

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Internet merupakan jaringan besar yang dibentuk oleh inter koneksi jaringan komputer dan komputer tunggal di seluruh dunia lewat saluran telepon, satelit, dan sistem telekomunikasi lainnya. Istilah *new media* muncul akibat kehadiran internet, *new media* adalah semua media yang telah dipengaruhi oleh teknologi.¹ Saat ini internet memegang peranan penting dalam berbagai bidang, seperti akses informasi, pengetahuan dan pendidikan, fasilitas hiburan, dan kemudahan berbisnis. Salah satu kemudahan yang bisa dirasakan saat ini adalah pembuatan media sosial beserta *marketplace* secara langsung dalam satu aplikasi, dimana aplikasi menjadi lebih mudah hanya dengan menggunakan *smartphone*.² Pemasaran di media sosial atau yang disebut juga dengan pemasaran media sosial, memberikan dampak yang sangat positif terhadap apa yang menjadi tujuan perusahaan, yaitu target perusahaan yang harus dicapai dengan melakukan keputusan transaksi pembelian produk bisnis yang mereka jual. Media sosial sudah menjadi kebutuhan primer sebagian orang. Hal ini dapat

¹ S. I. Khasanah et al., "Pelatihan Dan Pendampingan Fotografi Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Dokumentasi Di Desa Wisata Ngerangan," *JUKESHUM: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1 (2022): 9–17, <https://doi.org/10.51771/jukeshum.v2i1.223>.

² Nabilla Putri Nofela and Marheni Eka Saputri, "The Effect of Social Media Marketing and Influencer Endorser on Purchase Intention," *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 2 (2022): 258–64, <https://doi.org/10.36555/almana.v6i2.1801>.

dibuktikan dengan sulitnya orang memisahkan diri dari ponselnya.³ Laporan terbaru dari agen pemasaran *We Are Social and Social Media Management Platform Hootsuite* menyatakan bahwa lebih dari setengah populasi di Indonesia aktif menggunakan media sosial pada Januari 2021.⁴ Menurut data terbaru tahun 2022 versi kotak data pengguna media sosial saat ini naik menjadi 125,4 juta pengguna. Media sosial yang sering digunakan di Indonesia antara lain Facebook, Twitter, Youtube, WhatsApp, Instagram, Facebook Messenger, Tiktok, Telegram, Line, Linekedin, We Chat, Snap Chat, Skype, Tumblr, Reddit.⁵

Tiktok merupakan aplikasi yang memiliki beberapa fitur disertai musik, di mana video yang dibuat memiliki durasi bervariasi dan peminat yang cukup banyak di dunia.⁶ Data statistik memaparkan bahwa penggunaan dari aplikasi TikTok di Indonesia mencapai 106,51 juta pada Oktober 2023.⁷ Tiktok memiliki fitur *Tiktok Shop*, yaitu fitur yang memungkinkan para pengguna melakukan transaksi jual beli online. Strategi penjualan yang digunakan melalui *Tiktok Shop* adalah menggunakan atau membuat beberapa postingan video yang

³ Heribertus Ary Setyadi et al., "Tiktok Shop Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Witpari Karanganyar," *Abditeknika Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3, no. 1 (2023): 1–8, <https://doi.org/10.31294/abditeknika.v3i1.1726>.

⁴ Mar'atus Solikah and Dian Kusumaningtyas, "Tik Tok Shop : Sistem Mutu Dan Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Online," *Proceeding 2nd International Conference on Business & Social Sciences (ICOBUSS) Surabaya, March 5-6th, 2022* 879, 2022, 877–87.

⁵ Setyadi et al., "Tiktok Shop Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Witpari Karanganyar."

⁶ Erdin Damara Agustha and Yudha Wirawanda, "Media Sosial Tiktok Sebagai Eksistensi Diri (Fenomenologi Penggunaan Tiktok Pada Mahasiswa Di Surakarta)," *Jurnal Pendidikan*, 2023, 1–23.

⁷ Cindy Mutiara Annur, "Indonesia Punya Pengguna TikTok Terbanyak Ke-2 Di Dunia," *Databoks*, 2023, diakses pada 8 Desember 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia#:~:text=>.

menarik terkait produk yang hendak dijual.⁸ Cara ini merupakan cara yang sangat efektif dalam meningkatkan penjualan produk apapun.⁹ *Tiktok Shop* memberikan layanan yang hampir sama dengan *e-commerce* dan *marketplace* yang ada. Namun *Tiktok Shop* memberikan harga yang berbeda dimana harga yang ditawarkan lebih rendah daripada *e-commerce* dan *marketplace* yang ada, memberikan promosi yang menarik sehingga mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan. Kemudian *Tiktok Shop* memberikan promo-promo yang menarik bahkan potongan harga yang cukup besar serta memberikan gratis ongkos kirim ke seluruh Indonesia. Masyarakat khususnya kaum milenial dan generasi Z tidak sedikit yang lebih memilih berbelanja online pada *tiktok shop* daripada pada *marketplace* yang ada.¹⁰ Banyaknya penonton yang melihat live seller pada toko *tiktok* mampu menarik konsumen.¹¹ Fenomena media sosial *tiktok* menjadi digital marketing, para pebisnis online tidak mau kalah untuk bersaing dalam memasarkan produknya, banyak sekali produk dari online shop yang memasarkan produknya melalui disebut juga Influencer yang membuat konten berupa video untuk memasarkan dan memberikan informasi tentang produk seorang selebgram tidak hanya mereka yang memiliki latar belakang artis, namun hanya orang

