

**PRAKTIK *PREDATORY PRICING* DALAM PENJUALAN PRODUK
GARNIER MEN DI *TIKTOK SHOP*
(BERDASARKAN PRINSIP *MAQĀSID SYARIAH*)**



SKRIPSI

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

OLEH:

**GEOVANI
NIM: 21103080085**

PEMBIMBING:

FAISAL LUQMAN HAKIM, S.H., M.Hum.

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

2025

ABSTRAK

Predatory pricing merupakan strategi penetapan harga secara ekstrem di bawah biaya produksi atau harga pasar dengan tujuan mengeliminasi pesaing dan menciptakan dominasi pasar. Praktik ini dikategorikan sebagai bentuk persaingan usaha tidak sehat karena berpotensi mematikan kompetitor, mengganggu mekanisme pasar, dan merugikan konsumen dalam jangka panjang. Fenomena *predatory pricing* semakin relevan di era digital, khususnya pada platform *e-commerce* seperti *TikTok Shop*, yang memudahkan produsen atau penjual melakukan promosi besar-besaran dengan harga sangat rendah. Penelitian ini memfokuskan kajian pada praktik *predatory pricing* dalam penjualan produk *Garnier Men* di *TikTok Shop* dengan tinjauan prinsip *Maqāṣid syariah* sebagai landasan normatif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian yuridis normatif-empiris. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung terhadap aktivitas penjualan di *TikTok Shop*, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur hukum, peraturan perundang-undangan, serta dokumen terkait praktik *predatory pricing*. Analisis data dilakukan secara deskriptif-analitis untuk mengkaji kesesuaian praktik harga dengan ketentuan hukum positif di Indonesia, khususnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, serta nilai-nilai perlindungan konsumen dalam *Maqāṣid syariah*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penjualan produk *Garnier Men* di *TikTok Shop* cenderung memenuhi karakteristik *predatory pricing* karena penetapan harga dilakukan secara ekstrem di bawah harga pasar dalam periode promosi tertentu, yang berpotensi mematikan pesaing. Tinjauan dari perspektif hukum menunjukkan adanya indikasi pelanggaran prinsip persaingan usaha sehat, sementara analisis berdasarkan *Maqāṣid syariah* menekankan pentingnya perlindungan terhadap harta (*ḥifz al-māl*) dan keadilan dalam transaksi. Kesimpulannya, praktik *predatory pricing* di *TikTok Shop* tidak hanya berpotensi melanggar hukum positif, tetapi juga bertentangan dengan nilai-nilai syariah, sehingga perlu pengawasan ketat oleh otoritas terkait.

Kata Kunci: *Predatory pricing*, *TikTok Shop*, *Maqāṣid syariah*, Persaingan Usaha Tidak Sehat, Hukum Ekonomi

ABSTRACT

Predatory pricing is a pricing strategy in which products are sold at an extremely low price, often below production costs or market value, with the aim of eliminating competitors and establishing market dominance. This practice is categorized as a form of unfair competition because it threatens competitors' sustainability, disrupts market mechanisms, and may harm consumers in the long term. The phenomenon of predatory pricing has become increasingly relevant in the digital era, particularly on e-commerce platforms such as TikTok Shop, which facilitates aggressive promotional campaigns with significantly discounted prices.

This study focuses on examining predatory pricing practices in the sale of Garnier Men products on TikTok Shop, analyzed through the lens of Maqāṣid syariah as a normative framework. This research employs a qualitative approach with a normative-empirical legal research method. Primary data were obtained through interviews and direct observations of sales activities on TikTok Shop, while secondary data were collected from legal literature, statutory regulations, and relevant documentation on predatory pricing practices. The data were analyzed descriptively and analytically to assess the compliance of pricing strategies with Indonesian positive law, particularly Law No. 5 of 1999, and to evaluate consumer protection principles within the Maqāṣid syariah framework.

The findings reveal that the marketing strategy of Garnier Men products on TikTok Shop demonstrates characteristics of predatory pricing, as prices were set significantly below market value during certain promotional periods, potentially threatening competitors. From a legal perspective, this practice indicates a violation of fair competition principles, while an analysis based on Maqāṣid syariah emphasizes the importance of protecting wealth (ḥifẓ al-māl) and ensuring justice in commercial transactions. In conclusion, predatory pricing practices on TikTok Shop not only potentially violate positive law but also contradict Islamic economic principles, thereby requiring stricter oversight by regulatory authorities.

Keywords: *Predatory pricing, TikTok Shop, Maqāṣid syariah, Unfair Competition, Economic Law*

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

FM-UINSK-BM-05-03/R0

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudara Geovani

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Geovani
NIM : 21103080085
Judul : "Praktik Predatory Pricing Dalam Penjualan Produk
Garnier Men Di Tiktok Shop (Berdasarkan Prinsip Maqāṣid
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 berharap agar skripsi atau tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 15 Agustus 2025 M

20 Safar 1447 H

Pembimbing

Faisal Luqman Hakim, S.H., M.Hum.

