

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP STRATEGI DAGANG LB CABANG
BOGOR DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN
1999 DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH**



SKRIPSI

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN
HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-
SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM
ILMU HUKUM ISLAM/ILMU HUKUM**

OLEH:

AKMAL AZRIALDI CHANDRA

20103080072

PEMBIMBING:

DR. MOCHAMAD SODIK, S.SOS., M.SI.

**PRODI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2024

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP STRATEGI DAGANG LB CABANG
BOGOR DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN
1999 DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH**



SKRIPSI

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN
HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-
SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM
ILMU HUKUM ISLAM/ILMU HUKUM**

OLEH:

AKMAL AZRIALDI CHANDRA

20103080072

PEMBIMBING:

DR. MOCHAMAD SODIK, S.SOS., M.SI.

**PRODI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2024

ABSTRAK

LB Cabang Bogor merupakan toko serba ada yang menjual barang dalam satu harga untuk semua barang dengan harga dimulai 100 ribu rupiah pada hari Sabtu, 50 ribu rupiah pada hari Minggu, 25 ribu pada hari Senin, 15 ribu pada hari Selasa, 10 ribu pada hari Rabu, 5 ribu pada hari Kamis, dan 2 ribu rupiah pada hari Jum'at. Barang yang dijual terdapat pakaian, perkakas rumah tangga, perlengkapan otomotif dan lainnya. Semua jenis barang bersifat acak tersebut dijual dalam jumlah terbatas yang menyebabkan tidak selalu tersedia setiap harinya. Praktik usaha tersebut akan diteliti melalui pandangan konsumen terhadap strategi dagang yang langsung dirasakan oleh mereka.

Penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan pokok: Bagaimana persepsi konsumen terhadap strategi dagang LB Cabang Bogor?; Bagaimana tinjauan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan Hukum Ekonomi Syariah tentang strategi dagang LB Cabang Bogor terhadap dunia persaingan usaha?. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang berlokasi di LB Cabang Bogor. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif-analitik dan sebagai pisau analisisnya menggunakan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 serta teori *al-munāfasah at-tijāriyyah*. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa berdasarkan persepsi konsumen terhadap strategi dagang LB Cabang Bogor ternyata diminati oleh para konsumen karena konsumen bisa mendapatkan barang mahal dengan harga yang sangat murah seperti tv, koper, blender, dan lain-lain pada saat LB melakukan penyegaran persediaan barang di mana penyegaran persediaan barang tersebut hanya dilakukan pada hari Sabtu meskipun barang-barang tersebut dijual dalam jumlah terbatas. Selain itu, berdasarkan perspektif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, strategi dagang LB diperbolehkan secara hukum karena strategi tersebut tidak terbukti melanggar Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Strategi LB memiliki kesamaan konsep dengan praktik *flash sale* yang terjadi di *E-Commerce* di mana jenis barang yang dijual dengan harga murah tersebut dijual dalam jumlah terbatas serta dilakukan dalam waktu sementara sehingga strategi tersebut tidak dapat dikategorikan sebagai perbuatan *predatory pricing*. Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah strategi dagang LB juga diperbolehkan menurut *syar'i* karena strategi dagang LB telah memenuhi kelima poin yang harus dipenuhi, yaitu bersifat adil, tidak merugikan diri sendiri dan orang lain, tidak menabrak batas-batas aturan agama dan negara, harus sesuai dengan etika bisnis, dan harus sesuai dengan kebiasaan masyarakat yang dianggap baik.

Kata Kunci: Jual Rugi, Persaingan Usaha, Hukum Ekonomi Syariah.

ABSTRACT

LB Branch Bogor is a department store that sells goods at a single price for all items, starting at 100 thousand rupiah on Saturday, 50 thousand rupiah on Sunday, 25 thousand on Monday, 15 thousand on Tuesday, 10 thousand on Wednesday, 5 thousand on Thursday, and 2 thousand rupiah on Friday. The goods sold include clothing, household tools, automotive equipment, and others. All types of these random goods are sold in limited quantities, causing them not always available every day. This business practice will be examined through the consumer's perspective on the trading strategy directly experienced by them.

This research tries to answer the main questions: How is the consumer's perception of the trading strategy of LB Branch Bogor?; How is the review of Law Number 5 of 1999 and Sharia Economic Law about the trading strategy of LB Branch Bogor towards the business competition world?. This research is a field research located at LB Branch Bogor. This research uses qualitative research methods that are descriptive-analytic and as its analytical knife uses Law Number 5 of 1999 and the theory of *al-munāfasah at-tijāriyyah*. The data collection techniques used are interviews, observations, and documentation.

The results of this study state that based on consumer perceptions of the LB Branch Bogor's trading strategy, it turns out to be favored by consumers because consumers can get expensive goods at a very cheap price such as TVs, suitcases, blenders, and others when LB refreshes their inventory. This inventory refresh is only done on Saturdays, even though these items are sold in limited quantities. In addition, from the perspective of Law Number 5 of 1999, LB's trading strategy is legally permitted because this strategy has not been proven to violate Article 20 of Law Number 5 of 1999. LB's strategy has a similar concept with the flash sale practice that occurs in E-Commerce where the type of goods sold at a cheap price are sold in limited quantities and are carried out temporarily so that this strategy cannot be categorized as predatory pricing. From the perspective of Sharia Economic Law, LB's trading strategy is also permitted according to sharia because LB's trading strategy has met the five points that must be fulfilled, namely being fair, not harming oneself and others, not violating the boundaries of religious and state rules, must be in accordance with business ethics, and must be in accordance with good community habits.

Keywords: Selling at a Loss, Business Competition, Sharia Economic Law.

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

FM-UINSK-BM-05-03/RO

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudara Akmal Azrialdi Chandra

Kepada Yth.,

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Akmal Azrialdi Chandra
NIM : 20103080072
Judul : "Persepsi Konsumen Terhadap Strategi Dagang
LB Cabang Bogor Dalam Perspektif Undang-
Undang Nomor 5 Tahun 1999 Dan Hukum
Ekonomi Syariah"

sudah dapat diajukan kepada Prodi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi atau tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 03 Januari 2024 M
23 Jumadil Akhir 1445 H

Pembimbing,

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.

NIP. 19680416 199503 1 004

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-39/Un.02/DS/PP.00.9/01/2024

Tugas Akhir dengan judul : PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP STRATEGI DAGANG LB CABANG BOGOR
DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 DAN
HUKUM EKONOMI SYARIAH

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AKMAL AZRIALDI CHANDRA
Nomor Induk Mahasiswa : 20103080072
Telah diujikan pada : Selasa, 09 Januari 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 65a9d53c2475f



Penguji I

Dr. Saifuddin, SHI., MSI.
SIGNED

Valid ID: 65a76ec35e762



Penguji II

Muhamad Ulul Albab Musaffa, Lc., M.H.
SIGNED

Valid ID: 65a9d08c680445



Yogyakarta, 09 Januari 2024

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 65a9dde71cc3

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

FM-UINSK-BM-05-03/RO

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Akmal Azrialdi Chandra
NIM : 20103080072
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul "PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP STRATEGI DAGANG LB CABANG BOGOR DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH" adalah asli, hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka.

Yogyakarta, 03 Januari 2024 M.
23 Jumadil Akhir 1445 H.

Yang menyatakan,



Akmal Azrialdi Chandra
NIM. 20103080072

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Jangan pernah merasa khawatir sulit mendapatkan pekerjaan setelah engkau lulus menjadi sarjana, karena bumiNya masih sangat luas untuk harus engkau pijak. Ingatlah rezeki telah diatur dan dicukupkan olehNya untuk seluruh umat manusia.”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Tulisan ini mungkin ditulis oleh seseorang yang sedang belajar mencari ilmu

Tulisan ini mungkin masih banyak kesalahan dan kekurangan dari berbagai sisi

Tulisan ini mungkin saja mengandung pro dan kontra bagi pembacanya

Namun demikian, harapannya tulisan ini akan memberikan sumbangsih bagi ilmu pengetahuan, khususnya di bidang hukum,

Dengan ucap rasa syukur kepada Allah SWT, izinkan saya mempersembahkan hasil tulisan saya kepada kedua orang tua saya yang senantiasa telah menyanggupi hingga menyemangati anaknya merantau di Yogyakarta sebagai mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,

Tulisan ini saya berikan kepada kampus tercinta yaitu UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai bentuk amal jariah saya untuk mahasiswa selanjutnya yang akan mengambil skripsi dengan tema penelitian yang serupa dengan saya supaya dapat memberikan sedikit gambaran mengenai penelitian yang akan ia tempuh.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SISTEM TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan tulisan Bahasa Arab ke Bahasa Latin. Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini menggunakan transliterasi berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	be
ت	Ta'	T	te
ث	Ša'	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ha'	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)

ر	Ra‘	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ص	Ṣad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa‘	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa‘	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa‘	F	ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em

ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	w
هـ	Ha'	H	ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	Ya'	Y	ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah

مُتَعَدِّدَةٌ	ditulis	<i>Muta'adiddah</i>
عِدَّةٌ	ditulis	'iddah

C. Ta' Marbûṭah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

حِكْمَةٌ	ditulis	<i>ḥikmah</i>
عِلَّةٌ	ditulis	'illah

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang al serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	ditulis	<i>Karāmah al-Auliā'</i>
--------------------------	---------	--------------------------

3. Bila ta' marbûṭah hidup atau dengan harakat fathah kasrah dan ḍammah ditulis t atau h.

زَكَاةُ الْفِطْرِ	ditulis	<i>Zakāh al-Fiṭri</i>
-------------------	---------	-----------------------

D. Vokal Pendek

1.	-----◌َ-----	Fathah	ditulis	a
2.	-----◌ِ-----	Kasrah	ditulis	i
3.	-----◌ُ-----	Ḍammah	ditulis	u

E. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif إِسْتِحْسَان	ditulis	ā <i>Istiḥsān</i>
2.	Fathah + ya' mati أُنْثَى	ditulis ditulis	ā <i>Unṣā</i>
3.	Kasrah + yā' mati الْعُلَوَانِي	ditulis ditulis	ī <i>al-‘Ālwānī</i>
4.	Ḍammah + wāwu mati عُلُوم	ditulis ditulis	û <i>‘Ulūm</i>

--	--	--	--

I. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati غيرهم	ditulis ditulis	ai <i>Gairihim</i>
2.	Fathah + wawu mati قول	ditulis ditulis	Au <i>Qaul</i>

II. Vokal Pendek yang ber Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعِدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَاِنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

III. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

الْقُرْآن	ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
-----------	---------	------------------

القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>
--------	---------	-----------------

- b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)nya.