⁸ Devi Sapira et al., "Sosialisasi Pemasaran Hasil Peternakan Secara Digital Di Desa Tapus, Sumatera Selatan," *Community Development Journal* 4, no. 4 (2023): 7472–78.

⁹ Yang Songsen Samuel, Ryan Prastama Juliansyach, and Lilis Cinthya, "Implementasi Strategi Digital Marketing Melalui Social-Media Untuk Meningkatkan Kinerja Pada UMKM Kole-Koleh Anggraini Di Kota Batam," *SEIKO: Journal of Management & Business* 6, no. 1 (2023): 370–84.

¹⁰ Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur *Tiktok Shop* Pada Aplikasi *Tiktok*. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 2(5), 131–140. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.176>

¹¹ Solikah and Kusumaningtyas, "Tik Tok Shop : Sistem Mutu Dan Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Online."

biasa yang memiliki penampilan dan gaya yang menarik yang terkenal. Karena saat sekarang ini banyak sekali pebisnis online shop mereka tertarik terhadap sosok influencer untuk memasarkan produknya melalui media sosial Tiktok.¹²

Namun tidak semua kalangan masyarakat merasakan dampak positif dari adanya *Tiktok Shop*, yang ternyata *Tiktok Shop* juga memicu munculnya kegaduhan dikalangan masyarakat yang memiliki kepentingan berbeda. Maraknya penggunaan *Tiktok Shop* yang semakin massif memicu kritikan dari pedagang konvensional dan dari pemerintah Indonesia. Hal ini karena adanya *Tiktok Shop* membuat para pedagang konvensional mengalami kehilangan pembeli secara menyedihkan. Pembeli lebih memilih untuk beralih ke platform *Tiktok Shop* dibandingkan dengan berbelanja secara konvensional, khususnya di pasar. Tambahan pula, alasan konsumen atau pembeli beralih ke media digital dalam melakukan transaksi jual beli disebabkan adanya voucher potongan harga yang cukup besar dan ditambah lagi dengan voucher gratis ongkir.¹³ Data statistik memaparkan bahwa dengan hadirnya *e-commerce* ini, sebanyak 2 juta bisnis lokal dapat berkembang dengan cukup signifikan.¹⁴

Ramainya perbincangan dari berbagai kalangan masyarakat terkait *Tiktok Shop*, mendapatkan respon dari pemerintah.. Pemerintah khawatir

¹² Afriza Indah Fitri and Selvi Ainul Inayah Dwiyantri, "Efektivitas Media Tiktok Dan Influencermendongkrak Penjualan Lippie Serum Raeccadipandemi Covid19," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)* 4, no. 1 (2021): 345–53, <https://doi.org/10.37600/ekbi.v4i1.210>.

¹³ D. F. Nababan and Siregar, "Analisis Perilaku Konsumen Generasi Milenial Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Medan," *Journal of Social Research* 1, no. 6 (2022): 545–55.

¹⁴ Fita Nurotul Faizah, "Eksistensi Bisnis Kuliner Halal Melalui Digital Marketing Di Era New Normal," *Serambi* 4, no. 1 (2022): 85–98.

dengan ramainya masyarakat yang tertarik untuk berbelanja di *Tiktok Shop* akan mempengaruhi UMKM lokal yang ada dipasaran. Dan isu praktek *predatory pricing* yang ditujukan kepada *Tiktok Shop* menjadi faktor lainnya yang menjadi perhatian pemerintah. Menurut pernyataan Menteri Koperasi dan UMKM, Teten Masduki yang mengatakan bahwa layanan ini (*Tiktok Shop*) diduga melakukan tindakan *predatory pricing* atau menjual barang dibawah harga modal. Hal yang sama juga di sampaikan oleh wakil Menteri Perdagangan, Jerry Sambuaga mengungkapkan, *Tiktok Shop* melakukan *predatory pricing* dalam menjalankan usahanya.

Predatory pricing adalah tindakan suatu perusahaan menetapkan harga di bawah biaya produksi dengan maksud menyingkirkan pesaing.¹⁵ Menetapkan harga jual dengan sangat rendah dengan tujuan untuk menyingkirkan atau mematikan pelaku usaha lain di pasar yang sama merupakan perbuatan *predatory pricing* atau jual rugi merupakan kegiatan yang dilarang didalam UU Nomor 5 Tahun 1999 karena dapat menyebabkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.¹⁶ Tiktok menerapkan “*Project S*” yakni sebuah langkah yang dilakukan Tiktok untuk menjual barang mereka sendiri/produk impor dari Tiongkok sehingga mereka dapat mendominasi pasar penjualan

¹⁵ Rezmia Febrina, “Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha,” *Jurnal SELAT* 4, no. 2 (2017): 234–49, <http://ojs.umrah.ac.id/index.php/selat>.