NIP. 19790719 200801 1 012

PENGESAHAN TUGAS AKHIR



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-1094/Un.02/DS/PP.00.9/09/2025

Tugas Akhir dengan judul : PRAKTIK *PREDATORY PRICING* DALAM PENJUALAN PRODUK *GARNIER MEN* DI *TIKTOK SHOP* (BERDASARKAN PRINSIP MAQASID SYARIAH)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : GEOVANI
Nomor Induk Mahasiswa : 21103080085
Telah diujikan pada : Rabu, 27 Agustus 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Faisal Luqman Hakim, S.H., M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 68c792432a8b2



Penguji I
A Hashfi Luthfi, M.H.
SIGNED

Valid ID: 68c76bd55921a



Penguji II
Annisa Dian Arini, M.H.
SIGNED

Valid ID: 68c775b0aa7e0



Yogyakarta, 27 Agustus 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
Prof. Dr. Ali Sodikin, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 68c7b8a98cd70

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

FM-UINSK-BM-05-03/R0

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Geovani
NIM : 21103080085
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Praktik Predatory Pricing Dalam Penjualan Produk Garnier Men Di Tiktok Shop (Berdasarkan Prinsip Maqāsid 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, 15 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Geovani
NIM: 21103080085

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Mulai hari ini, Bagi porsi untuk resah hati.

Semakin numpuk hanya buat pusing

Hari ini ya hari ini

Esok ya sudah lihat nanti.”

(IDGITAF-MULAI)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya dedikasikan kepada:

Kedua orang tua saya, Bapak Makhrus bin H. Hanafi (Alm) dan Ibu Warsinah

adik saya, Gaosul Alam

Beserta keluarga besar saya

Para Guru

Almamater UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Teman, Sahabat, serta Orang yang selalu support saya tanpa terkecuali

Tidak lupa sebagai bentuk pengabdian keilmuan terhadap Negara Kesatuan

Republik Indonesia, serta menjalankan perintah agama dalam rangka

mengembangkan ilmu pengetahuan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN 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‘	Ḥ	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
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
ه	Ha‘	H	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya‘	Y	ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah

مُتَعَدِّدٌ	ditulis	<i>Muta‘adiddah</i>
عِدَّةٌ	ditulis	<i>‘iddah</i>

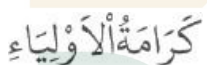
C. Ta' Marbûṭah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis

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

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



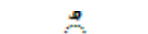
2. Bila diikuti dengan kata sandang al serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

	ditulis	<i>Karāmah al-Auliya'</i>
---	---------	---------------------------

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

	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 ditulis	ā <i>Istiḥsān</i>
2.	Fathah + ya' mati أَنْتَى	ditulis ditulis	ā <i>Unṣā</i>
3.	Kasrah + yā' mati الْعَوَانِي	ditulis ditulis	ī <i>al-‘Ālwānī</i>
4.	Dammah + wāwu mati عِلُوم	ditulis ditulis	û ‘Ulu>m

I. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati بَيْنَ	ditulis ditulis	ai <i>Baina</i>
2.	Fathah + wawu mati يَوْمَ	Ditulis ditulis	Au <i>yaumi</i>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

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

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعْدَتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَعْنُ شُكْرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

III. Kata Sandang Alif + Lam

- a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

الْقُرْآنُ	ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
الْقِيَاسُ	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

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

الرِّسَالَةُ	ditulis	<i>ar-Risālah</i>
النِّسَاءُ	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 انعمنا بنعمة الايمان والا سلام

و نصلي وتسلم على خير الانام سيدنا محمد وعلى اله وصحبه اجمعين امابعد.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhānahu wa Ta'ālā yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **PRAKTIK PREDATORY PRICING DALAM PENJUALAN PRODUK GARNIER MEN DI TIKTOK SHOP (BERDASARKAN PRINSIP MAQĀSID SYARIAH)**

Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Nabi yang telah membawa kita dari alam kegelapan menuju alam terang benderang seperti apa yang kita rasakan saat ini.

Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penyusun menyadari bahwa skripsi yang berjudul **PRAKTIK PREDATORY PRICING DALAM PENJUALAN PRODUK GARNIER MEN DI TIKTOK SHOP (BERDASARKAN PRINSIP MAQĀSID SYARIAH)** ini masih jauh dari kata sempurna. Harapan penyusun semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca dan bisa menambah khazanah keilmuan. Ucapan terimakasih juga kepada seluruh pihak yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penyusun mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Noorhaidi, M.A., M.Phil., PH.D, selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga.
2. Prof. Dr. H. Ali. Sodikin, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum.
3. Dr. Saifuddin, SHI., MSI., selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan Fakultas Syari'dan Hukum
4. A Hashfi Luthfi, M.H., selaku Kepala Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah
5. Annisa Dian Arini, M.H., selaku Sekretaris Program Studi Hukum Ekonomi Syariah
6. H. Afif Muhammad, S.Ag., M.A., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Faisal Luqman Hakim, S.H., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
8. Segenap Jajaran Bapak dan Ibu Dosen beserta Civitas Akademika Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. yang telah mendidik, mengarahkan, mengevaluasi setiap ilmu yang diberikan, dengan ilmu tersebut skripsi ini bisa terbantu dan lancar dalam penyusunannya dan semoga ilmu-ilmu yang didapat akan terus diamalkan sehingga dapat bermanfaat bagi banyak orang.
9. Orang tuaku tercinta, bapak Makhrus bin H. Hanafi (Alm) dan Ibunda tercinta, Ibu Warsinah, sosok ibu yang luar biasa bagiku yang tidak henti-henti mendoakan, mendukung, menasihati, dan segala bentuk dukungan lainnya yang ditujukan kepada penulis demi menggapai yang di cita-citakan.
10. Adikku Gaosul Alam yang senantiasa yang selalu mendukung, serta menjadikan motivasi untuk terus berjuang