الرسالة	ditulis	<i>ar-Risālah</i>
النساء	ditulis	<i>an-Nisā'</i>

IV. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

أهل الرأي	ditulis	<i>Ahl ar-Ra'yi</i>
أهل السنة	ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

K. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

- Kosa kata Arab yang lazim dalam bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya hadis, lafaz, shalat, zakat dan sebagainya.
- Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah di-Latin-kan oleh penerbit, seperti judul buku Al-Hijab, Fiqh Mawaris, Fiqh Jinayah dan sebagainya.
- Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tetapi berasal dari negara yang menggunakan huruf Latin, misalnya M. Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh dan sebagainya.

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي أنعمنا بنعمة الإيمان والإسلام. ونصلي ونسلم على خير الأنام

سيدنا محمد وعلى اله وصحبه أجمعين، أما بعد.

Puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa telah memberikan segala nikmat yang begitu banyak dan tiada henti kepada hambaNya, yang mana tak satupun umat manusia yang lahir ke muka bumi ini dapat menghitung segala nikmat yang telah diberikan olehNya sehingga skripsi dengan judul **“Persepsi Konsumen Terhadap Starategi Dagang LB Cabang Bogor Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan Hukum Ekonomi Syariah”** dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Salawat serta salam tak lupa tercurahkan kepada *uswatun hasanah* atau suri tauladannya umat manusia, yaitu Rasulullah SAW yang telah membimbing umatnya kepada jalan yang benar hingga akhir zaman kelak.

Segala upaya optimal telah dikerahkan oleh penulis dalam menyelesaikan tulisan ini, dimulai dari menentukan topik penelitian sampai dengan eksekusi data yang telah didapatkan pada saat observasi yang dituangkan ke dalam sebuah tulisan ilmiah berbentuk skripsi. Penulis sadar betul bahwa di dalam perjuangan keras menyelesaikan skripsi ini, terdapat pula segala kekurangan di dalamnya. Baik dalam segi teori maupun cara penulisan. Namun, itulah batas kemampuan penulis dalam mengerahkan segala kemampuannya dalam menuangkan isi pikiran penulis ke dalam sebuah tulisan berbentuk skripsi. Penulis berharap semoga tulisan ini

dapat memberikan manfaat kepada penulis maupun para pembaca yang membaca tulisan ini.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis pun sadar bahwa hasil tulisan ini tak serta merta tidak terdapat campur tangan orang lain. Pastinya terdapat campur tangan berupa dukungan dan do'a dari berbagai pihak. Oleh karena itu, izinkan penulis memberikan apresiasi kepada para pihak yang telah memberikan dukungan dan do'a berupa ucapan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
2. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, SH., M.Hum.
3. Wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Dr. Sri Wahyuni, S.Ag., M.Hum
4. Bapak Dr. Gusnam Haris, S.Ag., M.Ag. selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang telah memberikan dukungan dan masukan di awal penentuan judul skripsi penulis.
5. Bapak A Hashfi Luthfi, M.H. selaku Sekretaris Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang telah menjadi bapak kedua di program studi Hukum Ekonomi Syariah di saat kepala program studi Hukum Ekonomi Syariah sedang ada kesibukan lainnya.

6. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, dosen strata-1 pada program studi Hukum Ekonomi Syariah sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa selalu memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh keikhlasan dan kesabaran, juga tak kenal mengenal lelah menghadapi mahasiswa yang ingin bimbingan skripsi dengan beliau sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat pada waktunya.
7. Bapak Dr. Saifuddin, S.HI., M.SI. selaku dosen penguji 1 dan Bapak Muhamad Ulul Albab Musaffa, Lc., M.H. selaku dosen penguji 2 pada ujian munaqasyah penulis yang mana telah membantu menyempurnakan penulisan ini lewat revisi pasca ujian munaqasyah.
8. Ibu Lusia Nia Kurnianti S.H., M.H. seorang dosen sekaligus praktisi hukum kontrak yang telah bekerja selama puluhan tahun dalam menangani banyak klien atau perusahaan penting di Indonesia. Karena beliaulah penulis terinspirasi untuk melakukan penelitian bertema persaingan usaha setelah penulis mendapatkan perkuliahan bersama beliau pada saat itu selama 1 semester pada mata kuliah Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha. Beliau juga merupakan seorang ibu pengganti di rumah ketika mahasiswanya berada di kelas beliau yang mana seorang ibu selalu memberikan arahan, motivasi dan semangat dalam mengarungi kehidupan di masa yang akan mendatang.
9. Bapak Agung Wibowo, S.H., M.Kn. salah satu dosen yang telah memberikan banyak inspirasi bagi penulis selama masa perkuliahan.

Beliau merupakan seorang dosen, praktisi hukum kontrak dan juga notaris terkenal di Kabupaten Sleman yang telah banyak memberikan materi penting semasa studi pada program studi Hukum Ekonomi Syariah.

10. Segenap Bapak, Ibu Dosen dan tenaga pendidik, khususnya pada program studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama menjadi mahasiswa di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
11. Ayahanda bapak Drs. H. Bahrul Ulum, M.Pd.I dan Ibunda Hj. Rosinah yang telah membesarkan penulis dari kecil hingga dewasa atas kasih sayang, dukungan, motivasi dan do'anya yang tak pernah terputus untuk penulis sehingga penulis selalu merasa bersemangat untuk menggapai cita-cita menjadi seorang yang sukses di dunia maupun akhirat. Sebagai anak bungsunya, penulis berharap semoga setelah lulus menjadi seorang sarjana merupakan titik awal untuk bisa membahagiakan kedua orang tua penulis dengan melihat anaknya menjadi orang yang sukses. Karena tak satupun orang tua di dunia ini yang merasa biasa saja ataupun tidak bangga ketika melihat anaknya telah menjadi orang yang sukses.
12. Keempat kakak penulis, yaitu Bahtiar Rosyadi, S.Pd.I., M.Pd., Nurul Annisa, S.Pd.I., M.Pd., Izmia Fakhrunnisa, A.Md.Ak., S.T., dan Reza Akbari., S.Psi., yang telah menjadi sosok figur seorang kakak yang baik

dalam memberikan motivasinya untuk penulis agar terus bersemangat menimba ilmu setinggi-tingginya.

13. Bapak alm. H. Arifin dan Hj. Salamah beserta Bapak alm. H. Seran dan almh. Hj. Seni, mereka semua adalah kakek dan nenek penulis yang saat penulis masih kecil sangat menyayangi penulis dan mereka pun selalu ada dalam do'a penulis.
14. Bapak Ade Casmita, S.T. sebagai salah satu pihak yang telah berjasa dalam memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
15. Teman hidup Hany Lestari yang telah membantu penulis dalam bertukar pikiran mengenai skripsi hingga mengantarkan penulis untuk melaksanakan observasi.
16. Kedua sahabat Muhammad Fadli Abdillah yang berkuliah di Universitas Negeri Malang dan Ivan Hidayat yang berkuliah di Institut Teknologi Nasional Bandung sebagai salah satu teman terbaik yang pernah saya miliki sepanjang hidup saya.
17. Keluarga besar HMPS Hukum Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2022 yang telah penulis anggap sebagai keluarga di kampus. Meskipun masa bakti terasa singkat karena adanya pandemi saat itu, namun penulis merasa bersyukur karena telah mendapatkan berbagai pengalaman hebat di sana.
18. Keluarga besar DEMA-FSH UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2023 yang juga telah penulis anggap sebagai keluarga di kampus.

Meskipun berasal dari berbagai latar belakang yang berbeda, namun hal tersebut bukanlah sebuah halangan untuk bersatu bersama menjalani masa bakti di Dewan Eksekutif Mahasiswa.