¹⁶ A D Timotius and R Kemala, “Keterkaitan Konsep Predatory Pricing Dalam Praktik Diskon Harga Pada Industri Konveksi Baju Melalui E-Commerce Berdasarkan Perspektif Hukum Persaingan ...,” *Jurnal Ilmiah Publika* 10 (2022): 314–22, <https://www.jurnal.ugj.ac.id/index.php/Publika/article/view/7635%0Ahttps://www.jurnal.ugj.ac.id/index.php/Publika/article/viewFile/7635/3061>.

disebuah negara.¹⁷ Dengan adanya predatory pricing, pelanggan bisa mendapatkan satu set baju formal dengan hanya membayar Rp. 100 ribu padahal normalnya harga pasar sekitar Rp. 300 - Rp. 400 ribu. Apabila *TikTok Shop* terus berlangsung, akan ada banyak pelaku UMKM di Indonesia yang terancam gulung tikar sebab kalah bersaing dari segi harga yang dipatok di luar nalar. Imbasnya banyak perusahaan yang memecat karyawan karena produk yang mereka hasilkan tidak laris dipasaran.

Sebagai upaya untuk menjaga ketertiban tentang ancaman *TikTok Shop* terhadap UMKM lokal kementerian perdagangan menetapkan peraturan. Terhitung pada tanggal 25 September 2023 pemerintah baru saja meresmikan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik sebagai revisi dari Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Dengan diresmikannya revisi peraturan perundang-undangan tersebut maka *TikTok Shop* resmi ditutup. Hal ini karena tiktok merupakan platform social commerce dan belum melakukan perizinan untuk melakukan kegiatan *e-commerce*. Didalam Permendag No. 31 Tahun 2023 terdapat larangan *social commerce* untuk menyediakan layanan transaksi pembayaran. *Social commerce* hanya diperbolehkan untuk melakukan promosi

¹⁷ Arief, "Fakta-Fakta Project S TikTok Shop, Mulai Di Inggris Hingga Ditolak Indonesia," *Liputan 6*, 2023, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5354725/fakta-fakta-project-s-tiktok-shop-mulai-di-inggris-hingga-ditolak-indonesia?page=9>.

terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Akibat dari penetapan peraturan ini *Tiktok Shop* resmi ditutup pada tanggal 4 Oktober 2023.

Namun tak berhenti tentang perbincangan *Tiktok Shop* ini muncul kembali isu-isu yang membicarakan terkait *Tiktok Shop* dan *predatory pricing*. Pengamat Ekonomi Digital, Ignatius Untung Surapati, menyatakan semua platform e-commerce, baik *e-commerce* murni maupun *social commerce*, itu melakukan subsidi harga, punya voucher dan sebagainya, dan hal tersebut menurutnya bukan termasuk *predatory pricing*.¹⁸ Untuk menjelaskan bahwa sejumlah platform *e-commerce* seringkali melakukan subsidi harga dengan tujuan agar para pengguna baru bisa memiliki kecenderungan berbelanja di platform tersebut daripada di platform pesaing.

Untuk dapat dikategorikan sebagai *predatory pricing* (jual rugi), tindakan pelaku usaha perlu memenuhi beberapa unsur sebagaimana diatur dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang menyatakan: 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 mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

¹⁸ Tim, "Pengamat Sebut Social Commerce Bantu UMKM, Bukan Merugikan," *CNN Indonesia*, September 16, 2023, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230915181053-92-999645/pengamat-sebut-social-commerce-bantu-umkm-bukan-merugikan>.

Unsur “mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat” merupakan unsur pokok yang menentukan praktik *predatory pricing* dalam hukum persaingan usaha. Penjualan barang dengan harga murah di *Tiktok Shop* tidak serta merta dapat disimpulkan sebagai bentuk *predatory pricing*. Penjualan barang murah di *Tiktok Shop* harus memenuhi unsur “mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat” untuk dapat dinyatakan penjualan tersebut merupakan bentuk *predatory pricing*.

Mengenai Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik yang ditetapkan sebagai upaya menghadapi *predatory pricing* di Indonesia dianggap juga kurang efektif. Pertama terkait penutupan *Tiktok Shop* yang dianggap sebagai *predatory pricing*. Direktur Eksekutif Center of Economic and Law Studies (Celios) Bhima Yudhistira mengatakan kebijakan tersebut tidak membuat *predatory pricing* hilang di Indonesia. Bhima menyatakan praktik *predatory pricing* juga ditemukan pada platform digital lainnya. Kondisi ini menjadi semakin urgen karena akan terjadi pergeseran penjual *e-commerce* ke platform digital lain. Hal ini dikarenakan pangsa pasar tiktok di Indonesia sudah mencapai 5 persen. Ditambah tersebar isu bahwa pihak tiktok sendiri saat ini sedang mengupayakan akan mengembalikan *Tiktok Shop* untuk kembali beroperasi di Indonesia dan isu “*Project S*” tiktok yang sangat perlu diperhatikan oleh pemerintah untuk

menetapkan regulasi yang tepat dan tegas untuk mengantisipasi dan menangani ancaman *predatory pricing* di Indonesia.

