiasi dengan pembeli karena menjual arak kering dengan harga yang sangat rendah, untuk itu Umar segera menegurnya: naikkan harga anda atau keluar dari dalam pasar ini.<sup>53</sup>

Praktek persaingan jenis ini seringkali berubah menjadi persaingan tidak baik yang di ujung pada crowding out para pemilik usaha kecil dengan modal seada adanya.

---

<sup>53</sup> *Ibid.*, hal. 189.

Imam Malik berkata: *“siapa yang menurunkan harga pasar harus didorong keluar, yaitu jika ada pelaku komersial yang, karena kepentingan ereka sendiri, menjual di bawah harga dalam pasar, mereka mungkin terpaksa menyesuaikan dirinya denga harga dalam pasar ataupun dipaksa keluar dari pasar.”*<sup>54</sup>

Salah satu pandangan Imam Hambali adalah pendekatan Islami untuk menjaga persaingan yang sehat di pasar. Imam Hambali mengganggu pembelian dari seorang penjual yang menurunkan harganya untuk mencegahny orang orang membeli benda yang mirip dari pesaingnya. Alasannya, ketika barang barang seperti itu dibiarkan turun harganya, maka dari itu penjual yang menjatuhkan harga itu ditempatkan dalam monopoli dan pada akhirnya bisa membuat ketetapan harga sesuka hatinya. Imam Ahmad sangat membenci paraktek semacannya dan membenci kepada pembeli yang berbelanja dari keduabelah pihak maka larangannya dimaksudkan mencegah dua point hal:

1. Mencegah orang mempunyai atau memakan makanan atau barang yang dimiliki oleh dua orang sedang bersaing. Karenanya barang yang dibeli atau yang dimakan pesta dapat membuat puas mereka dan akan semakin menyimpang dari kegiatan yang di benci oleh Allah SWT. Dan utusannya seperti itu.

---

<sup>54</sup> Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), hal, 160.

2. Dengan anda meninggalkan pemberian keduanya dan tidak membelinya dari kedua belah pihaknya, dengarkan anda berdua pada perlokaan yang tidak disukai oleh Allah SWT..

Agama Islam mengawasi dan mengatur dalam pasar secara rinci dan ketat, salah satu lembaga yang harus didirikan oleh Islam untuk mengawasi dalam dunia persaingan pasar ialah hisbah. Namun pada kenyataannya, pengawan pun dapat dilakukan siapa saja, seperti yang diabdikan oleh Rasulullah tentang diperintahkan untuk melawan kejahatan. Sebab pencegahan kemunkaran ini, salah satunya tanggung jawab organisasi atau lembaga hisbah untuk mencegah terjadinya kecurangan, seperti penipuan jual barang yang rusak dan tindakan yang dapat mempengaruhi moral manusia.

## 5. Macam – Macam Akad dan Jual Beli Dalam Islam

Kontrak jual beli menjadi sempurna dengan terjadinya penyerahan barang. Pengakuan untung atau rugi dari salah satu pihak yang tidak berkenan dengan tujuan kontrak adalah tidak sah dan itu berarti membuat kontrak menjadi cacat.<sup>55</sup>

Suatu akad dalam Islam dibagi menjadi beberapa macam, yaitu dari segi keabsahannya menurut syariat dan dari segi penamaannya.<sup>56</sup> Dari segi keabsahannya menurut syariat, dibagi menjadi dua:

<sup>55</sup> Joseph Schacht, *Pengantar Hukum Islam*, Yogyakarta: Islamika, 2003

<sup>56</sup> *Ibid.*, Hal. 67-68.

1. Akad shahih, yaitu yang telah memenuhi rukun dan syaratnya.
2. Akad yang tidak shahih, yang terdapat kekurangan pada rukun dan syaratnya.

Adapun dari segi penamaan, dibagi menjadi dua:

1. Akad-akad yang namanya telah ditentukan sesuai syariat dan telah dijelaskan hukum-hukumnya, seperti jual beli, sewa menyewa, perserikatan, hibah, *al-wakalah*, *wakaf*, *hiwalah*, *ji'alah*, wasiat, dan perkawinan.
2. Akad-akad yang penamaannya ditentukan oleh masyarakat, sesuai dengan kebutuhan sepanjang zaman dan tempat, seperti istisna dan *bai' al-wafa'*.