19. Keluarga besar Studi Pengembangan Bahasa Asing (SPBA) dan segenap jajaran pengurus periode tahun 2023 yang mana telah menjadi rumah bagi penulis untuk berbagi sekaligus belajar bahasa internasional favorit penulis, yaitu Bahasa Inggris. Karena rumah ini lah penulis merasa kemampuan penulis dalam Bahasa Inggris semakin berkembang.
20. Perhimpunan Mahasiswa Bogor (Pamor Raya) sebagai saudara yang berasal dari kota yang sama, yaitu Bogor.
21. Grup “Audiensi Merdeka 2023” yang berisi rekan seperjuangan penulis dalam memperjuangkan hak seluruh mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah.
22. Rekan-Rekan Seperjuangan program studi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2020 yang telah menjadi rekan seperjuangan penulis dalam berproses di Kampus. Semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan dan kelancaran rezeki dalam setiap urusan yang sedang dikerjakan.
23. Semua pihak yang telah mendoakan penulis agar skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
SISTEM TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
D. Telaah Pustaka.....	8
E. Kerangka Teoretik.....	14
F. Metode Penelitian.....	18
G. Sistematika Pembahasan	20
BAB II PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DALAM KONTEKS BISNIS RETAIL MODERN.....	22
A. Tinjauan Umum Persaingan Usaha Perspektif UU No. 5 Tahun 1999	22
1. Pengertian Persaingan Usaha Secara Umum	22
2. Pengertian Persaingan Usaha Tidak Sehat	24
3. Landasan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia.....	25
4. Asas dan Tujuan Hukum Persaingan Usaha.....	30
5. Jenis-Jenis Persaingan Usaha Tidak Sehat	31
B. Sejarah Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia.....	44
C. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).....	47
D. Tinjauan Persaingan Usaha Perspektif Hukum Ekonomi Syariah	50

1. Pengertian Persaingan Usaha dalam Hukum Ekonomi Syariah	50
2. Kategori Persaingan Usaha dalam Hukum Ekonomi Syariah	55
3. Prinsip Dasar Persaingan Usaha dalam Islam	56
4. Bentuk Persaingan Usaha Yang Dilarang Dalam Hukum Islam	60
BAB III GAMBARAN UMUM DAN PENDAPAT KONSUMEN TERHADAP STRATEGI DAGANG LB CABANG BOGOR	64
A. Gambaran Umum LB Cabang Bogor	64
1. Profil LB Cabang Bogor	64
2. Letak Geografis LB Cabang Bogor	65
B. Sistem Penjualan LB Cabang Bogor	67
C. Pendapat Konsumen Terhadap Strategi Dagang LB Cabang Bogor	70
D. Pandangan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Tentang LB	72
BAB IV ANALISIS STRATEGI DAGANG LB CABANG BOGOR PERSPEKTIF UU NOMOR 5 TAHUN 1999 DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH	74
A. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Strategi Dagang LB	75
B. Tinjauan Hukum Strategi Dagang LB Cabang Bogor	77
1. Strategi Dagang LB Cabang Bogor Perspektif UU No. 5 Tahun 1999	77
2. Strategi Dagang LB Cabang Bogor Perspektif Hukum Ekonomi Syariah ..	84
BAB V PENUTUP	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN-LAMPIRAN	I

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam hiruk-pikuk dunia perdagangan yang terus berkembang, bisnis retail modern telah menjadi pilar utama yang membentuk pola belanja masyarakat modern.¹ Perubahan teknologi, transformasi gaya hidup, dan keinginan konsumen untuk mendapatkan pengalaman belanja yang tak terlupakan telah mengubah lanskap industri retail secara fundamental.² Dari sentuhan digital hingga keajaiban inovasi, bisnis retail modern menawarkan pesona yang tak tertandingi yang menarik para konsumen dalam pelukan ranah belanja yang tak terbatas.

Jika masyarakat terus berkembang mengikuti perkembangan inovasi perdagangan, maka persaingan bisnis retail modern akan terus mengalami evolusi juga. Perusahaan yang mampu menghadapi tantangan dengan keberanian dan kreativitas akan menjadi penentu dalam meraih keunggulan kompetitif. Dunia retail modern adalah arena pertarungan tanpa henti, di mana pesona dan intrik persaingan menciptakan kisah menarik yang menginspirasi dan membentuk dunia perdagangan kita.

¹ Reza Maulan dan Muhammad Musa, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berbelanja Di 212 Mart", Jurnal El Arbah, Vol. 5:1, (Agustus 2021), hlm. 35.

² *Ibid.*

Salah satu tantangan utama yang dihadapi bisnis retail modern adalah persaingan yang semakin ketat.³ Setiap harinya, ratusan bahkan ribuan merek dan perusahaan berlomba-lomba untuk menarik perhatian konsumen yang penuh perhitungan dan selektif. Dalam dunia digital yang penuh kebisingan ini, munculnya berbagai platform e-commerce dan media sosial telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan merek dan produk. Bisnis retail modern harus pandai membaca tren dan selalu berada di garis depan inovasi untuk bertahan dan berkembang.

Persaingan yang ketat dalam dunia retail modern bukanlah sekadar tentang menciptakan produk atau menawarkan layanan terbaik. Ini tentang menciptakan merek yang mampu menangkap imajinasi konsumen, memberikan pengalaman berbelanja yang menguntungkan dan menciptakan ikatan emosional yang tak tergantikan.⁴ Perusahaan retail terkemuka merancang strategi pemasaran yang brilian dan memperkuat visi merek mereka untuk memikat dan mengesankan para pelanggan. Dalam perangkat mereka, mereka menggunakan media sosial, influencer, dan kampanye kreatif untuk membentuk kisah unik yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Namun, persaingan di dunia retail modern bukanlah hal yang mudah. Setiap langkah dihitung dan didasarkan pada analisis data yang mendalam tentang perilaku konsumen dan tren pasar. Algoritma kecerdasan buatan

³ Masalah Bisnis Ritel dan Solusi Terbaik Untuk Menanganinya, diakses dari <https://www.paper.id/blog/bisnis/bisnis-ritel-adalah/>. Diakses pada tanggal 9 Juli 2023.

⁴ Brand Experience Adalah? Ini Definisi dan Tips yang Dibutuhkan, diakses dari <https://store.sirclo.com/blog/brand-experience-adalah/>. Diakses pada tanggal 13 Juli 2023.

digunakan untuk meramalkan permintaan, memahami preferensi, dan mencari celah untuk mendominasi pasar.⁵ Perusahaan yang cerdas dalam mengolah data akan mendapatkan keunggulan kompetitif yang sangat dibutuhkan dalam persaingan sengit ini.

Salah satu momen paling menarik dalam persaingan usaha di dunia retail modern adalah saat perusahaan menghadirkan inovasi yang mencengangkan. Dalam upaya untuk menjadi pelopor di industri, bisnis retail modern merilis produk revolusioner dan solusi unik yang mengubah cara kita berbelanja. Mulai dari teknologi kasir tanpa pegangan hingga pengalaman belanja virtual reality, inovasi ini tidak hanya mengundang decak kagum tetapi juga mempengaruhi standar industri secara keseluruhan.⁶

Di balik pesona dan intrik persaingan bisnis retail modern, ada semangat kewirausahaan yang tak terbendung. Para pelaku industri ini memulai perjalanan mereka dengan visi besar dan semangat juang yang luar biasa. Dari berbisnis dari garasi rumah hingga menjadi raksasa global, mereka menghadapi berbagai rintangan dan kegagalan, namun tetap teguh pada tujuan mereka untuk meraih kesuksesan. Semangat ini menciptakan lingkungan bisnis yang penuh semangat dan energi, yang menarik para pengusaha muda untuk mengambil bagian dalam dunia retail yang penuh tantangan.

⁵ Manfaat dan Cara Kerja Artificial Intelligence (AI) di Industri Makanan, diakses dari <https://portalpublikasi.id/2023/05/05/manfaat-dan-cara-kerja-artificial-intelligence-ai-di-industri-makanan/>. Diakses pada tanggal 13 Juli 2023.

⁶ Augmented Reality dan Virtual Reality, akan Mengubah Cara Anda Berbelanja, diakses dari <https://binus.ac.id/malang/2019/01/augmented-reality-dan-virtual-reality-akan-mengubah-cara-anda-berbelanja/>. Pada tanggal 14 Juli 2023.

Namun, persaingan bisnis retail modern juga memiliki sisi gelapnya. Banyak kasus persaingan yang tidak sehat, termasuk pemalsuan merek, pengambilan data rahasia, dan strategi pemasaran yang merugikan. Bisnis retail modern harus berhati-hati untuk tidak terjerumus ke dalam praktik yang tidak etis, karena hal ini dapat merusak reputasi mereka dan mengakibatkan kehilangan kepercayaan dari konsumen.

Pada pertengahan perjalanan penelitian ini, terdapat perubahan rencana penelitian yang mana penulis harus memberikan inisial terhadap nama perusahaan agar kerahasiaan identitas dapat terjaga dikarenakan permohonan izin penelitian yang ditujukan kepada perusahaan yang diteliti tersebut tidak diizinkan oleh pihak yang bersangkutan. Selain itu, penelitian ini menjadi fokus kepada persepsi konsumen yang secara langsung merasakan strategi dagang perusahaan yang diteliti.

Beberapa waktu yang lalu, masyarakat sekitar Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi dan Bandung dihebohkan dengan kehadiran sebuah toko retail modern yang bernama LB dengan mengusung konsep penjualan yang berbeda dengan ketiga toko tersebut. Dikutip dari website resmi LB bahwa LB merupakan toko retail modern yang mengusung 3 (tiga) konsep sekaligus untuk menarik perhatian para konsumennya, yaitu:

Pertama, menggunakan konsep *bin store* di mana LB menjual barang dagangannya dengan jumlah yang besar yang didapatkan dari para *supplier* yang kelebihan stok barang dan semua barang yang dijual dimasukan ke dalam boks besar, sehingga mengharuskan konsumen untuk mencari barang yang ingin

mereka beli di dalam boks besar tersebut . **Kedua**, dikarenakan semua barang yang dijual di LB berasal dari para *supplier* yang kelebihan barang maka mereka menjual barang-barang tersebut dengan cara memberikan diskon yang besar-besaran.