Pemberitaan *Tiktok Shop* semakin ramai diperbincangkan ketika Pemerintah Indonesia mengungkapkan akan mengambil sikap akan hal tersebut. Akhirnya, fitur jual beli yang ada di *Tiktok Shop* resmi ditutup tanggal 4 Oktober 2023, dengan terbitnya Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023. Salah satu alasan penutupan tersebut adalah karena *Tiktok Shop* dianggap melakukan *predatory pricing* dengan menjual murah barang asing bahkan produk ilegal, sehingga menjatuhkan harga pasaran, dan atas dasar pertimbangan banyaknya keluhan para pedagang konvensional di Indonesia. Tidak bisa dielakkan, terjadi pro dan kontra terkait penghapusan *Tiktok Shop* di tengah-tengah masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji terkait efektifitas Permendag No. 31 Tahun 2023 yang menutup *Tiktok Shop* karena dugaan praktek predatory pricing. Kajian ini diharapkan mampu melengkapi kajian sebelumnya yang membahas peraturan maupun kebijakan pemerintah dalam menangani predatory pricing khususnya di Indonesia. Penghapusan *Tiktok Shop* memiliki dampak positif dan negatif pada bidang bisnis dan ekonomi, terlebih pada bidang perdagangan, sehingga berdampak pula pada perekonomian di Indonesia. Dampak negative antara lain terlihat dari hilangnya sumber penghasilan dan pekerjaan dari mereka yang bergantung kepada *Tiktok Shop*. Selain itu, penghapusan *Tiktok Shop* memberikan pandangan bahwa Indonesia masih belum siap menerima dan menggunakan kemajuan dan perkembangan

teknologi. Sementara dampak positifnya antara lain tampak pada perkembangan dan kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kepada masyarakat Indonesia. Tujuan yang kedua yaitu mengkaji *Tiktok Shop* terkait dugaan predatory pricing dari sudut pandang maqashid syariah, yaitu tujuan syariah Islam. Kajian ini diharapkan mampu melengkapi kajian sebelumnya yang belum membahas *Tiktok Shop* dan kaitannya dengan maqashid syariah. Penghapusan *Tiktok Shop* memiliki dampak positif dan negatif pada bidang bisnis dan ekonomi, terlebih pada bidang perdagangan, sehingga berdampak pula pada perekonomian di Indonesia. Dampak negative antara lain terlihat dari hilangnya sumber penghasilan dan pekerjaan dari mereka yang bergantung kepada *Tiktok Shop*. Selain itu, penghapusan *Tiktok Shop* memberikan pandangan bahwa Indonesia masih belum siap menerima dan menggunakan kemajuan dan perkembangan teknologi. Sementara dampak positifnya antara lain tampak pada perkembangan dan kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kepada masyarakat Indonesia.

Kajian ini berdasarkan pada argumentasi bahwa Permendag No.31 Tahun 2023 kurang efektif dalam menangani predatory pricing di Indonesia. Hal ini dikarenakan predatory pricing tidak hanya ada di *Tiktok Shop* namun juga terjadi di aplikasi-aplikasi e-commerce lainnya. Maka dari itu diperlukannya kajian yang mampu membahas lebih dalam terkait hal tersebut. Apabila memang pada akhirnya Permendag No.31 Tahun 2023 kurang efektif dalam menangani predatory pricing di Indonesia, maka diperlukan peraturan atau kebijakan yang lebih eksplisit mengatur tentang predatory pricing di Indonesia. Pada hukum islam bahwa maqashid syariah memiliki pandangan tersendiri

terkait dengan predatory pricing. Maqashid syariah merupakan tujuan dari hukum syariah, yaitu menghilangkan kemudharatan serta merealisasikan kemaslahatan bagi manusia. *Tiktok Shop* sebagai sebuah cara bertransaksi tentu memiliki dampak positif dan negatif. Dugaan predatory pricing pada *Tiktok Shop* perlu dikaji lebih lanjut dalam perspektif hukum syariah. Kajian ini penting untuk menjawab bagaimana kedudukan *predatory pricing* dari sudut pandang maqashid syariah, karena hal tersebut tentu tidak dijelaskan secara eksplisit dalam Al-Qur'an dan hadits. Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui perspektif maqashid syariah dalam hal predatory pricing di *Tiktok Shop*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang penulis angkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 sudah efektif dalam menangani predatory pricing di Indonesia dengan ditutupnya *Tiktok Shop*?
2. Bagaimana pandangan maqashid syariah terhadap predatory pricing?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk memecahkan permasalahan yang tergambar dalam latar belakang dan rumusan masalah.¹⁹ Tujuan penelitian dicapai melalui serangkaian metodologi penelitian. Tujuan penelitian yang baik adalah rumusannya operasional dan langsung menuju pokok permasalahan.