Fiqh Muamalah, telah mengidentifikasi dan menguraikannya macam macam jual beli, termasuk jenis jual beli yang dilarang oleh Hukum Islam, sebagai berikut:

1. *Bai' al mutlaqah*, yaitu pertukaran antara barang atau jasa dengan uang. Uang berperan sebagai alat tukar. Jual-beli semacam ini menjiwai semua produk-produk lembaga keuangan yang didasarkan atas prinsip jual-beli.
2. *Bai' al muqayyadah*, yaitu jual beli dimana pertukaran terjadi antara barang dengan barang (barter). Aplikasi jual beli semacam ini dapat dilakukan sebagai jalan keluar bagi transaksi ekspor yang tidak dapat menghasilkan valuta asing

(devisa). karena itu dilakukan pertukaran barang dengan barang yang dinilai dalam valuta asing. Transaksi semacam ini lazim disebut *Counter trade*.

3. *Bai' al-sharf*, yaitu jual-beli atau pertukaran antara satu mata uang asing dengan mata uang asing lain, seperti antara rupiah dengan dolar, dolar dengan yen dan sebagainya. Mata uang asing yang diperjualbelikan itu dapat berupa uang kartal (bank notes) ataupun bentuk uang giral (*telegrafic transfer atau mail transfer*).
4. *Bai' al murabahah* adalah akad jual beli barang tertentu. Dalam transaksi jual beli tersebut penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjualbelikan, termasuk harga pembelian dan keuntungan yang diambil.
5. *Bai' al musawamah* adalah jual-beli biasa, dimana penjual tidak memberitahukan harga pokok dan keuntungan yang didapatnya.
6. *Bai' al muwadha'ah* yaitu jual beli dimana penjual melakukan penjualan dengan harga yang lebih rendah daripada harga pasar atau dengan potongan (*discount*). penjualan semacam ini biasanya hanya dilakukan untuk barang-barang atau aktiva tetap yang nilai bukunya sudah sangat rendah.
7. *Bai' as salam* adalah akad jual beli di mana pembeli membayar uang (sebesar harga) atas barang yang telah disebutkan

spesifikasinya, sedangkan barang yang diperjualbelikan itu akan diserahkan kemudian, yaitu pada tanggal yang disepakati. *Bai' as salam* biasanya dilakukan untuk produk-produk pertanian jangka pendek.

8. *Bai' al istishna'* hampir sama dengan *bai' as salam*, yaitu kontrak jual-beli dimana harga atas barang tersebut dibayar lebih dulu tapi dapat diangsur sesuai dengan jadwal dan syarat-syarat yang disepakati bersama, sedangkan barang yang dibeli diproduksi dan diserahkan kemudian.

Dari paparan di atas yang lazim untuk di gunakan dalam bertransaksi adalah berdasarkan prinsip *bai' al murabahah*, *bai' as salam* dan *bai' al istishna'*.<sup>57</sup>

Islam sangat menganjurkan bagi para pelaku usaha untuk adil dalam menetapkan harga sehingga tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan sampai merugikan orang lain. Firman Allah SWT dalam al-Qur'an surat asy-Syu'ara' ayat 183 :

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

“ Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi ”<sup>58</sup>

<sup>57</sup> Zainul Arifin. *Dasa-dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Pustaka Alfabet, 2012, hal. 26-27.

Maka sebagaimana mestinya kita sebagai manusia tidak diperbolehkan untuk merugikan manusia dengan manusia di bumi ini sebab perilaku tersebut di larang oleh Allah SWT.

## B. PEMBAHASAN

Praktik jual rugi pada Ecommerce di Indonesia yang merupakan *predatory pricing* ialah awalnya praktik ini akan memberikan keuntungan besar kepada konsumen, dikarenakan *seller* menetapkan harga rendah untuk produknya, sehingga hal tersebut dapat menyebabkan para pesaingnya tidak akan bertahan pada pasar yang sama. Setelah para pesaingnya tidak lagi melakukan kegiatan usahanya, pelaku praktik jual rugi ini akan menaikkan harga tinggi. Hal tersebut adalah upaya untuk menutupi kerugian saat dilakukannya penetapan harga yang sangat rendah.

Dijelaskan pula pada Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang nomor 5 Tahun 1999, praktek monopoli yang dimaksud ialah “praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.”. Pasal 1 Angka 6 Undang-Undang nomor 5 Tahun 1999 menjelaskan juga mengenai persaingan usaha, “persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antarpelaku usaha

---

<sup>58</sup> Tim Penerjemah Kementerian Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, hal. 73.

dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.”. Dari kedua pengertian yang ada pada pasal 1 angka 2 dan pasal 1 angka 6 mengenai praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, maka praktik jual rugi yang dilarang dalam pasal 20 ialah usaha yang dilaksanakan secara tidak jujur serta melawan hukum dan akan mengakibatkan menghambatnya persaingan usaha.