Ketiga, mereka memberikan sebuah tantangan untuk para konsumennya dalam pengalaman berbelanja dengan cara pembelian yang menantang, adapun yang dimaksud dengan pembelian yang menantang yaitu cara pembelian dengan sistem berbelanja seperti orang yang sedang berburu harta karun atau *treasure hunt* yang mana para konsumen diharuskan untuk menyusun strategi berbelanja sebelum datang ke toko agar mereka bisa mendapatkan barang keinginannya sewaktu mereka berbelanja di LB dengan harga yang menguntungkan layaknya seorang bajak laut yang sedang berburu harta karun.

Sejatinya, LB memiliki kesamaan dengan *Department Store* lainnya yang ada di Indonesia. Mereka pun menjual pakaian, peralatan rumah tangga, perhiasan dan aksesoris, kosmetik, mainan, cat, perlengkapan mandi, perangkat keras, barang olahraga, alat tulis, elektronik, dan lain sebagainya. Perbedaan yang mencolok hanyalah pada harga-harga barang yang dijual.

Dikutip dari website resmi LB, barang dengan harga termahal dijual dengan harga 100 ribu rupiah, sedangkan barang dengan harga termurah dijual sebesar 2 ribu rupiah berlaku untuk semua jenis barang yang dijual. Adapun strategi penjualan yang menggiurkan tersebut dengan catatan semua barang yang

dijual dengan harga diskon tergantung kepada waktu berbelanja karena barang-barang yang dijual setiap harinya mengalami penurunan harga.

Jika konsumen datang ke semua cabang LB pada hari Minggu, maka semua barang akan dijual seharga 50 ribu rupiah. Pada hari Senin semua barang akan dijual seharga 25 ribu rupiah. Pada hari Selasa semua barang akan dijual seharga 15 ribu rupiah. Pada hari Rabu semua barang akan dijual seharga 10 ribu rupiah. Pada hari Kamis semua barang akan dijual seharga 5 ribu rupiah. Pada hari Jum'at semua barang akan dijual seharga 2 ribu rupiah dengan syarat apabila konsumen tersebut telah menjadi member di LB. Dan pada hari Sabtu mereka akan mengisi kembali persediaan barang yang akan dijual atau *restock* barang sekaligus menjual semua barang seharga 100 ribu rupiah. Strategi yang dimiliki oleh LB tentu saja membuat masyarakat heboh dan seketika membuat LB dibanjiri oleh para pengunjung yang ingin berbelanja di sana. Mereka mengklaim bahwa semua barang yang mereka jual adalah barang baru dan berkualitas walaupun mereka menjualnya dengan harga yang sangat murah.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pendapat para konsumen sebagai subjek utama yang paling merasakan strategi dagang LB secara langsung di mana strategi tersebut merupakan sebuah teknik pemasaran yang membuat para konsumen dengan sukarela berkunjung ke LB sekaligus meramaikannya yang membuat penulis dapat menganalisis arah strategi dagang LB berdasarkan hasil *review* para konsumen dengan judul

“PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP STRATEGI DAGANG LB CABANG BOGOR DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan yang menarik untuk dikaji dan dianalisis, yaitu:

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap strategi dagang LB Cabang Bogor?
2. Bagaimana tinjauan UU Nomor 5 Tahun 1999 dan Hukum Ekonomi Syariah tentang strategi dagang LB Cabang Bogor terhadap dunia persaingan usaha?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap strategi dagang LB Cabang Bogor.
- b. Untuk mengetahui hasil tinjauan perspektif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan Hukum Ekonomi Syariah mengenai persepsi konsumen terhadap strategi dagang LB Cabang Bogor.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membaca sekaligus dapat bermanfaat juga bagi penulis sendiri. Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

- a. Manfaat teoritis.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan bagi siapa saja yang membaca hasil penelitian ini sekaligus menjadi pedoman untuk

penelitian selanjutnya yang masih memiliki keterkaitan dengan larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

b. Manfaat praktis.

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi tolak ukur dalam pelaksanaan praktek usaha secara sehat bagi siapapun yang ingin memulai usaha. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori-teori yang dapat menyebabkan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat sesuai dengan perkembangan zaman yang mungkin tidak disebutkan dalam peraturan manapun di Indonesia.

D. Telaah Pustaka

Promosi secara gencar-gencaran yang dilakukan oleh setiap perusahaan dalam suatu perdagangan adalah hal yang lumrah. Untuk mendobrak penjualan, maka setiap perusahaan akan menyusun strategi terbaik agar dapat menjaring pelanggan sebanyak-banyaknya. Sekilas tak ada masalah yang berarti dalam melakukan promosi, namun seringkali ada perusahaan yang nakal dalam melakukan promosi supaya mereka menjadi juara dalam persaingan usaha antar perusahaan lainnya dengan melakukan pelanggaran dalam dunia persaingan usaha.

Sejatinya sudah banyak pembahasan mengenai penelitian persaingan usaha tidak sehat yang dilakukan oleh para peneliti sebelum-sebelumnya. Oleh karena itu, untuk menghindari kesamaan dalam penelitian secara keseluruhan dengan penelitian yang telah ada maka setiap peneliti diwajibkan untuk

melakukan telaah pustaka. Penyusun menyertakan penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, di antaranya sebagai berikut:

Penelitian yang berjudul “Penetapan Harga Suatu Produk Di Bawah Harga Official Store Menurut Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dan Fiqh Muamalah” yang ditulis oleh Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang bernama Aulia Ma’rifah, di dalam skripsinya ia membahas tentang penetapan harga bagi suatu barang antara toko resmi dan toko tidak resmi di suatu *e-commerce* yang secara tak langsung memberikan keresahan akademik apakah adanya selisih harga yang mengakibatkan kerugian antara toko resmi maupun sebaliknya sehingga dikhawatirkan adanya persaingan usaha tidak sehat yang dapat timbul.⁷

Penelitian yang berjudul “Jual Beli Ponsel Pintar/Smartphone Dengan Sistem Jual Rugi/Predatory Pricing Menurut Uu No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dan Fiqh Muamalah. (Studi Kasus Toko Ponsel Grosell Kecamatan Jajag, Kabupaten Banyuwangi).” yang ditulis oleh Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah IAIN Jember (UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) bernama Rega Lukmantoro, di dalam skripsinya ia membahas tentang jual beli smartphone dengan harga jual rugi (*predatory pricing*) di sebuah konter yang menjual aneka smartphone dengan UU No. 5 Tahun 1999 sebagai acuan dasar apakah usaha jual rugi di

⁷ Aulia Ma’rifah, “Penetapan Harga Suatu Produk Di Bawah Harga Official Store Menurut Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dan Fiqh Muamalah.” Skripsi sarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (2021).

konter tersebut telah melakukan praktik usaha tidak sehat atau tidak. Selain itu, ia menggunakan fiqh muamalah sebagai tolak ukur lainnya.⁸

Penelitian yang berjudul “Tinjauan Sosiologi Hukum Islam Terhadap Praktek Persaingan Usaha (Studi Kasus Pedagang Pasar Klewer, Solo).” yang ditulis oleh Mahasiswi Hukum Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta bernama Amalia Nur Shabrina. di dalam skripsinya ia membahas tentang persaingan usaha di Pasar Klewer Solo yang cukup kompetitif. dalam persaingan usaha di Pasar Klewer, ada persaingan usaha berupa pemotongan harga secara besar-besaran dengan dalih cuci gudang agar mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya.⁹

Penelitian yang berjudul “Analisis Penyalahgunaan Posisi Dominan Dalam Menentukan Terjadinya Pelanggaran Jual Rugi (Predatory Pricing) Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha.” yang ditulis oleh Mahasiswi Ilmu Hukum Universitas Brawijaya bernama Aufa Sabila Bawi. di dalam skripsinya ia membahas tentang penyalahgunaan posisi dominan dalam menentukan pelanggaran jual rugi (predatory pricing). Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis penyalahgunaan posisi dominan dalam terjadinya pelanggaran jual rugi (predatory pricing) ditinjau dari UU No. 5 Tahun 1999. Pemilihan topik ini dilatarbelakangi dengan jual rugi (predatory

⁸ Rega Lukmantoro, “Jual Beli Ponsel Pintar/Smartphone Dengan Sistem Jual Rugi/Predatory Pricing Menurut Uu No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dan Fiqh Muamalah. (Studi Kasus Toko Ponsel Grosell Kecamatan Jajag, Kabupaten Banyuwangi).” Skripsi sarjana IAIN Jember (2020).