¹⁹ Ngatno, *Buku Ajar Metodologi Bisnis* (Yogyakarta, 2015).

Tujuan ini yang nantinya dapat diketahui metode dan teknik penelitian mana yang cocok untuk dipakai dalam penelitian itu.

Tujuan Penulisan hukum Analisis Normatif Terkait Predatory Pricing: Presfektif Teori Sistem Hukum Dan Maqashid Syariah adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mengkaji efektifitas Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 dalam menangani predatory pricing di Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan mengkaji tentang pandangan hukum islam khususnya maqashid syariah terkait predatory pricing

D. Manfaat Penelitian

Perumusan permasalahan yang dikemukakan haruslah mendapatkan manfaat dari penelitian itu yang diharapkan mampu menemukan pemecahan atau jawaban. Hasil akhir yang diinginkan dalam setiap penelitian yaitu diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pihak lainnya, baik pada masa sekarang maupun yang akan datang. Ringkasnya penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat bermanfaat, baik dalam kepentingan teoritis maupun kepentingan praktis, diantaranya:

1. Aspek Teoritis

Diharapkan dari hasil penelitian ini bermanfaat dan memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu hukum pada umumnya dan khususnya pada hukum ekonomi dan bisnis, serta diharapkan dapat menambah referensi pengetahuan terhadap ilmu pengetahuan yang berkaitan hukum ekonomi dan bisnis di Indonesia.

2. Aspek Praktis

Aspek praktis sebagai tujuan penelitian ini yaitu hasil penelitian diharapkan memberikan sumbangan pemikiran kepada pemerintah yang memiliki kepentingan atau pejabat yang berwenang untuk membuat atau menetapkan hukum baru, mengubah atau merevisi hukum yang sudah ada, menghapus hukum yang sudah ada, atau mengoptimalkan pelaksanaan hukum yang sudah ada.

E. Keaslian Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terkait dengan judul penelitian ini, tidak ditemukan tesis ataupun karya tulis dengan judul yang sama, namun dapat dibandingkan dengan (5) penelitian yang menyangkut permasalahan predatory pricing, yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Firda Juliana dan Muhammad Luthfi Radian dari Universitas Pelita Bangsa dengan judul “Aspek Hukum Bisnis Online Shop Tiktok Terhadap Keberlangsungan Usaha Kecil Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Undang-Undang Persaingan Usaha”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memberikan penjelasan (mengenai pelanggaran yang terdapat pada *Tiktok Shop* ditinjau dari Undang-Undang Persaingan Usaha) dan perlindungan hukum terhadap UMKM konvensional terhadap pelanggaran yang terjadi pada *Tiktok Shop*.²⁰

²⁰ F Juliana and M Luthfi Radian, “Aspek Hukum Bisnis Online Shop Tiktok Terhadap Keberlangsungan Usaha Kecil Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Undang-Undang Persaingan Usaha,” *IURIS STUDIA: Jurnal Kajian Hukum* 5, no. 2 (2023): 293–303, <https://jurnal.bundamedia grup.co.id/index.php/iuris/article/view/562/427>.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Alfath Satrio Puruhito dan Siti Anisa dari Universitas Islam Indonesia dengan judul “The Negative Impact of Predatory Pricing Practice to Fair Competition (The Study of KPPU Decision Number 03/KPPU-L/2020)”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk membuktikan keberadaan praktek penetapan harga predator sebagaimana diatur dalam Keputusan KPPU Nomor 03/KPPU-L/2020 dan mengungkapkan dampak negatif dari praktek penetapan harga predator telah dipertimbangkan lebih awal dalam Keputusan KPPU Nomor 03/KPPU-L/2020.²¹
3. Penelitian yang dilakukan oleh Oky Tiara Putri dan Arif Suryono dari Universitas Sebelas Maret dengan judul “Analisis Flash Sale Berdasarkan Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui flash sale pada e-commerce merupakan tindakan predatory pricing yang dianalisis dengan Undang-Undang No 5 Tahun 1999.²²
4. Penelitian yang dilakukan oleh Anis Kurlilah, Moh. Syiful Hisan dan Badrut Tamam dari Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq dengan judul “Predatory Pricing in Buying and Selling Imported Products in E-Commerce According to the Perspective of Business Competition Law and Muamalah Fiqh”. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi studi masalah hukum yang akan dicapai, yaitu Predatory Pricing in E-Commerce, baik dalam praktek maupun dalam ketentuan hukum positif, yaitu undang-undang anti-monopoli dan Fiqh Muamalah dan untuk mendapatkan gagasan tentang bagaimana Predatory Pricing diatur sehingga

²¹ Muhammad Alfath, Satrio Puruhito, and Siti Anisah, “The Negative Impact of Predatory Pricing Practice to Fair Competition (The Study of KPPU Decision Number 03/KPPU-L/2020),” *Journal of Private and Commercial Law* 1 (2024): 66–88, <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>.