*Predatory pricing* biasanya dilarang bukan dikarenakan menetapkan harga yang terlalu rendah terhadap produk yang dijualnya sekarang, tetapi dikarenakan di masa yang akan datang pelaku usaha akan berusaha untuk mengurangi produksinya dan menaikkan harga. Oleh karena itu apabila pelaku usaha yang melakukan praktek *predatory pricing*, namun tidak mengurangi produksinya dan juga tidak menaikkan harga, maka mungkin tidak akan terjadi *predatory pricing* yang bertentangan dengan hukum.

Berbuat adil adalah suatu keharusan apalagi dalam kaitannya dengan harga. Harga yang adil menurut Ibnu Taimiyah adalah harga yang setara yaitu harga standar yang berlaku ketika masyarakat menjual barang-barang dagangannya dan secara umum dapat diterima sebagai sesuatu yang setara bagi barang-barang tersebut atau barang-barang yang serupa pada waktu dan tempat yg khusus.<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup> *Ibid.*, hal. 12

Dalam prespektif ekonomi islam, pengembangan nilai dari produk diarahkan bahwa yang menjadi sifat atau kekuatan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia adalah *Maslahah* pada konsumen yang membeli barang dan lainnya. Seperti Seperti yang diungkapkan al-Syatibi, kemaslahatan hanya dapat dicapai dengan memelihara lima unsur pokok kehidupan, yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Untuk itu, setiap pelaku ekonomi seharusnya selalu meningkatkan *Maslahah* yang diperolehnya. Beberapa barang atau jasa akan memiliki masalah yang lebih besar dan yang lainnya memiliki masalah yang lebih kecil, tergantung pada perhatian barang dan jasa tersebut dalam mempertimbangkan unsur-unsur pokok kehidupan. Barang atau jasa yang menjaga unsur-unsur tersebut akan memiliki *Maslahah* yang lebih besar daripada barang atau jasa yang hanya berfungsi sebagai penghias unsur-unsur tersebut. Dengan demikian, konsep *Maslahah* merupakan konsep yang objektif terhadap perilaku konsumen karena ditentukan oleh tujuan (*maqashid*) syariah.

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

jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan pesaing pesaingnya di pasar maka dapat mengakibatkan praktik monopoli dan persaingan tidak sehat.<sup>60</sup> Seperti yang di firmankan oleh Allah SWT dalam al-Qur'an Surah al-Hajj ayat 25:

وَمَنْ يُرِدْ فِيهِ بِأِلْحَادٍ بِظُلْمٍ نُذِقْهُ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ

Artinya : “ dan siapa saja yang bermaksud melakukan kejahatan secara zalim di dalamnya, niscaya akan Kami rasakan kepadanya siksa yang pedih.”<sup>61</sup>

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

“ Dari Said bin al-Musayyab bahwa Umar bin Khattab pernah melewati hatib bin Abu Baltaah yang sedang menjual kismis di pasar lalu Umar bin Khattab berkata kepadanya, : ada dua pilhan untuk dirimu, menaikkan harga atau angkat kaki dari pasar kami”<sup>62</sup>

Umar bin Khattab memerintahkan agar penjual menjual barang dengan harga yang berlaku pada umumnya di pasar. Hal itu dipraktikkan oleh umar ketika mendapatkan penjual yang menjual barang dagangannya

<sup>60</sup> Edwin, Mustafa Nasution, *Pengenalan Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo, 2012), hal.6.

<sup>61</sup> Tim Penerjemah Kementrian Agama RI, al-Qur'an dan Terjemahnya, hal. 58

<sup>62</sup> Imam Malik bin Anas, *al Muwatta*, terj. Takhrij Muhamad Fuad Abdul Baqi (Syam: Darul Hadis, 2005), hal. 450-451.

tidak sama dengan harga orang-orang di pasar yaitu dengan harga di bawah pasar, hal itu membuat mempengaruhi harga pasar menyimpangkannya dari keadaan normal maka Umar bin al-Khattab langsung memerintahkan untuk menjual harga yang wajar.