⁹ Amalia Nur Shabrina, “Tinjauan Sosiologi Hukum Islam Terhadap Praktek Persaingan Usaha (Studi Kasus Pedagang Pasar Klewer, Solo).” Skripsi sarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2014).

pricing) oleh pelaku usaha yang dapat menetapkan harga yang sangat rendah terhadap barang dan/atau jasa nya. Adapun jual rugi (predatory pricing) ini dilakukan oleh pelaku usaha yang memiliki posisi dominan.¹⁰

Penelitian yang berjudul “Dugaan Praktek Jual Rugi Oleh Produk Impor Melalui Situs E-Commerce Shopee.” yang ditulis oleh Mahasiswi Ilmu Hukum UPN Veteran Jakarta bernama Adinda Suci Rahayu. di dalam skripsinya ia membahas tentang pembuktian dari fenomena praktek jual rugi tersebut dan bagaimana langkah Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam upaya pencegahan terkait permasalahan yang diangkat. Hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa pelaku usaha asing yang menjual produk impor murah di situs e-commerce Shopee tidak melakukan praktik jual rugi. Hal ini dikarenakan meskipun harga produk impor yang dicantumkan lebih murah dibanding produk lokal, namun pada dasarnya terdapat faktor yang dapat mempengaruhi harga tersebut. Selain itu praktek tersebut juga tidak memenuhi unsur dalam monopoli. Selanjutnya terkait penanganan pada nyatanya, KPPU tidak tinggal diam. Tindakan awal yang dilakukan oleh KPPU adalah melakukan diskusi dengan pemerintah dan sudah menyiapkan beberapa langkah untuk kedepannya.¹¹

Penelitian yang berjudul “Persaingan Usaha Tidak Sehat Dengan Cara Jual Rugi atau Predatory Pracing Di Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember Dalam Prespektif Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Antimonopoli

¹⁰ Aufa Sabila Bawi, “Analisis Penyalahgunaan Posisi Dominan Dalam Menentukan Terjadinya Pelanggaran Jual Rugi (Predatory Pricing) Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha.” Skripsi sarjana Universitas Brawijaya (2022).

¹¹ Adinda Suci Rahayu, “Dugaan Praktek Jual Rugi Oleh Produk Impor Melalui Situs E-Commerce Shopee.” Skripsi sarjana UPN Veteran Jakarta (2022).

Dan Hukum Ekonomi Islam.” yang ditulis oleh Mahasiswi Hukum Ekonomi Syariah UIN KH Ahmad Siddiq Jember bernama Siti Nur Maulidatun Nafisah. di dalam skripsinya ia membahas tentang pelaku usaha yang melakukan persaingan usaha tidak sehat dengan cara jual rugi atau menetapkan harga di bawah harga pasar (*predatory pricing*), yang mana praktek jual rugi atau penetapan harga di bawah harga pasar (*predatory pricing*) ini akan merugikan pelaku usaha itu sendiri dan berhasil menyingkirkan pelaku usaha lain yang tidak mampu bersaing karena penetapan harga murah tersebut di Di Desa Sukorejo Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember.¹²

Penelitian yang berjudul “Keterkaitan Konsep Predatory Pricing Dalam Praktik Diskon Harga Pada Industri Konveksi Baju Melalui E-Commerce Berdasarkan Perspektif Hukum Persaingan Usaha” yang ditulis oleh Mahasiswa Ilmu Hukum Alfaro David Timotius dan Ratih Kemala Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Iblam Jakarta. Dalam jurnal tersebut mereka membahas tentang perilaku pedagang di e-commerce yang menjual bajunya dengan memberikan diskon pada waktu *flash sale*. Meskipun diskon tidak dilarang dalam UU Persaingan Usaha, namun diskon menjadi kedok untuk menarik perhatian pembeli karena setelah adanya diskon maka barang yang dijual di e-commerce tersebut menjadi sangat rendah sehingga hal tersebut dapat dikategorikan sebagai praktik *predatory pricing*. Hal tersebut didukung oleh bukti lainnya yaitu setiap pelaku

¹² Siti Nur Maulidatun Nafisah, “Persaingan Usaha Tidak Sehat Dengan Cara Jual Rugi atau Predatory Pricing Di Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember Dalam Prespektif Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Antimonopoli Dan Hukum Ekonomi Islam.” Skripsi sarjana UIN KH Ahmad Siddiq Jember (2017).

usaha mengatur harga jual barangnya atas inisiatif dirinya sendiri, sedangkan e-commerce hanyalah media mereka sebagai tempat perdagangan.¹³

Penelitian yang berjudul “Tinjauan Hukum Praktik Jual Rugi Dalam Industri Retail Berdasarkan UU No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Pada Swalayan Maju Bersama Glugur)” yang ditulis oleh Mahasiswa Ilmu Hukum Lukman Haryanto Sianipar, Lesson Sihotang dan Tulus Siambaton Universitas HKBP Nommesen. Dalam jurnal tersebut mereka membahas tentang sebuah toko retail yang bernama Swalayan Maju Bersama Gugur yang melakukan jual beli rugi yang dilakukan oleh Swalayan Maju Bersama. Dalam jurnal ini para peneliti berfokus kepada kesadaran pihak swalayan tersebut apakah mereka mengetahui jikalau praktik usaha yang mereka lakukan telah melakukan persaingan usaha tidak sehat dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak yang terlibat di swalayan tersebut.¹⁴

Sejauh pencarian yang dilakukan oleh penyusun tidak ditemukan adanya penelitian ilmiah dengan objek konsumen LB Cabang Bogor. Namun demikian, terdapat perbedaan antara penelitian dengan tema persaingan usaha yang dilakukan oleh penyusun dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada objek penelitiannya.

¹³ Alfaro David Timotius, Ratih Kemala, Keterkaitan Konsep Predatory Pricing Dalam Praktik Diskon Harga Pada Industri Konveksi Baju Melalui E-Commerce Berdasarkan Perspektif Hukum Persaingan Usaha. Jurnal Ilmiah Publika Vol.10:2 tahun 2022.

¹⁴ Lukman Haryanto Sianipar, Lesson Sihotang, Tulus Siambaton, Tinjauan Hukum Praktik Jual Rugi Dalam Industri Retail Berdasarkan UU No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Pada Swalayan Maju Bersama Glugur). Jurnal Hukum Vol. 07:3 tahun 2018.

Objek penelitian kali ini adalah meneliti tentang persepsi konsumen mengenai strategi dagang LB Cabang Bogor yang ditinjau berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999 dan Hukum Ekonomi Syariah.

E. Kerangka Teoretik

Agar penelitian kali ini tetap pada jalurnya, maka dibutuhkan beberapa kerangka teori sebagai penjabar dari hasil penelitian. Adapun kerangka teori yang digunakan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Undang-Undang No. 5 Tahun 1999

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang dikenal sebagai Undang-Undang Anti Monopoli, merupakan landasan kebijakan persaingan usaha di Indonesia. Undang-Undang Anti Monopoli memiliki pendekatan yang khas dalam mengatasi situasi persaingan usaha baik dari perusahaan besar maupun usaha kecil.¹⁵ Selain itu, undang-undang ini juga mengharamkan penggunaan kekuatan pasar oleh pelaku usaha untuk menghalangi pesaing atau melakukan tindakan lain yang dapat merugikan usaha lainnya. Salah satu tujuan utama Undang-Undang ini adalah memastikan bahwa setiap pelaku usaha memiliki peluang yang sama dalam berbisnis.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mengatur tentang bentuk-bentuk praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang dilarang

¹⁵ Ningsih Ayup Suran, "Implikasi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm)," *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, Vol. 3:1 (Januari 2019), Hlm. 207-215.

dilakukan oleh pelaku usaha. Undang-Undang ini juga mengatur secara khusus tentang pengawasan dan penegakan hukum terhadap setiap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Bentuk-bentuk praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang dilarang tersebut berupa perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang, serta posisi dominan pelaku usaha pada perusahaan tertentu yang dapat menciptakan timbulnya praktik monopoli.¹⁶

Sesuai amanat UU No. 5 Tahun 1999 pada sektor kelembagaan, dibentuklah lembaga yang disebut dengan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Salah satu tugas dan fungsi KPPU yaitu menangani persaingan usaha yang tidak sehat yang dilakukan oleh para pelaku usaha dan melakukan pemeriksaan terhadap pihak yang diduga melakukan pelanggaran terhadap UU No. 5 Tahun 1999.¹⁷

Proses pemeriksaan KPPU dilakukan dengan memeriksa dugaan pelanggaran berdasarkan pendekatan sesuai UU No. 5 Tahun 1999. Ketentuan pasal-pasal dalam UU No. 5 Tahun 1999 menggunakan dua pendekatan, yakni secara *per se illegal* dan secara *rule of reason*. Pendekatan *rule of reason* adalah suatu pendekatan yang digunakan oleh lembaga otoritas persaingan usaha (dalam hal ini Komisi Pengawas Persaingan Usaha) untuk membuat evaluasi mengenai akibat perjanjian atau kegiatan usaha tertentu,

¹⁶ Lewinda Oletta Sidabutar, “Pendekatan “Per Se Illegal” dan “Rule of Reason” dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat,” *Jurnal Rechtsvinding* (April 2020), hlm.1.