²² Oky Tiara Putri and Arief Suryono, “Analisis Flash Sale Berdasarkan Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat,” *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan Dan Sosial Humaniora* 1, no. 3 (2024): 280–300, <https://doi.org/10.62383/aliansi.v1i3.228>.

tidak merugikan pengusaha lain atau orang lain, baik dalam konteks hukum positif maupun agama.²³

5. Penelitian yang dilakukan oleh Zaid dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang berjudul “The Unicorn Is a Myth No More: A Ratio Decidendi Analysis on First Official Predatory Pricing Case in Indonesia”. Peneelitia ini bertujuan menganalisis elemen-elemen penentuan harga predator, yang menjadi alasan kuat terkait dengan Keputusan Nomor Kasus: 03/KPPU-L/2020 oleh Dewan KPPU terkait dengan kasus penetapan harga predatori dengan terdakwa atau pihak yang dilaporkan adalah PT Conch South Kalimantan Cement.²⁴

F. Kerangka Teori

1. Teori Sistem Hukum

Efektivitas Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 dalam menangani *predatory pricing* dapat dianalisis dengan merujuk pada Teori Sistem Hukum, khususnya konsep-konsep yang diperkenalkan oleh Lawrence M. Friedman. Teori Sistem Hukum Lawrence M. Friedman untuk terciptanya kepastian hukum, keadilan, dan kemanfaatan, akan tetapi juga diperlukan efektif dan berhasil tidaknya penegakan hukum itu tergantung dari tiga unsur sistem hukum yang di cetuskan oleh Lawrence M. Friedman yakni struktur hukum (*structure of law*), substansi hukum (*substance of the law*) dan budaya

²³ Anis Kurlillah, Syifaul Hisan, and Badrut Tamam, “Predatory Pricing in Buying and Selling Imported Products in E-Commerce According to the Perspective of Business Competition Law and Muamalah Fiqh,” *Syarah: Jurnal Hukum Islam & Ekonomi* 13, no. 1 (2024): 110–34, <https://doi.org/10.47766/syarah.v13i1.3154>.

²⁴ Zaid Zaid, “The Unicorn Is a Myth No More: A Ratio Decidendi Analysis on First Official Predatory Pricing Case in Indonesia,” *Jurnal Penegakan Hukum Dan Keadilan* 3, no. 1 (2022): 48–59, <https://doi.org/10.18196/jphk.v3i1.13099>.

hukum (*legal culture*). Teori sistem hukum ini penulis pilih dikarenakan sebagai teori pendukung dalam menganalisis mengenai penegakan hukum terkait *predatory pricing*.

Teori Sistem Hukum Lawrence M. Friedman, untuk terciptanya kepastian hukum, keadilan, dan kemanfaatan, akan tetapi juga diperlukan efektif dan berhasil tidaknya penegakan hukum itu tergantung dari tiga unsur sistem hukum yang di cetuskan oleh Lawrence M. Friedman yakni struktur hukum (*structure of law*), substansi hukum (*substance of the law*) dan budaya hukum (*legal culture*). Teori sistem hukum ini penulis pilih dikarenakan sebagai teori pendukung dalam menganalisis mengenai penegakan hukum terkait *predatory pricing*.

Menurut Lawrence M. Friedman, untuk menilai penegakan hukum yang ada dan berlaku di masyarakat, ada tiga indikator yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur, yakni:²⁵

a. Substansi Hukum

Indikator ini adalah yang memutuskan apakah bagian penting dari hukum (substansinya) dapat ditegakkan. Singkat kata, substansi hukum menilai hukum materil itu sendiri. Substansi juga merujuk pada produk yang diproduksi oleh orang-orang yang terlibat dalam sistem hukum, termasuk

²⁵ Loventa Rizkika maharani, “Analisis Putusan Pengadilan Negeri Kasus Tindak Pidana Korupsi Oleh Kepolisian Republik Indonesia (Studi Kasus Putusan Nomor 01/Pid.Sus.TPK/2017/PN.Mdn.),” *Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science* 1, no. 1 (2021): 386–96.

keputusan yang mereka keluarkan atau peraturan baru yang mereka buat. Isinya juga mencakup hukum yang hidup dan berlaku di masyarakat (*living law*, misalnya hukum adat), bukan hanya aturan dalam buku atau kodifikasi hukum (*law books*, misalnya peraturan atau kitab undang-undang).