11. Keponakkan-keponakanku, Dinda Juliana dan Devi Citra yang selalu menghibur penulis.
12. Paman dan bibiku, kang Rakiman dan Mimi Maskitem serta tak lupa juga keluarga besar penulis yang selalu memberi segala bentuk dukungan juga doa untuk penulis.
13. Kakek dan Nenekku, Bapak Karsum (Alm) dan Ibu Kasih yang selalu memberi perhatian, semangat, dan dukungan kepada penulis.
14. Rekan-Rekan Hukum Ekonomi Syariah 2021, terkhusus Choirul Anwar, Fahreza Alfaridzi, Nur Fatih dan Adila Anisa yang tidak jemu jemu nya berbagi pengalaman dan hasil bacaan bersama penulis dalam skripsi ini.
15. Rekan-Rekan Himpuan Mahasiswa Islam, keluarga Business Law Centre, HMPS HES dan HIPMI PT UIN SUKA. Terima kasih atas segala bantuan, waktu, support, dan kebaikan yang telah diberikan kepada penyusun selama ini.
16. Kepada teman-teman KKN 01 Bendosari. Terima kasih atas segala bantuan, waktu, support, dan kebaikan yang telah diberikan kepada penyusun selama ini.
17. Sahabat saya Alif Muhammad Meuteuah, dan R. Akbar Alghifari Terimakasih telah banyak membantu membersamai proses penyusun dari awal sampai akhir. Terima kasih atas segala bantuan, waktu, support, dan kebaikan yang telah diberikan kepada penyusun selama ini.

18. Kepada teman-teman kos, Ali dan Arif Terimakasih atas segala bantuan, wakyu, support, dan kebaikan yang telah diberikan kepada penyusun selama ini.
19. Dan kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak kontribusi secara langsung maupun tidak langsung untuk membantu penyelesaian skripsi ini.

Permintaan maaf sebanyak-banyak nya juga tidak lupa penulis sampaikan atas kekurangan, kesalahan, dan segala sesuatu yang kurang berkenan dalam skripsi ini. Penulis akan menerima dengan senang hati jika ada masukan, baik berupa kritik maupun saran mengenai skripsi ini.

Yogyakarta, 5 Agustus 2025 M
11 Safar 1447 H



Geovani
NIM. 21103080085

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D. Telaah Pustaka	12
E. Kerangka Teori.....	17
1. Teori Perjanjian Jual Beli	17
2. Teori Monopoli.....	19
3. Teori Maqāṣid syariah	22
F. Metode Penelitian	25
1. Jenis Penelitian	25
2. Sifat Penelitian.....	25
3. Pendekatan Penelitian	26
4. Sumber Data	26
5. Teknik Pengumpulan Data.....	27
6. Analisis Data.....	29
G. Sistematika Penulisan	29

BAB II LANDASAN TEORI TENTANG PRAKTIK *PREDATORY PRICING* 31

A.	PERJANJIAN JUAL BELI.....	31
1.	Defenisi dan Unsur Esensial Perjanjian Jual Beli.....	31
2.	Asas-Asas Fundamental Perjanjian	32
3.	Hak dan Kewajiban Para Pihak	33
B.	MONOPOLI.....	34
1.	Defenisi Monopoli	34
2.	Defenisi dan Mekanisme <i>Predatory pricing</i>	36
3.	Dampak Negatif <i>Predatory pricing</i>	38
4.	Argumen Richard A. Posner tentang <i>Predatory pricing</i>	40
C.	<i>MAQĀSID SYARIAH</i>	41
1.	Defenisi <i>Maqāsid syariah</i>	41
2.	Pandangan Ulama Mengenai <i>Maqāsid syariah</i>	43
3.	Pembagian <i>Maqāsid syariah</i>	47
4.	Tujuan <i>Maqāsid syariah</i>	49
5.	Bentuk-bentuk <i>Maqashid Al-Syari-ah</i>	52

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN PRAKTIK *PREDATORY PRICING* DI PLATFORM E-COMMERCE PADA PRODUK GARNIER MEN ACNO FIGHT 100 ML..... 58

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	58
1.	Profil Plaform TikTok Shop	58
2.	Profil Produk Garnier Men Acno Fight 100 Ml	59
B.	Pendapat Konsumen Granier Men di <i>TikTok Shop</i>	60
C.	Kondisi Pasar dan Pola Persaingan Usaha di <i>TikTok Shop</i>	64
D.	Data Harga di Lapangan.....	66
E.	Konsep <i>Average Variable Cost</i> (AVC) dan <i>Average Total Cost</i> (ATC) Sebagai Tolok Ukur Penetapan Harga di Bawah Biaya Produksi.	69
F.	Pandangan Komisi Pengawas Persaingan Usaha tentang Pola Persaingan Usaha di <i>Platform TikTok Shop</i> pada Produk <i>Garnier Men Acno Fight 100 ml</i> .	