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 2.

guna menentukan apakah suatu perjanjian atau kegiatan tersebut bersifat menghambat atau mendukung persaingan. Sebaliknya, pendekatan *per se illegal* adalah menyatakan setiap perjanjian atau kegiatan usaha tertentu sebagai ilegal, tanpa pembuktian lebih lanjut atas dampak yang ditimbulkan dari perjanjian atau kegiatan usaha tersebut.¹⁸

Pendekatan *per se illegal* ini dapat diketahui dari ketentuan pasal yang memuat kata “dilarang” tanpa anak kalimat “yang dapat mengakibatkan”. Misalnya penyelidikan terhadap beberapa perjanjian atau kegiatan usaha. Sedangkan pendekatan *rule of reason* dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dapat diketahui dari ketentuan pasal-pasal yang memuat frasa “yang dapat mengakibatkan” dan/atau “patut diduga”. Frasa-frasa tersebut menyiratkan perlunya penelitian terlebih dahulu secara mendalam apakah suatu tindakan dapat menimbulkan praktik monopoli yang bersifat menghambat persaingan atau tidak.¹⁹

2. *Al- Munāfasah At-Tijāriyyah*

Konsep ini merupakan hasil dari pemikiran para fuqaha kontemporer yang mana sangat tepat digunakan untuk mengkaji fenomena yang berkaitan dengan dunia persaingan usaha sebagaimana tertulis dalam Buku Fikih Persaingan Usaha karya Lakpesdam PBNU (Lembaga Kajian dan

¹⁸ Jual Rugi Pada Persaingan Usaha Fotocopy Di Lingkungan Kampus Iain Langsa (Perspektif UU No. 5 Tahun 1999 Dan Fiqh), hlm. 52.

¹⁹ Zahry Vandawati Chumaida, “Pendekatan Per Se Illegal dan Rule of Reason dalam Persaingan Usaha,” <https://www.hukumonline.com/klinik/a/pendekatan-per-se-illegal-dan-rule-of-reason-dalam-persaingan-usaha-lt4b94e6b8746a9/>, akses 13 Juli 2023.

Pengembangan Sumber Daya Manusia-Pengurus Besar Nahdlatul Ulama) yang bekerjasama dengan KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha).

Konsep *al-munāfasah at-tijāriyyah* dalam fikih kontemporer merupakan bahasan *mu'āmalah*, yakni hubungan ekonomi yang melibatkan para pelaku usaha (*at-tujjār*) dalam rangka memperoleh keuntungan dan kemaslahatan publik dalam hubungan ekonomi. Dalam konsep persaingan usaha, Islam menganjurkan agar persaingan usaha harus dilandasi dengan nilai-nilai kebaikan, kejujuran, dan keadilan untuk mewujudkan kemaslahatan dan memperoleh ridla Allah SWT. Selain itu, dalam Etika Bisnis Islam melarang manusia melakukan persaingan usaha yang dapat menimbulkan kerugian bagi para pihak yang saling berkaitan dengan bisnis yang sedang dijalannya, seperti penjual dan pembeli yang dilarang untuk saling merugikan satu sama lain.

Dalam membangun ekonomi, diperlukan kompetisi yang fair dan konstruktif. Oleh karena itu, Para pakar ekonomi Islam kontemporer membagi persaingan usaha ke dalam dua bagian. **Pertama**, persaingan usaha yang sesuai dengan syariat (*al-munāfasah at tijāriyyah al-masyrū'ah*), yakni persaingan antarpelaku usaha yang sehat, wajar, tidak menabrak batas-batas aturan agama dan negara, tidak disertai perjanjian yang merugikan pihak lain, dan sesuai dengan etika bisnis serta kebiasaan masyarakat yang dianggap baik.

Kedua, persaingan usaha yang tidak disyariatkan (*al-munāfasah at-tijāriyyah gayr al-masyrū'ah*), yakni persaingan usaha yang tidak sehat, tidak

wajar, melampaui batas-batas yang ditoleransi dengan menggunakan praktik praktik atau cara-cara yang negatif yang berujung pada monopoli, melanggar kebiasaan baik yang berlaku di kalangan para pelaku usaha, dan bertentangan dengan etika-etika bisnis. Dengan kata lain, persaingan usaha yang tidak sehat adalah setiap praktik usaha yang merugikan pihak lain dengan cara-cara yang melanggar agama dan undang-undang yang berlaku di masyarakat.²⁰

F. Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan secara langsung, intensif, terperinci dan mendalam terhadap objek untuk mendapatkan data yang akurat sebagai bahan analisis dengan desain kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian dilakukan secara langsung terhadap persepsi konsumen terhadap strategi dagang “LB” Cabang Bogor.

2. Sifat Penelitian

Dalam penelitian kualitatif ini memiliki sifat deskriptif analitik, yang memiliki fungsi untuk mendeskripsikan suatu objek yang telah diteliti melalui data sampel yang sudah dikumpulkan secara apa adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku bagi khalayak umum.

²⁰ Ahmad Rumadi dkk, *Fikih Persaingan Usaha*, (Jakarta: Lakpesdam PBNU, 2019), hlm. 42-48

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

- 1) Observasi, yaitu pengumpulan data dengan mengamati objek penelitian secara langsung. Dalam hal ini peneliti akan mengamati LB Cabang Bogor secara langsung dengan cara memposisikan peneliti sebagai konsumen sehingga peneliti pun dapat merasakan strategi dagang LB Cabang Bogor seperti konsumen lainnya.
- 2) Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan kepada konsumen untuk mendapatkan informasi mengenai persepsi konsumen terhadap strategi dagang LB yang dapat dirasakan secara langsung oleh konsumen. Tipe wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur dengan memberikan pertanyaan yang serupa kepada semua informan yang mana peneliti hanya mendapatkan delapan informan karena tingkat kejenuhan sudah tercapai. Disebut jenuh yaitu bila informan berikutnya telah memberikan informasi yang sama dengan informan sebelumnya sehingga tidak ada informasi baru yang dapat diperoleh untuk penulis.²¹
- 3) Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dokumentasi seperti rekaman hasil wawancara dan foto bersama dengan konsumen yang peneliti wawancarai.

²¹ Adi Susilo Jahja,” Berapa Jumlah Informan Riset Kualitatif?,” <https://dosen.perbanas.id/berapa-jumlah-informan-riset-kualitatif/>, akses 13 Januari 2024.

b. Data Sekunder

Data ini merupakan data yang diperoleh melalui buku, jurnal, artikel, website yang berisi profil dan blog, serta sosial media tentang LB Cabang Bogor yang digunakan untuk mengetahui LB Cabang Bogor lebih dekat dan juga sebagai pelengkap sekaligus pendukung bahan penelitian.

4. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah pendekatan yuridis-empiris. Yaitu suatu pendekatan penelitian hukum mengenai implementasi ketentuan-ketentuan hukum normatif secara langsung pada setiap peristiwa hukum yang terjadi di dalam masyarakat.

5. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kali ini menggunakan analisis Induktif-Kualitatif. Penelitian diawali dengan pengamatan di lapangan serta pengumpulan data dan diakhiri dengan pengambilan kesimpulan.

G. Sistematika Pembahasan

Agar mempermudah pembahasan dalam skripsi ini, peneliti memetakan beberapa pembahasan menjadi 5 (lima) bab sesuai dengan sistematika pembahasan pada penelitian, yaitu:

Bab I, yaitu memuat pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II, yaitu memuat landasan-landasan teori yang berkaitan dengan dunia persaingan usaha berdasarkan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 dan

Hukum Ekonomi Syariah yang digunakan untuk mengkaji persoalan tersebut secara komprehensif.

Bab III, yaitu berisi gambaran umum terkait dengan perusahaan yang diulas oleh konsumen, yang mana pengulasan yang dimaksud adalah pengulasan strategi dagang yang dirasakan secara langsung oleh para konsumen. Adapun urutan dari pembahasan BAB III secara rinci berupa gambaran umum LB Cabang Bogor, letak geografis LB Cabang Bogor, sistem penjualan LB Cabang Bogor yang kerap digemari oleh para pengunjung dan pendapat konsumen terhadap strategi dagang LB Cabang Bogor yang turut dirasakan secara langsung oleh para konsumen.

Bab IV, dalam bab ini memuat hasil analisis penulis dengan menjabarkan tinjauan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat sekaligus Hukum Ekonomi Syariah terhadap persepsi konsumen terhadap strategi dagang LB Cabang Bogor dengan menggunakan teori yang telah dijabarkan pada kerangka teoretik.

Bab V, yaitu berisi Penutup. Dalam bab ini penulis memberikan jawaban atas rumusan masalah yang telah dirumuskan pada Bab I, jawaban tersebut selanjutnya yang menjadi kesimpulan dalam penelitian ini, selain itu dipaparkan pula saran-saran yang berkaitan dengan temuan-temuan dalam penelitian baik berupa saran akademik ataupun saran praktik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan, sebagai jawaban dari permasalahan yang menjadi objek penelitian ini, penulis dapat mengambil sebuah intisari sebagai berikut:

1. Strategi dagang LB Cabang Bogor diminati oleh para konsumen karena harga barang yang dijual sangat murah dan juga tidak akan ditemukan di tempat manapun, hal tersebut berlaku untuk barang mahal yang dijual dengan harga murah jika konsumen datang pada hari Sabtu di mana LB sedang melakukan penyegaran persediaan barang untuk dijual meskipun barang mahal yang dijual dengan harga murah tersebut dijual dalam jumlah terbatas.
2. Berdasarkan perspektif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, strategi dagang LB tidak terbukti melanggar Pasal 20 UU Nomor 5 Tahun 1999 karena memiliki kesamaan konsep dengan praktik *flash sale* di *E-Commerce*. Praktik tersebut melibatkan penjualan barang mahal dengan harga murah dalam jumlah terbatas dan dalam jangka waktu tertentu. Hal ini menyebabkan strategi tersebut tidak dapat dianggap sebagai *predatory pricing*, sehingga secara hukum dianggap sah. Selain itu, berdasarkan perspektif Hukum Ekonomi Syariah strategi dagang LB juga diperbolehkan menurut *syar'i* karena strategi dagang LB telah memenuhi kelima poin yang harus dipenuhi, yaitu bersifat adil, tidak merugikan diri sendiri dan orang

lain, tidak menabrak batas-batas aturan agama dan negara, harus sesuai dengan etika bisnis, dan harus sesuai dengan kebiasaan masyarakat yang dianggap baik.