b. Struktur Hukum

Disebut juga sebagai pranata hukum, indikator ini menilai kemampuan dari pelaksanaan hukum tersebut. Dengan kata lain, indikator ini menjadi sarana untuk menganalisis penegakan hukum yang dilakukan oleh aparat penegak hukum. Tanpa personel penegak hukum yang andal, kompeten dan independen, hukum tidak dapat ditegakkan. Tanpa dukungan aparat penegak hukum yang baik, meskipun betapa bagusnya suatu peraturan perundang-undangan, maka keadilan tersebut hanya menjadi mimpi. Oleh karena itu, dapat ditegaskan bahwa faktor penegakan hukum memegang peranan penting dalam penyelenggaraan hukum. Jika regulasi bagus, namun kualitas penegakannya rendah, masalah akan muncul. Begitu pula sebaliknya, jika regulasi buruk dan kualitas penegakan bagus, maka masalah tersebut akan tetap muncul. Berdasarkan hal tersebut, disimpulkan bahwa antara substansi dan struktur hukum berhubungan erat

dan saling mempengaruhi. Keduanya harus berada di jalan yang sama agar penegakan hukumnya dapat dinilai baik

c. Budaya Hukum

Budaya atau kultur hukum, merupakan penilaian terkait bagaimana manusia menyikapi hukum dan sistemnya – keyakinan, nilai, pemikiran, dan harapan mereka. Budaya hukum adalah praktik sosial terkait penggunaan, penghindaran, atau penyalahgunaan hukum. Indikator ini berhubungan erat dengan kesadaran hukum masyarakat. Kesadaran yang tinggi akan membentuk budaya hukum yang baik juga di tengah-tengah masyarakat. Dengan kata lain, pilihan masyarakat untuk patuh pada hukum menjadi salah satu indikator bahwa hukum bekerja dengan baik di lingkungan masyarakat tersebut. Sesuatu yang memberi kekuatan, dan realitas dalam hukum adalah sosial eksternal, yaitu budaya suatu masyarakat. Kultur hukum adalah unsur sikap dan nilai sosial. Istilah "kekuatan sosial" adalah abstrak, namun kekuatan tersebut secara tidak langsung menggerakkan sistem hukum. Orang-orang dalam suatu masyarakat memiliki kebutuhan dan tuntutan; ini semua terkadang tidak mencakup dan menjangkau proses hukum - tergantung pada budaya.

2. Maqhasid Syariah

Salah satu hal penting dalam studi hukum Islam adalah tujuan penetapan hukum, atau yang sering disebut dengan istilah maqashid syariah. Secara etimologis maqashid syariah berasal dari kata “maqashid” bentuk plural dari kata “maqshud” yang memiliki arti menuju arah, tujuan, tengah, jalan yang lurus dan lainnya. Kata syariah yang berarti jalan menuju mata air, juga disebut sebagai jalan menuju sumber kehidupan utama.²⁶ Secara terminologis maqashid syariah didefinisikan sebagai nilai dan makna tujuan dari kehendak Allah SWT, yang ada dibalik penetapan maupun penciptaan syariah dan hukum yang dipelajari oleh para ahli hukum Islam teks-teks nash.²⁷

Para ahli teori hukum menganggap maqashid syariah sangat penting sehingga mujtahid yang melakukan ijtihad harus memahaminya. Maqhasid syariah adalah untuk mewujudkan kebaikan atau manfaat dan menghindari keburukan atau kemudharatan. Inti dari maqashid syariah adalah masalah (manfaat) yang ingin dicapai, yaitu sesuatu yang dipahami sebagai usaha untuk mendapatkan kebaikan dan menghindari terhadap hal yang bersifat bahaya dan mengakibatkan kerugian.²⁸ Maka penetapan hukum Islam harus berujung tercapainya masalah. Umat muslim dianggap harus memahami maqasid al-shari'a,

²⁶ Sulaeman, “Signifikansi Maqashid Asy-Syari’ Ah Dalam Hukum Ekonomi Islam,” *DIKTUM: Jurnal Syariah Dan Hukum* 16, no. 1 (2018): 98–117, <https://doi.org/10.35905/diktum.v16i1.524>.

²⁷ Zainal Abidin, “Urgensi Maqashid Syariah Bagi Kemaslahatan Umat,” *Jurnal Kajian Keislaman* 13, no. 1 (2023): 121–31, <https://doi.org/10.55849/jiem.v1i1.1>.

²⁸ Ghofar Shidiq, “Teori Maqashid Al-Syari’ Ah Dalam Hukum Islam,” *Majalah Ilmiah Sultan Agung* 44, no. 118 (1970): 117–30.

terutama yang mencoba menemukan hukum dari teks Al-Qur'an dan hadits Nabi Untuk merumuskan hasil ijtihad mereka sesuai dengan tujuan-tujuan sharia. Ulama telah menetapkan beberapa persyaratan untuk memastikan tujuan sharia, salah satunya adalah bahwa tujuan sharia harus tetap, jelas, dan dapat diukur.