75

BAB IV ANALISIS PAKRTIK *PREDATORY PRICING* DI TIKTOK SHOP PADA PENJUALAN PRODUK GARNIER MEN ACNO FIGHT 100 ML BERDASARKAN PRINSIP *MAQĀSID SYARIAH* 78

A.	Analisis Praktik <i>Predatory pricing</i> dalam Penjualan Produk <i>Garnier Men Acno Fight</i> 100 ml di <i>TikTok Shop</i>	78
B.	Analisis Praktik <i>Predatory pricing</i> dalam Produk <i>Garnier Men Acno Fight</i> 100 ml di <i>TikTok Shop</i> dalam Perspektif <i>Maqāṣid syariah</i>	84
C.	Upaya Komisi Pengawas Persaingan Usaha dalam Menanggulangi Praktik <i>Predatory pricing</i>	93
BAB V PENUTUP		99
A.	Kesimpulan	99
B.	Saran	100
DAFTAR PUSTAKA		I
LAMPIRAN-LAMPIRAN		XXI

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Perbandingan Harga Produk <i>Garnier Men</i>	4
Tabel 2. 1 Tabel Batas Penentuan Harga	39
Tabel 3. 1 Data Harga di Lapangan pada Bulan Juli 2025	66
Tabel 3. 2 Estimasi Biaya Produksi (AVC) dari Data Maklon	71
Tabel 3. 3 Rangkuman Data Empiris Periode Juli 2025	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Diagram Faktor Kepuasan Pelanggan	62
Gambar 3. 2 Diagram Persepsi Nilai dan Kepercayaan.....	63
Gambar 3. 3 Grafik Data Harga Penjualan Periode April 2025	64
Gambar 3. 4 Grafik Jumlah Penjualan Periode April 2025	65



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, sektor ekonomi digital di Indonesia mengalami pertumbuhan yang luar biasa. Menurut data IMARC Group, pasar *e-commerce* nasional diperkirakan mencapai nilai USD 354,6 miliar pada tahun 2024 dan diproyeksikan meningkat hingga USD 760,8 miliar pada tahun 2033, dengan tingkat pertumbuhan tahunan majemuk (CAGR) sebesar 9,07 persen dari tahun 2025 hingga 2033. GlobalData juga membuat proyeksi yang serupa, tetapi dengan angka yang berbeda. Mereka memperkirakan nilai pasar akan melampaui USD 46 miliar pada tahun 2025 dengan CAGRs Di tengah euforia pertumbuhan, terdapat ketidakjelasan dan anomali yang menunjukkan sifat pasar, menurut kredibilitas angka proyeksi dari sumber kredibel ini.¹

E-commerce Indonesia masih sangat dinamis dan sulit untuk mengukur dengan tepat. Bukan hanya lonjakan statistik, fenomena ini adalah perubahan besar yang mengubah cara orang berinteraksi, berbelanja, dan berbisnis. Ini didorong oleh penetrasi internet dan ponsel pintar yang masif, serta demografi yang muda dan melek teknologi. Dalam situasi seperti ini, *e-commerce* muncul sebagai pengganggu yang menggabungkan transaksi jual-beli, interaksi sosial, dan hiburan dalam satu ekosistem

¹ Dian Islamiaty Puteri, "Implementasi Long Short Term Memory (LSTM) Dan Bidirectional Long Short Term Memory (BiLSTM) Dalam Prediksi Harga Saham Syariah", *Euler : Jurnal Ilmiah Matematika, Sains Dan Teknologi*, 11.1 (2023), hlm. 35–43.

terpadu. Ini membuatnya menjadi model bisnis yang sangat sukses tetapi juga kontroversial.²

Namun, di balik pertumbuhan yang luar biasa ini, muncul kekhawatiran besar tentang praktik persaingan yang tidak sehat. Kekhawatiran utama tertuju pada dugaan *predatory pricing* yang dilakukan oleh platform-platform besar. Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 peraturan ini secara eksplisit melarang penggunaan platform media sosial untuk memfasilitasi transaksi pembayaran dan bertujuan untuk menjaga lingkungan bisnis yang adil dan seimbang.³

Predatory pricing adalah strategi untuk menaikkan harga produk di bawah biaya produksi atau biaya variabel rata-rata dengan tujuan menghapus pesaing. Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat secara tegas melarang tindakan ini. Meskipun praktik ini menawarkan keuntungan jangka pendek bagi konsumen karena harganya yang sangat rendah, efek jangka panjangnya sangat merugikan. Ini dapat menghancurkan usaha kecil dan UMKM yang tidak memiliki modal yang cukup untuk bersaing dalam "perang harga".⁴

² Elmira Siska dan Dwi Atmojo Wismono Prpto, "Pelatihan Digital Marketing Pada Marketplace Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Produk UMKM Pulo Gadung Jakarta Timur Pada Masa New Normal", *Jurnal Abdimas Perbanas*, 2.2 (2021), hlm. 59–75.

³ Kemal Akbar Suryoadji dkk, "Kesehatan Mental Di Era Digital: Tinjauan Naratif Dampak Media Sosial Dan Teknologi Digital Pada Kesehatan Mental Dan Upaya Untuk Mengatasinya", *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 23.1 (2024), hlm, 50-55.

⁴ Dedi Alamsah dan Rowlan Takaya, "Studi Kasus Praktik Predatory Pricing Pada TikTok Shop Dan Dampaknya Terhadap Pemanfaatan Media Sosial Oleh UMKM Di Indonesia", *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 4.1 (2024), hlm. 278–84.