B. Saran

Secara garis besar penulisan tulisan ini berjalan dengan lancar, namun terdapat sedikit kendala di dalam penelitian ini. Kendala dari penelitian ini adalah sulitnya mendapatkan akses secara penuh kepada perusahaan sehingga data yang didapatkan tidak bisa disajikan secara maksimal. Penelitian tentang persaingan usaha perlu dilakukan secara teliti oleh peneliti manapun, khususnya tentang praktik jual rugi.

Tujuan dari saran pada akhir tulisan ini dimaksudkan untuk koreksi dan evaluasi, supaya hasil penelitian atau laporan yang dibuat di kesempatan yang akan datang semakin membaik. Artinya, sifat koreksi ini tidak hanya untuk peneliti saja, tetapi bagi calon peneliti yang akan datang yang melihat ada kekurangan pada penelitian sebelumnya, dapat dikaji atau diteliti ulang demi hasil penelitian yang lebih baik lagi. Adapun beberapa saran dari peneliti sebagai berikut:

1. Akademik

Saran dari sisi akademik ditujukan kepada peneliti selanjutnya yaitu harus dapat memastikan perihal perizinan apabila ingin melakukan penelitian jual rugi yang dilakukan oleh suatu pelaku usaha karena isu jual rugi di Indonesia dapat menyerempet ke masalah lainnya, seperti masalah perpajakan, impor,

dan lain-lain yang menyebabkan suatu barang bisa dijual dengan harga murah di pasaran bahkan hingga ke masalah perlindungan konsumen.

Selain itu, diperlukannya konsultasi hukum dengan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) apabila peneliti selanjutnya merasa konsultasi hukum tersebut dibutuhkan di dalam penulisan supaya hasil penelitian selanjutnya dapat dihasilkan secara tepat dan akurat.

2. Pelaku Usaha

Saran dari sisi pelaku usaha ditujukan kepada semua pelaku usaha. Seiring perkembangan zaman membuat teknologi semakin canggih dan daya berpikir manusia semakin inovatif yang mengakibatkan persaingan antar pelaku usaha akan semakin ketat. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha harus selalu memastikan untuk mematuhi segala ketentuan yang terdapat pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang mengatur tentang persaingan usaha antar pelaku usaha.

Harapan penulis, iklim persaingan usaha harus selalu dijaga agar tak ada satupun pelaku usaha yang merasa dirugikan. Karena sejatinya persaingan usaha harus berdasarkan Asas Demokrasi Ekonomi sebagaimana diatur pada Pasal 2 UU No. 5 Tahun 1999 yang memperhatikan keseimbangan antar kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum supaya dapat menjamin sistem persaingan usaha yang bebas dan adil untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, serta menciptakan sistem perekonomian yang efisien.

3. Masyarakat

Saran dari sisi masyarakat ditujukan kepada calon konsumen yang nantinya akan berbelanja di suatu tempat. Masyarakat dihimbau untuk selalu cermat dalam berbelanja, karena segala hal yang menguntungkan yang datang dari tempat sehari-hari kita berbelanja sejatinya tidak selamanya bisa menguntungkan.

Isu persaingan usaha ini secara teori dapat menyinggung ke arah perlindungan konsumen, oleh karena itu masyarakat perlu mendapatkan himbauan untuk bersikap cermat dalam berbelanja seperti yang sudah disebutkan di atas.

4. Komisi Pengawas Persaingan Usaha

Saran dari sisi Komisi Pengawas Persaingan Usaha ditujukan pada sisi pengawasan terhadap pelaku usaha, karena di luar sana masih banyak pelaku usaha yang melakukan praktik usaha yang dilarang oleh undang-undang.

Oleh karena itu, Komisi Pengawas Persaingan Usaha selaku otoritas yang berwenang harus lebih sering melakukan patroli terhadap pelaku usaha yang mulai nakal dalam menjalani usahanya supaya tidak ada pelaku usaha manapun yang merasa dirugikan.

DAFTAR PUSTAKA

A. Al-Qur'an

Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.

B. Hadis

Al-Imam Mohammed ben Ismail Al-Bukhari, *Sahih Al-Buhari*, Beirut: Dar-Al-Kotob Al-Ilmiyah, 2017.

Abu Dawud Al-Sijistani, *Sunan Abu Daud*, disadur oleh Mohammed Abdulaziz Al-Khalidi, Beirut: Dar Al-Kotob Al-Ilmiyah, 2016.

Imam Muslim, *Shahih Muslim*, dalam Masyhari (ed.), dkk., *Ensiklopedia Hadits Shahih Muslim 2*, Jakarta: Penerbit Almahira, 2012.

Imam Muslim, *Shahih Muslim*, alih bahasa 'Abdul Hamid Siddiqi, cet. ke-3, Delhi: Adam Publishers & Distributors, 1999.

Imam Nawawi, *Hadits Arbain An-Nawawiyah*, alih bahasa Agus Waluyo, cet. ke-1, Surabaya: AW Publisher, 2005.

C. Fikih/Ushul Fikih

Ahmad Rumadi, dkk, *Fikih Persaingan Usaha*, Jakarta: Lakpesdam PBNU, 2019.

Duski Ibrahim, *Al-Qawa'id Al-Fiqhiyah (Kaidah-Kaidah Fiqih)*, cet. ke-1, Palembang: Noer Fikri, 2019.

Tim Kaki Lima, *Formulasi Nalar Fiqh*, cet. V, Surabaya: Khalista, 2009.

Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adillatuhu*, alih bahasa Abdul Hayyie al-Kattani, Cet. ke-1, Jakarta: Gema Insani, 2011.

D. Peraturan Perundang-Undangan dan Peraturan Hukum Lain

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023

Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 2021

Peraturan KPPU No. 2 Tahun 2023

E. Buku

Amal Ahmad Mahmud, *Al-Munāfasah At-Tijāriyyah Fiy Al-Fiqh Al-Islāmiy wa Atsaruhā 'ala As Sūq: Risālah Majister*, Nabulsi: Jami'ah an-Najah al-Wathaniyyah, 2012.

Ibn Rusyd, *Bidāyat al-Mujtahid wa Nihāyat al-Muqtashid*, vol. 2, Surabaya: al-Hidayah, t.t.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: KPPU, 2017.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Pedoman Pasal 5 Tentang Penetapan Harga UU No. 5/1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2011.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Pedoman Pasal 11 Tentang Kartel*, Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2011.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Pedoman Pelaksanaan Pasal 15 UU No.*

5/1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha

Tidak Sehat, Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2011.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Pedoman Pelaksanaan Pasal 1 (Monopoli)*

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek

Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Jakarta: Komisi

Pengawas Persaingan Usaha, 2011.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Pedoman Pelaksanaan Ketentuan Pasal*

19 Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek

Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Jakarta: Komisi

Pengawas Persaingan Usaha, 2011.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 Tentang*

Jual Rugi (Predatory Pricing), Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan

Usaha, 2009.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Pedoman Pasal 22 Tentang Larangan*

Persekongkolan Dalam Tender, (Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan

Usaha, 2010.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Pedoman Pelaksanaan Pasal 25 Tentang*

Penyalahgunaan Posisi Dominan Berdasarkan UU Nomor 5 Tahun

1999, Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2010.

F. Jurnal dan Skripsi

Alfaro David Timotius dan Ratih Kemala, “Keterkaitan Konsep Predatory Pricing Dalam Praktik Diskon Harga Pada Industri Konveksi Baju Melalui E-Commerce Berdasarkan Perspektif Hukum Persaingan Usaha.” *Jurnal Ilmiah Publika*, Vol.10:2 (tahun 2022).

Adelina Nasution, “Jual Rugi Pada Persaingan Usaha Fotocopy Di Lingkungan Kampus Iain Langsa (Perspektif Uu No. 5 Tahun 1999 Dan Fiqh).”

Arista Riris dan Abdul Wahab A. Khalil, “Jual Beli Rambut untuk Wig dan Hair Extensions Ditinjau dari Sosiologi Hukum Islam (Studi Kasus Pada Salon Kecantikan di Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri),” *Jurnal Qawanin*, Vol. 5:2 (Desember 2021).

Anna Marina dan Didin Fatihudin, “Pasar Oligopoli Di Indonesia (Kasus Trading Term dan Dominansi Carrefour pada Pasar Ritel Modern di Indonesia),” *Jurnal Balance Ekonomi, Bisnis, Manajemen dan Akunting*, Vol. 5:9 (Juli 2018)

Aulia Ma’rifah, “Penetapan Harga Suatu Produk Di Bawah Harga Official Store Menurut Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dan Fiqh Muamalah.” Skripsi sarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (2021).

Amalia Nur Shabrina, “Tinjauan Sosiologi Hukum Islam Terhadap Praktek Persaingan Usaha (Studi Kasus Pedagang Pasar Klewer, Solo).” Skripsi sarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2014).