Menurut Abu Ishaq Al-Syatibi maqashid syariah adalah berbagai ketentuan hukum yang ditetapkan oleh Allah untuk kepentingan manusia.²⁹ Al-Ghazali membagi maqashid syariah menjadi lima kebutuhan dasar manusia yang dikenal dengan al-mabaadi' Al-khamsyah yang mencakup perlindungan terhadap agama (hifzd al-din), jiwa (hifzd al-nafs), akal (hifzg –‘aql), keturunan (hifdz al-nasl), dan property (hifzd Al-maal).³⁰ Urutan kelima kebutuhan dasar manusia yang al-maqhasid al-khamsah tersebut sebagai berikut:³¹

a. Memelihara Agama (al-din).

Beragama merupakan kebutuhan utama manusia yang harus dipenuhi, karena agamalah yang dapat menyentuh nurani manusia. Allah memerintahkan manusia untuk tetap berusaha menegakan agama (QS. Al-Syura : 13). Agama harus dipelihara karena agama merupakan kumpulan akidah, ibadah

²⁹ Suansar Khatib, "Konsep Maqashid Perbandingan Antara Pemikiran Al-Ghazali Dan Al-Syatibi," *Mizani: Wacana Hukum, Ekonomi Dan Keagamaan* 5, no. 1 (2018): 47–62.

³⁰ Paryadi and Nashirul Haq, "Maqasid Al-Syariah Menurut Al-Ghazali Dan Ibnu Qoyyim Al-Jauziyah," *Cross-Border* 3, no. 2 (2020): 302–16.

³¹ Afridawati, "Stratifikasi Al-Maqashid Al-Khamsah (Agama, Jiwa, Akal, Keturunan Dan Harta) Dan Penerapannya Dalam Masalahah," *Jurusan Syari'ah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (Stain) Kerinci* 1, no. 12 (2014): 874–92, <https://doi.org/10.32694/qst.v12i.1202>.

dan muamalah yang disyari'atkan Allah SWT untuk mengatur hubungan manusia dengan Allah SWT, dan hubungan antar sesamanya. Allah SWT mensyari'atkan untuk mewujudkan, mengukuhkan, dan mendirikannya dengan cara mewajibkan melakukan lima rukun Islam yaitu syahadah, mendirikan shalat, membayar zakat, puasa bulan Ramadhan dan melakukan haji bagi orang yang mampu. Allah SWT juga mewajibkan mengajak kepada agama dengan hikmah dan nasihat yang baik. Allah SWT juga mensyari'atkan untuk menjaga agama, maka dari itu wujudlah konsep jihad demi melawan siapa saja yang berusaha merusak Islam. Begitu juga konsekwensi murtad, penyesatan, dan lain-lain.

b. Memelihara Jiwa (al-nafs).

Memelihara (menjaga) jiwa : diri manusia (nyawa): Islam mensyari'atkan agar mewujudkan dan melestarikan ras manusia dengan jalan pernikahan dan melanjutkan keturunan. Agar dapat menjaga dan menjamin kehidupan manusia, Islam mewajibkan secara pasti untuk makan, minum, pakaian dan lain-lain.

c. Memelihara Akal (al-aql).

Memelihara (menjaga) akal : Akal adalah sebuah nikmat yang agung. Allah SWT memberinya agar membedakan antara manusia dengan makhluk lainnya, karena itu Allah SWT

mensyari'atkan untuk menjaganya dan menganjurkan untuk memanfaatkan akal untuk mendapatkan ilmu. Agar dapat menjaganya, Allah melarang segala sesuatu yang dapat merusak atau melemahkan akal. Maka dari itu, sebuah hukuman akan didapatkan bagi yang memakan sesuatu yang dapat menghilangkan akal.

d. Memelihara Keturunan (al-nasl).

Memelihara (menjaga) keturunan : Karena itu syari'at tetap melestarikan pernikahan dan menganjurkannya. Agar dapat menjaganya, Islam mengharamkan zina dan menegakkan hukuman bagi pelakunya. Ini adalah karena mencegah dari bercampurnya nasab dan menjaga kemuliaannya manusia.

e. Memelihara Harta (al-mal).

Memelihara (menjaga) harta : Harta adalah salah satu sebab agar dapat bertahan hidup. Maka dari itu syari'at mewajibkan agar menghasilkan harta, dan berusaha untuk mendapatkan harta. Syari'at juga memperbolehkan melakukan muamalah di antara manusia dengan cara jual-beli, sewa, dan lain-lain untuk mengatur cara memanfaatkan harta. Agar dapat menjaganya, maka diharamkan dan dihukumnya mencuri. Diharamkannya menipu dan mengkhianat. Begitu juga lainnya agar dapat mencegah dari tercelanya pentasarufan dan bahaya terhadap diri dan lainnya.

Berdasarkan lima kebutuhan dasar manusia yang disebutkan diatas transaksi yang ada pada Tiktok Shop dan praktek predatory pricing berhubungan dengan perlindungan agama (hifzd al-din) dan perlindungan property (hifzd Al-maal). Hal tersebut tentu penting untuk dikaji lebih lanjut demi terwujudnya maqshid syariah atau tujuan hukum Islam.