Menurut pendekatan *Rule of Reason*, tidak semua penurunan harga rendah dapat secara langsung dianggap ilegal. Ini berarti bahwa praktik *predatory pricing* merupakan jenis pelanggaran yang dilarang. Untuk membuktikan adanya niat jahat dan antisipasi pelaku usaha untuk menaikkan harga kembali setelah pesaingnya tersingkir, penegak hukum, seperti KPPU, menghadapi tantangan besar.

Seringkali, praktik harga rendah ini disembunyikan sebagai taktik pemasaran, efisiensi operasi, atau subsidi platform yang besar, yang menciptakan celah hukum yang sulit ditembus. Permasalahan yang membutuhkan penyelidikan lebih lanjut adalah perbedaan antara undang-undang dan niat. Produk perawatan wajah pria *Garnier Men*, yang menjadi subjek penelitian ini, adalah salah satu produk populer di platform *e-commerce* yang mengalami anomali harga ini. Harga di toko ritel konvensional seperti Indomaret, Watsons, dan Tokopedia memiliki perbedaan harga yang signifikan, menurut analisis data empiris.⁵

Untuk memberikan ilustrasi empiris yang kuat, perbandingan harga produk *Garnier Men* menunjukkan anomali yang mencolok.

⁵ Ari Anggara Pribadi, dkk, "Analisis Viral Marketing, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare", *Hatta: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 1.2 (2024), hlm. 85–91.

Tabel 1. 1 Data Perbandingan Harga Produk *Garnier Men*

Namma Produk Garnier	Harga Rata-Rata di <i>TikTok Shop</i> (dengan diskon/voucher)	Harga Ritel Konvensional (Indomaret/Watsons)	Selisih Harga (%)	Catatan
<i>Garnier Men</i> Acno Fight Wasabi Foam 100ml	Rp. 27.000 - Rp. 29.000	Rp. 33.500 - Rp.48.300	20-40%	Harga normal bisa mencapai Rp47.500
<i>Garnier Men</i> Turbo Bright Spot-Proof Serum Cream SPF50+ 40ml	Rp90.227	Rp109.000	17%	Termasuk diskon dan promosi
<i>Garnier Men</i> Acno Fight Anti-Acne Foam Twin Pack 2x100ml	Rp55.370	Rp78.000	29%	Terkadang dengan tambahan voucher menjadi hanya Rp40.000
<i>Garnier Men</i> Acno Fight Foam 100ml	Rp27.000	Rp. 33.500 - Rp.48.300	20-40%	Seringkali dijual dalam paket dengan harga lebih murah

Tabel di atas menunjukkan bahwa harga produk *Garnier Men* di *TikTok Shop* seringkali jauh di bawah harga normal di pasar ritel biasa, bahkan di bawah harga promo minimarket. Tanpa dukungan finansial yang signifikan dari platform, penjual individu tidak akan dapat mencapai diskon harga yang signifikan. Dugaan kuat mengarah pada tindakan yang direncanakan dan terencana dari TikTok untuk subsidi, yang bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasar dengan menciptakan harga yang tidak

sehat. Ini menunjukkan bahwa masalah *predatory pricing* di dunia digital mencakup bukan hanya pelaku usaha yang menjual tetapi juga platform yang menciptakan kondisi tersebut. Oleh karena itu, masalah penelitian ini jauh lebih kompleks dan mendalam.

Hukum persaingan usaha positif dan prinsip *maqāṣid syariah* adalah dua sudut pandang etika dan hukum tentang peristiwa ini. Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, dan Peraturan menteri perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 (Permendag) akan digunakan untuk memeriksa praktik ini dari perspektif hukum positif. Persyaratan pembuktian niat jahat (*Rule of Reason*), yang menjadi kendala utama bagi KPPU, telah menjadi masalah utama dalam penegakannya. Meskipun revisi undang-undang, seperti Permendag No. 31/2023, menunjukkan bahwa pemerintah mengakui pelanggaran hukum ini, penegakan praktik harga tertentu, seperti yang terjadi di Toko TikTok, masih menjadi masalah besar. Sebagai perbandingan, kasus *predatory pricing* di industri semen (kasus PT. Conch) dapat dibuktikan dengan analisis *Hard Line Evidence Theory* dan ATC Test, namun pendekatan serupa akan jauh lebih sulit diterapkan pada transaksi digital yang anonim dan masif.⁶

Maqāṣid syariah, di sisi lain, berfungsi sebagai kerangka etis dan filosofis yang menawarkan perspektif yang berbeda tetapi sama pentingnya.

⁶ Rudy Vernando Silalahi dan Silvia Juliasari, "Analisis Strategi Bersaing Pada Perusahaan Manufaktur Pull Handle Menggunakan Porter's Five Forces Model (Studi Kasus: PD XYZ)", *Jurnal Optimalisasi*, 8.2 (2022), hlm, 215.