Islam menyebut jual rugi ialah *siyāsah al-igrāq* yaitu aktivitas perdagangan dengan tingkat harga yang lebih rendah dari harga asli atau harga yang ada di pasaran. Atau dengan menjual dengan harga yang lebih murah dari harga jual. Cara ini dianggap tidak sehat dikarenakan dapat merugikan orang lain atau pelaku usaha yang lain dan bisa merugikan usaha diri sendiri, sebenarnya tujuan jual beli untuk mendapatkan keuntungan dan tetap di ketentuan *syara'*

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Praktik jual rugi pada *E-commerce* di Indonesia yang merupakan *predatory pricing* yang dimana pelaku usaha atau *seller* mereka menetapkan harga sangat rendah untuk menjual produk-produknya, sehingga hal demikian dapat menyebabkan pelaku usaha yang lain yang benar benar murni tanpa adanya praktek jual rugi tidak akan bertahan lama dikarenakan kalah bersaing dengan pelaku usaha yang mempraktekan jual rugi.

Praktek jual rugi juga biasanya dilarang bukan dikarenakan menetapkan harga yang sangat rendah terhadap barang atau produk yang mereka jual sekarang, akan tetapi dimasa depan pelaku usaha akan berusaha untuk mengurangi produksinya dan menaikkan harga produknya.

Praktek jual rugi juga biasanya dilarang bukan dikarenakan menetapkan harga yang sangat rendah terhadap barang atau produk yang mereka jual sekarang, akan tetapi dimasa depan pelaku usaha akan berusaha untuk mengurangi produksinya dan menaikkan harga produknya.

*Predatory pricing* juga akan menimbulkan ketidakadilan di antara *seller e-commerce* yang ada di Indonesia yang akan merugikan pesaing pesaingnya dan bahkan ada yang tutup atau berhenti untuk berjualan dikarenakan ketidakadilan berikut.

Islam menyambut baik sistem persaingan yang sportif tanpa dikeruhkan oleh praktik-praktik monopoli dan penimbunan, sebuah persaingan ketika harga barang ditentukan sesuai dengan aktivitas tawar-menawar antara penjual dan pembeli tanpa ada campur tangan negara. Dan didalam undang-undang No. 5 tahun 1999 dalam pasal 20 melarang atas praktik bisnis jual rugi karena menimbulkan persaingan tidak sehat dan menimbulkan kerugian kepada orang lain. Dalam dunia bisnis seorang pedagang tampaknya tidak dapat terpisahkan dari aktivitas persaingan. Dengan kata lain aktivitas bersaing dalam bisnis antara pedagang satu dengan pedagang yang lain tidak dapat dihindarkan. Para pedagang harus memahami dalam ajaran Islam dianjurkan agar para umatnya untuk melakukan perlombaan dalam mencari kebaikan di segala hal, termasuk di antaranya dalam hal berbisnis dalam perspektif fiqh berbisnis tidak sehat dilarang karena memberikan mudharat kepada orang lain.

Akan tetapi jual rugi dengan sistem merendahkan harga barang maka diperbolehkan selama tidak ada yang merasa kerugian sepenuhnya dan juga tidak menyingkirkan para pelaku usaha yang lain dan tidak juga mematikan harga dengan niat mendiskriminasikan harga pasar.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil temuan dan analisis yang telah diuraikan sebelumnya, penulis akan mengemukakan saran sebagai berikut :