Aufa Sabila Bawi, “Analisis Penyalahgunaan Posisi Dominan Dalam Menentukan Terjadinya Pelanggaran Jual Rugi (Predatory Pricing) Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha.” Skripsi sarjana Universitas Brawijaya (2022).

Adinda Suci Rahayu, “Dugaan Praktek Jual Rugi Oleh Produk Impor Melalui Situs E-Commerce Shopee.” Skripsi sarjana UPN Veteran Jakarta (2022).

Billyzard Yossy Luran dan I Made Sarjana, “Praktik Flash Sale Pada E-Commerce Ditinjau Dari Ketentuan Predatory Pricing Dalam Hukum Persaingan Usaha,” Jurnal Kertha Negara, Vol. 9:12 (2021).

Fauzi Ahmad, “Pengawasan Praktek Monopoli Sebagai Bentuk Persaingan Usaha Tidak Sehat,” Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 6:2 (Desember 2021).

Lewinda Oletta Sidabutar, “Pendekatan “Per Se Illegal” dan “Rule of Reason” dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat,” Jurnal Rechtsvinding (April 2020).

Lukman Haryanto Sianipar dkk., “Tinjauan Hukum Praktik Jual Rugi Dalam Industri Retail Berdasarkan UU No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Pada Swalayan Maju Bersama Glugur).” Jurnal Hukum Vol. 07:3 (tahun 2018).

Ningsih, Ayup Suran, “Implikasi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkkm),” Jurnal Penelitian Hukum De Jure, Vol. 3:1 (Januari 2019).

Nama Kiagoos, “Perjanjian Yang Dilarang Berdasarkan Perspektif Hukum Persaingan Usaha Indonesia,” Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan, Vol. 5:2 (Maret 2021).

Primadona Yayang dan Yusep Rafiqi, “Analisis Swot Pada Strategi Persaingan Usaha Minimarket Madina Purbaratu Kota Tasikmalaya,” Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 4:1 (Mei 2019)

Reza Maulan dan Muhammad Musa, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berbelanja Di 212 Mart”, Jurnal El Arbah, Vol. 5:1, (Agustus 2021).

Rahmawati Suci dan Amanda Ayu Rizkia, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Anti Monopoli Dan Persaingan Bisnis Tidak Sehat : Globalisasi Ekonomi, Persaingan Usaha, Dan Pelaku Usaha. (Literature Review Etika),” Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, Vol. 2:5 (Juni 2021).

Rokilah, “The Role of the Regulations in Indonesia State System,” Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 4:1 (Juni 2020).

Rega Lukmantoro, “Jual Beli Ponsel Pintar/Smartphone Dengan Sistem Jual Rugi/Predatory Pricing Menurut Uu No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dan Fiqh Muamalah. (Studi Kasus Toko Ponsel Grosell Kecamatan Jajag, Kabupaten Banyuwangi).” Skripsi sarjana IAIN Jember (2020).

Siti Nur Maulidatun Nafisah, “Persaingan Usaha Tidak Sehat Dengan Cara Jual Rugi atau Predatory Pricing Di Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember Dalam Prespektif Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Antimonopoli Dan Hukum Ekonomi Islam.” Skripsi sarjana UIN KH Ahmad Siddiq Jember (2017).

G. Hasil Wawancara dan Penelitian

Wawancara dengan AKB, Juru Parkir LB Cabang Bogor, tanggal 26 September 2023.

Wawancara dengan FMS, pengunjung LB Cabang Bogor, tanggal 26 September 2023.

Wawancara dengan IH, Pengunjung di LB Cabang Bogor, tanggal 26 September 2023.

Wawancara dengan SMT, Pedagang di sekitar LB Cabang Bogor, tanggal 26 September 2023.

Wawancara dengan YTI, Pedagang di sekitar LB Cabang Bogor, tanggal 26 September 2023.

Wawancara dengan BY, Pedagang di sekitar LB Cabang Bogor, tanggal 26 September 2023.

Wawancara dengan AM, Pengunjung di LB Cabang Bogor, tanggal 26 September 2023.

Wawancara dengan AMN, Pengunjung di LB Cabang Bogor, tanggal 26 September 2023.

Wawancara dengan Bpk. Kamal Barok, Kepala Bidang Penegakan Hukum
Komisi Pengawas Persaingan Usaha Kanwil VII Daerah Istimewa
Yogyakarta, tanggal 13 Desember 2023.

H. Lain-Lain

Augmented Reality dan Virtual Reality, akan Mengubah Cara Anda Berbelanja,
diakses dari [Augmented Reality dan Virtual Reality, akan Mengubah
Cara Anda Berbelanja | BINUS UNIVERSITY MALANG | Pilihan
Universitas Terbaik di Malang](#), akses 14 Juli 2023.

Adi Susilo Jahja, “Berapa Jumlah Informan Riset Kualitatif?,” [Berapa Jumlah
Informan Riset Kualitatif? - Dosen Perbanas](#), akses 13 Januari 2024.

Barsyan Jafar Ali, “Persaingan Dalam Pengadaan Barang/Jasa,” [Sekretariat
Kabinet Republik Indonesia | Persaingan Dalam Pengadaan Barang/Jasa
\(setkab.go.id\)](#), akses 10 Oktober 2023.

Brand Experience Adalah? Ini Definisi dan Tips yang Dibutuhkan, diakses dari
[Brand Experience Adalah? Ini Definisi Dan Tips Yang Dibutuhkan
\(sirclo.com\)](#), akses pada tanggal 13 Juli 2023.

Dewan Perwakilan Rakyat, “RUU tentang Larangan Praktik Monopoli Dan
Persaingan Usaha Tidak Sehat,” Makalah disajikan pada [RJ1-20170427-
101602-9088.pdf \(dpr.go.id\)](#), hlm. 11.

Fitri Novia Heriani, “KPPU Terbitkan PerKPPU 2/2023, Ini Enam Pokok
Aturannya,” [KPPU Terbitkan PerKPPU 2/2023, Ini Enam Pokok
Aturannya \(hukumonline.com\)](#), akses 27 Oktober 2023.

Febriana Pratiwi Sulistia, “UU Nomor 6 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja,” [UU Nomor 6 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja \(dataindonesia.id\)](#), akses 26 Oktober 2023.

Hedrik, “Pengertian Bisnis Retail: Jenis, Tujuan, dan Cara Kerjanya,” [Pengertian Bisnis Retail: Jenis, Tujuan, dan Cara Kerjanya - Gramedia Literasi](#), akses 12 Desember 2023.

JDIH BPK, “Pelaksanaan Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat,” [PP No. 44 Tahun 2021 \(bpk.go.id\)](#), akses 25 Oktober 2023.

Jonathan Patrick, “Asosiasi: 'Flash Sale' Tak Hanya Perkara Adu Kuat Harga,” [Asosiasi: 'Flash Sale' Tak Hanya Perkara Adu Kuat Harga \(cnnindonesia.com\)](#), akses 13 Januari 2024.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha, “KPPU Terbitkan Aturan Penanganan Perkara, Tingkatkan Kualitas Hukum Acara Persaingan Usaha,” [KPPU Terbitkan Aturan Penanganan Perkara, Tingkatkan Kualitas Hukum Acara Persaingan Usaha | KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA](#), akses 27 Oktober 2023.

Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia, “DPR: UU Cipta Kerja Untuk Jaga Stabilitas Perekonomian Nasional,” [DPR: UU Cipta Kerja Untuk Jaga Stabilitas Perekonomian Nasional | Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia \(mkri.id\)](#), akses 2 Oktober 2023.

Muhammad Abduh Tuasikal, “Bentuk Jual Beli yang Terlarang (3),” [Bentuk Jual Beli yang Terlarang \(3\) - Rumaysho.Com](#), akses 27 Oktober 2023.

Masalah Bisnis Ritel dan Solusi Terbaik Untuk Menanganinya, diakses dari [5](#)

[Masalah Bisnis Ritel dan Solusi Terbaik Untuk Menanganinya \(paper.id\)](#), akses pada tanggal 9 Juli 2023.

Manfaat dan Cara Kerja Artificial Intelligence (AI) di Industri Makanan,

[Manfaat dan Cara Kerja Artificial Intelligence \(AI\) di Industri Makanan – Portal Publikasi](#), akses pada tanggal 13 Juli 2023.

Nahdlatul Ulama, “Mabadi Khaira Ummah,” [Mabadi Khaira Ummah \(nu.or.id\)](#), akses 13 Januari 2024.

Pemerintah Desa Sukaraja, “Profil Desa Sukaraja,” [Desa Cijujung | Website Desa Cijujung \(cijujung-sukaraja.desa.id\)](#), akses 02 November 2023.

Pemerintah Kecamatan Sukaraja “Profil Kecamatan Sukaraja,” [Kecamatan Sukaraja \(bogorkab.go.id\)](#), akses 01 November 2023.

Reza Adsyah, “Apa Itu KPPU? Mari Simak Penjelasan Lengkapnya Di Sini,” [Apa Itu KPPU? Mari Simak Penjelasan Lengkapnya Di Sini \(investree.id\)](#), akses 01 November 2023.

Zahry Vandawati Chumaida, “Pendekatan Per Se Illegal dan Rule of Reason dalam Persaingan Usaha,” [Pendekatan Per Se Illegal dan Rule of Reason dalam Persaingan Usaha \(hukumonline.com\)](#), akses 13 Juli 2023.