Kerangka kerja ini berfokus pada pencapaian mashlahah (kebaikan atau kesejahteraan umum) dan penghindaran mafsadah (kerusakan) dalam setiap aspek kehidupan, termasuk ekonomi. Studi ini akan berkonsentrasi pada lima pokok tujuan syariah, atau al-dharuriyyat al-khamsah, yang meliputi perlindungan harta benda (*hifz al-māl*), agama (*hifdh al-din*), jiwa (*hifdh al-nafs*), akal (*hifdh al-aql*), keturunan (*hifdh an-nasl*), dan jiwa (*hifdh al-aql*). Praktik *predatory pricing* bertentangan dengan tujuan *hifz al-māl* (perlindungan harta) dan secara tidak langsung dengan.⁷

Praktik ini dapat merusak harta pelaku usaha kecil, membahayakan bisnis mereka, dan menimbulkan *gharar* (ketidakpastian atau ketidakjelasan) dalam pasar. Selain itu, kerusakan sosial dan psikologis yang disebabkan oleh matinya UMKM dapat mengganggu stabilitas ekonomi dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Hal ini sangat bertentangan dengan nilai-nilai moral Islam yang menekankan keadilan dan melarang seseorang untuk menzalimi orang lain. Oleh karena itu, meskipun sulit untuk dibuktikan secara hukum positif, praktik ini dapat diperiksa secara menyeluruh melalui kerangka *maqāsid syariah*, yang berfokus pada hasil dan kesejahteraan umum.⁸

Studi literatur menunjukkan bahwa banyak penelitian telah dilakukan tentang *predatory pricing* dalam *e-commerce*. Semua orang

⁷ Abdillah Halim, "Perkembangan Ekonomi Syariah Di Indonesia", *Investama : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8.2 (2023), hlm, 20-101.

⁸ Agung Wibowo dan Arif Sugitanata, "Teori Peningkatan Norma Dan Penemuan Hukum Islam (Pendalaman Dan Rekonstruksi Konsep)", *JURNAL DARUSSALAM: Pemikiran Hukum Tata Negara Dan Perbandingan Mazhab*, 3.1 (2023), hlm. 79–96.

setuju bahwa peraturan saat ini (UU No. 5/1999) masih terbatas dan harus disesuaikan dengan kemajuan teknologi. Namun, penelitian seringkali bersifat yuridis-normatif dan berfokus pada masalah umum tanpa mempelajari kasus tertentu secara menyeluruh. Sebaliknya, penelitian tentang *maqāṣid syariah* dalam bisnis digital juga telah dilakukan, melihat etika bisnis atau strategi pemasaran. Namun, penelitian-penelitian ini mungkin tidak menghubungkan isu *predatory pricing* dengan kerangka *maqāṣid syariah* secara khusus. Bahkan, beberapa sumber menyatakan bahwa penelitian *maqāṣid syariah* tentang praktik bisnis digital masih sangat sedikit.⁹

Oleh karena itu, terdapat dua gap penelitian yang signifikan. *Pertama*, belum ada penelitian yang membuktikan dugaan *predatory pricing* dengan menggabungkan pendekatan normatif (analisis hukum dan syariah) dengan pendekatan empiris (analisis data harga studi kasus). *Kedua*, belum ada penelitian yang secara khusus mengkaji praktik *predatory pricing* yang diduga terjadi pada platform social commerce dan mengevaluasinya dari kedua sisi hukum positif dan *maqāṣid syariah*.¹⁰

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian mengenai praktik *predatory pricing* dalam penjualan produk Garnier Men di TikTok Shop perlu dikaji lebih lanjut. Oleh karena itu, penting untuk menegaskan

⁹ Ananto Triwibowo dan Muhammad Afani Adam, 'Margin : Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Di Era Digital Ekonomi', *Margin : Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 2.1 (2023), hlm, 25–36.

¹⁰ Yessi Avita Sari dan Reza Ronaldo, 'Peran Pemasaran Digital Dalam Mengembangkan Bisnis Syariah Di Era Digital', *Jurnal E-Bis*, 8.1 (2024), hlm, 75-263.

urgensi penelitian ini agar terlihat jelas kontribusi teoritis, praktis, maupun normatif yang akan dihasilkan.

Berdasarkan prinsip *maqāṣid syariah*, penelitian tentang praktik predatory pricing dalam penjualan produk *Garnier Men* di toko TikTok sangat penting. Penelitian ini penting secara akademis karena pertumbuhan perdagangan online melalui platform *e-commerce* seperti *TikTok Shop* telah melahirkan fenomena baru yang belum banyak dipelajari dalam kajian hukum persaingan usaha, terutama dalam hal hubungannya dengan perspektif hukum ekonomi Islam. Studi sebelumnya sering membahas praktik persaingan usaha yang tidak sehat hanya dari sudut pandang hukum positif, meskipun keterlibatan dalam kerangka *maqāṣid syariah* masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan analisis menyeluruh yang menggabungkan teori hukum positif dengan prinsip-prinsip syariah, terutama berkaitan dengan memastikan distribusi ekonomi yang adil, dan memperkaya pengetahuan.¹¹

Dari perspektif praktis, penelitian ini sangat penting karena fenomena promosi harga, subsidi, dan diskon besar-besaran yang dilakukan *TikTok Shop* pada barang-barang tertentu seperti *Garnier Men* benar-benar memengaruhi dinamika pasar di Indonesia. Pada satu sisi, harga murah tampaknya menguntungkan konsumen, tetapi dalam jangka panjang praktik ini dapat menghilangkan produsen kecil dan UMKM lokal yang tidak

¹¹ Satriak Guntoro dan Ahmad, "Dinamika Dan Problematika Ekonomi Syariah Di Negara Islam", *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5.2 (2022), hlm, 27-120.

memiliki modal yang cukup untuk bersaing dengan perusahaan multinasional. Kondisi ini berbahaya karena dapat menyebabkan ketergantungan pelanggan pada satu perusahaan dominan, yang pada akhirnya akan merugikan masyarakat ketika harga kembali dinaikkan setelah pesaing tersingkir dari pasar.¹² Dengan demikian, penelitian ini memiliki manfaat praktis dalam memberikan masukan bagi pemerintah, KPPU, serta pelaku usaha untuk mewaspadai dampak tersembunyi dari strategi *predatory pricing* yang tampak menguntungkan konsumen tetapi sesungguhnya merusak struktur pasar.