1. Setelah menganalisa kasus jual rugi yang ada di Indonesia ternyata benar adanya sehingga para penjual yang mendapat dampak dari praktik Jual rugi banyak yang tutup dan mengalami kerugian.
2. Fokus dari skripsi ini untuk menganalisa sebuah kasus yang menjalankan praktek jual rugi pada *e-commerce* yang ada di Indonesia yang dilarang oleh UU No. 5 tahun 1999 dalam pasal 20 dan melihat dari kacamata hukum islam. Sehingga direkomendasikan akan adanya penelitian selanjutnya yang tidak hanya melihat kasus praktek jual rugi di *e-commerce* , akan tetapi bisa menganalisa perkembangan pelaku jual rugi yang ada di Indonesia dan bagaimana penyelesaian perkara jual rugi dipersidangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bakri, N. (1994). *Problematika Pelaksanaan Fikih Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hamid, A. (2006). *Membumikan Ekonomi Syariah di Indonesia (Perspektif Sosioyuridis)*. Jakarta: Elsas.
- Haroen, N. (2007). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Margono, S. (2009). *Hukum Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*. Jakarta: PT. Sinar Grafika.
- Rokan, M. K. (2018). *Hukum Bisnis untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus*. Jakarta : Kencana Prenada.
- Saliman, A. R. (2008). *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Suhendi, H. (2007). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Raja GrafindoPersada.
- Usman, R. (2013). *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Lexy J. Moleong (2017). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Adelina. (2019). Jual Rugi Pada Persaingan Usaha Fotocopy Di Lingkungan Kampus Iain Langsa (Perspektif Uu No. 5 Tahun 1999 Dan Fiqh) “, *Skripsi*, Langsa: IAIN Langsa.
- Norman, Efitia., Aisyah, Ida., “ Bisnis Online di Era Revolusi Industri 4.0 (Tinjauan Fiqih Muamalah ) ” *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*, Vol 1 No 1 (2019): 30-46
- Febrina, Rezima., “Dampak Kegiatan Jual Rugi (*Predatory Pricing*) yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha”, *Jurnal Selat*, no. 2 (2017): 235-249.
- Akbar, Thoriq Husein, (2020). Dugaan Jual Rugi (*Predatory Pricing*) Semen Conch Di Tinjau Dari Perspektif Hukum Persaingan Usaha, *Skripsi*, Jawa Timur: Universitas Jember,
- Mada, I. Dewa Gede Riski, and AA Sri Indrawati. "Praktik Jual Rugi (*Predatory Pricing*) Pelaku Usaha dalam Perspektif Persaingan Usaha." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* (2013).
- Febriana, Lusy Kurnia. (2016). Konsep One Regulation and One Body Dalam Pengaturan Jual Rugi Di Indonesia, *Disertasi*, Malang: Universitas Brawijaya.

- Yosua, Ricky Omega. (2020). Tinjauan Yuridis Predatory Pricing Oleh Pelaku Usaha Reseller Kartu Paket Internet Ditinjau Dari Undang Undang No. 5 Tahun 1999 (Studi: Di Komplek Mmtc Jalan Pancing Medan). *Artikel*. Medan.
- Zainal Arifin, (2011). *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradikma Baru*, Bandung: Remaja. Jogjakarta: Ar-ruz media.
- Rahmawati, Cinta Rici. “Indikasi Predatory Pricing Yang Dilakukan Ovo Dengan Cara Burning Money” (2021) Vol. 4 No. 2 *Jurist-Diction*.
- Wahyuni, Andi Sri. (2015), “ Predatory Pricing: Persaingan Harga Minimarket Dan Gadde-Gadde Dalam Metafora Cerpen “, *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*. Vol. 6 no. 2. Hal 173-340.
- Lauran, Billyzard Yossy. Sarjana, I Made, “ *Praktik Flash Sale Pada E-Commerce Ditinjau Dari Ketentuan Predatory Pricing Dalam Hukum Persaingan Usaha*. (Artikel, 2021).
- Rokan, Mustafa Kamal, (2010), *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Anwar, Syamsul, ( 2010), *Hukum Perjanjian Syariah: Studi Tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Zaidan, Abdul Karim, (2008) *al-Wajiz: 100 Kaidah Fikih dalam Kehidupan Sehari-hari*. Jakarta: al-Kautsar.
- Saman, Muhammad, (2010) “Persaingan Industri PT. Pancanata Centralindo Perspektif Etika Bisnis Islam”, *Skripsi*. Universits Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Yusanto, Ismail, (2002), *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Jusuf, Jopie, (2008), *Analisis Kredit untuk Account Officer*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dakhoir,Ahmad. Aviva, Itsla Yunisva, (2017), *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar (Refleksi Pemikiran Ibn Taimiyah)*. Jakarta: Laksbang Pressindo.
- Sandi, Ferry. *Apa itu predatory pricing yang disebut jokowi bunuh UMKM?*. ( CNCB Indonesia, 05 Maret 2021)
- Lantung, Ferdi. *Dinilai bunuh UMKM, pesta diskon di marketplace bakal diatur pemerintah*. ( IDX channel.com. 05 Maret 2021).
- Siringoringo, Lamgiat. *Diskon di e-commerce memacu pertumbuhan konsumsi saat pandemi*. ( kontan.co.id. 08 Maret 2021).
- Mustajibah, T., Trilaksana, A., “ *Dinamika E-Commerce Di Indonesia Tahun 1999-2015 “*, *Ejournal Pendidikan Sejarah*, Vol. 10, no. 3 (2021).