Dari sudut pandang normatif, penelitian ini sangat penting karena menempatkan *maqāṣid syariah* sebagai fondasi etis yang dapat melengkapi kekurangan hukum positif. Prinsip *maqāṣid* memiliki dimensi filosofis dan moral yang lebih luas, meskipun Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat melarang praktik *predatory pricing* dan jual rugi sebagai bagian dari persaingan usaha tidak sehat. Dalam perspektif *maqāṣid*, tujuan syariah untuk menjaga harta (*ḥifẓ al-māl*), menegakkan keadilan (*al-‘adl*), dan menghindari kemudharatan (*daf‘ al-ḍarar*) adalah alasan mengapa praktik ekonomi harus disesuaikan dengan mereka. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memeriksa apakah praktik *predatory pricing* melanggar aturan

¹² Keuis Hera Susanti, "Tantangan Dan Peluang Perbankan Syariah Di Era Digital Dalam Pertumbuhan Berkelanjutan", *Persya: Jurnal Perbankan Syariah*, 2.1 (2024), hlm, 13–19.

formal, tetapi juga mengevaluasi sejauh mana praktik tersebut sesuai dengan nilai-nilai keadilan sosial dan kemaslahatan umat.

berdasarkan uraian di atas, penelitian ini memiliki urgensi tinggi karena dapat memberikan kontribusi teoritis, praktis, dan normatif untuk memahami dan mengatasi praktik persaingan usaha tidak sehat di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi akademik dan rekomendasi kebijakan bagi para pemangku kepentingan untuk menciptakan ekosistem perdagangan yang sehat, adil, dan berkelanjutan yang didasarkan pada prinsip hukum positif dan nilai-nilai syariah.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah praktik penjualan produk *Garnier Men Acno Fight* 100 ml oleh *reseller* pada *platform e-commerce TikTok Shop* dapat di kategorikan sebagai praktik *predatory pricing*?
2. Apakah praktik *predatory pricing* dalam penjualan produk *Garnier Men Acno Fight* 100 ml oleh *reseller* pada *platform e-commerce TikTok Shop* bertentangan dengan prinsip *Maqāṣid syariah*?
3. Apa upaya Komisi Pengawas Persaingan Usaha dalam menanggulangi praktik *Predatory pricing* dalam penjualan produk *Garnier Men Acno Fight* 100 ml oleh *reseller* pada *platform e-commerce TikTok Shop*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian
 - a. Untuk menganalisis praktik penjualan produk *Garnier Men Acno Fight* 100 ml di *TikTok Shop* yang berindikasi *predatory pricing*,

dengan mengacu pada Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

- b. Untuk mengkaji praktik *predatory pricing* tersebut dalam perspektif *Maqāṣid syariah*, khususnya terkait dengan prinsip perlindungan harta (*ḥifẓ al-māl*) dan keadilan (*al-‘adālah*).
- c. Untuk mengetahui upaya Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam menanggulangi praktik *predatory pricing* di platform *e-commerce*, terutama *TikTok Shop*, serta menilai efektivitas pengawasan dalam menjaga iklim persaingan usaha yang sehat.

2. Kegunaan penelitian

a. Secara Teoritis

- 1) Memberikan kontribusi akademis terhadap kajian hukum persaingan usaha dan ekonomi Islam, khususnya mengenai keterkaitan regulasi positif dengan prinsip *Maqāṣid syariah* dalam menghadapi praktik *predatory pricing* di era digital.
- 2) Memperkaya literatur hukum dan ekonomi Islam yang mengaitkan perkembangan *e-commerce* dengan perlindungan konsumen, keadilan pasar, dan prinsip keberlanjutan usaha.

b. Secara Praktis

- 1) Memberikan masukan kepada KPPU dan regulator terkait pentingnya penguatan pengawasan persaingan usaha di platform *e-commerce* agar praktik *predatory pricing* dapat diminimalisir.

- 2) Menjadi rujukan bagi pelaku usaha agar senantiasa mengedepankan prinsip persaingan sehat sesuai dengan hukum positif dan nilai-nilai syariah, sehingga tercipta ekosistem bisnis yang adil dan berkelanjutan.
- 3) Memberikan informasi bagi masyarakat dan konsumen agar lebih kritis dalam menghadapi dinamika harga di platform digital, serta memahami risiko yang timbul akibat praktik *predatory pricing*.