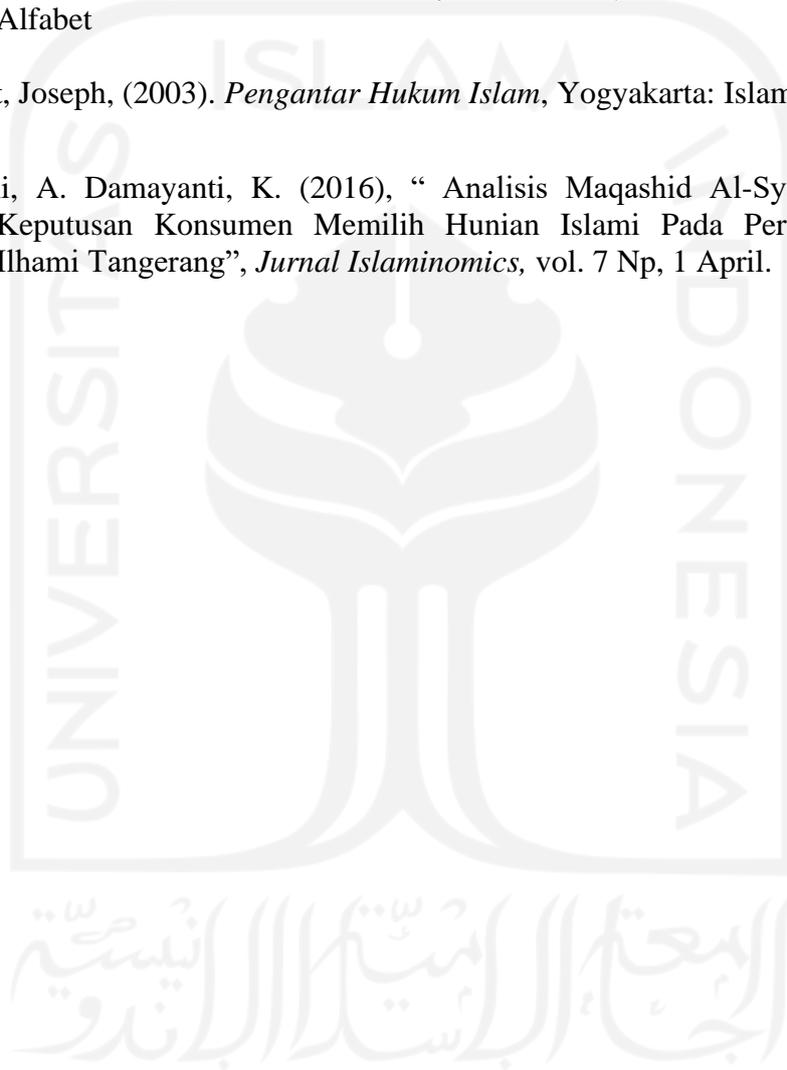
International Telecommunication Union ( ITU ) *World Telecommunication/ICT Indicators Database*, dikutip dari <https://data.worldbank.org/> diakses pada tanggal 1 Agustus 2022 pukul 11.25 WIB.

Amalia, Euis, ( 2007). *Sejarah Pemikiran Islam Ekonomi Islam : dari klasik hingga kontemporer*, Jakarta: Granada Press

Arifin, Zainul. (2012). *Dasa-dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Pustaka Alfabet

Schacht, Joseph, (2003). *Pengantar Hukum Islam*, Yogyakarta: Islamika.

Cholisni, A. Damayanti, K. (2016), “ Analisis Maqashid Al-Syari’ah Dalam Keputusan Konsumen Memilih Hunian Islami Pada Perumahan Vila Ilhami Tangerang”, *Jurnal Islaminomics*, vol. 7 Np, 1 April.



## *CURICULUM VITAE*



Nama : Agiel Siraj Nasher

Tempat, Tanggal Lahir : Serang, 16 Juni 2000

Alamat : Kp. Kabayan, Ds. Katulisan, Kec. Cikeusal, Kab.  
Serang - Banten

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Nomor Telepon : 085695299981

Riwayat Pendidikan : - TK PGRI Cikeusal (2005-2006)  
- Sekolah Dasar Negeri Katulisan (2006-20012)  
- SMP Plus Assa'adah (2012-2015)  
- SMA Plus Assa'adah (2015-2018)  
- Universitas Islam Indonesia (2018-sekarang)