D. Telaah Pustaka

Dalam penyusunan skripsi ini, penyusun mencoba untuk mencari literatur yang juga fokus membahas tentang *predatory pricing* pada platform *TikTok Shop* untuk menambah data penyusunan dan melengkapi kekurangan data. Adapun literatur yang membahas yang sedikit memiliki ketertarikan dengan objek penelitian dan proposal ini adalah sebagai berikut:

Pertama, skripsi yang disusun oleh Miftaqhul Nur Khasanah yang berjudul “Praktik *Predatory pricing Live TikTok Shop* Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”. Dalam skripsi ini, ada dua persoalan yang dikaji yaitu: (1) bagaimana praktik banting harga pada *Live TikTok Shop* jika ditinjau berdasarkan perspektif *predatory pricing* dalam UU No.5 Tahun 1999, (2) Apa saja faktor yang mempengaruhi adanya praktik banting harga dan sejenisnya yang berpotensi terindikasi *predatory pricing* dan

melanggar UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ?. Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik Hasilnya adalah bahwa pemasaran *TikTok ShopLive* oleh Fashionable525_ tidak dapat dianggap sebagai *predatory pricing* karena Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mengatur bahwa hanya sebagian unsur yang diperlukan, seperti pelaku usaha, pemasok barang dan atau jasa, jual rugi, atau menetapkan harga yang sangat rendah. Pengaruh adanya praktik banting harga yang dilakukan pelaku usaha *TikTok ShopFashionable525_* didasari beberapa faktor yaitu, mendapatkan harga borongan dari distributor yang menyalurkan produk, menarik minat pembeli dengan memberikan diskon pada saat melakukan pemasaran, meningkatkan penjualan dengan strategi quantity dan juga sebagai penjualan produk guna mencapai keuntungan melalui kepuasan konsumen.¹³

Kedua, skripsi yang disusun oleh Agiel Siraj Nasher, dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Prilaku Bisnis Jual Rugi (*Predatory pricing*) Pada *E-commerce* Di Indonesia.” Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam bisnis *e-commerce* di Indonesia, praktik jual rugi adalah tindakan *predatory pricing* di mana penjual atau pedagang menetapkan harga yang sangat rendah untuk menjual barang. Praktek ini

¹³ Miftaqhul Nur Khasanah, “Praktik *Predatory Pricing Live TikTok Shop* Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2023.

dapat menyebabkan bisnis yang benar-benar murni tanpa praktek jual rugi tidak akan bertahan lama karena mereka akan kalah bersaing dengan mereka. Praktek jual rugi juga biasanya dilarang bukan dikarenakan menetapkan harga yang sangat rendah terhadap barang atau produk yang mereka jual sekarang, akan tetapi dimasa depan pelaku usaha akan berusaha untuk mengurangi produksinya dan menaikkan harga produknya.¹⁴ Akan tetapi jual rugi dengan sistem merendahkan harga barang maka diperbolehkan selama tidak ada yang merasa kerugian sepenuhnya dan juga tidak menyingkirkan para pelaku usaha yang lain dan tidak juga mematikan harga dengan niat mendiskriminasikan harga pasar.

Ketiga, tesis yang disusun oleh M. Iqbal Abdurrahman, S.H., dengan judul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap *Predatory pricing* pada platform *TikTok Shop* di Indonesia”. Berdasarkan analisis dan kajian yang penulis paparkan bahwa harga di bawah pasar yang dilakukan oleh penjual di toko TikTok dapat diambil kesimpulan bahwa persaingan bisnis adalah fenomena yang tak terhindarkan dan dapat berdampak baik atau buruk tergantung pada caranya dilakukan. Produk yang digunakan setiap hari dijual dengan harga di bawah harga pasar, seperti yang terlihat di toko TikTok di Indonesia. Namun, perlu diingat bahwa pendekatan yang menggunakan harga di bawah harga pasar dapat menimbulkan masalah hukum dan etika. Dalam jangka panjang, praktik ini dapat dianggap

¹⁴ Agiel Siraj Nasher, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Prilaku Bisnis Jual Rugi (*Predatory Pricing*) Pada *E-commerce* Di Indonesia”, Skripsi Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Tahun 2022.

melanggar undang-undang persaingan usaha yang sehat dan dapat dikenakan sanksi berat di banyak negara, termasuk Indonesia.¹⁵

Keempat, jurnal yang ditulis oleh Vicky Darmawan A.P dan Ditha Wiradiputra dengan judul, “*Predatory pricing Dalam E-commerce menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha*”. Jurnal ini membahas bagaimana pengaturan larangan praktik jual rugi (*predatory pricing*) berdasarkan hukum persaingan usaha di Indonesia. Penulis menggunakan metode penelitian yuridis normatif dalam penulisan artikel ini dengan menganalisis Undang Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (UU No. 5/1999). Selain itu, penulis melakukan penelitian kepustakaan terkait, termasuk Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 1999.¹⁶

Kelima, jurnal yang ditulis oleh Komang Ayu Sista Kiranadewi dan I Made Sarjana, dengan judul “*Predatory pricing Dalam E-commerce Dengan Cara Flash Sale Pada Masa Pandemi Ditinjau Dari Persaingan Usaha*”. Pada jurnal ini penulis membahas bagaimanakah dampak dari *predatory pricing* yang terjadi dalam bentuk *flash sale* pada pelaku usaha di *e-commerce* berdasarkan perspektif persaingan usaha. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *Predatory pricing* adalah istilah yang digunakan pengusaha *e-commerce* untuk melakukan jual rugi

¹⁵ M. Iqbal Abdurrahman, S.H., “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap *Predatory Pricing* pada *platform TikTok Shop* di Indonesia”, Tesis Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijag Yogyakarta 2024.

¹⁶ Vicky Darmawan A.P dan Ditha Wiradiputra, “*Predatory Pricing Dalam E-commerce menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha*”, Jurnal Ilmu sosial dan pendidikan (JISIP), Vol.6, No 3 Juli 2022.

menggunakan metode penjualan flash. Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa praktik *predatory pricing* akan berdampak negatif di kemudian hari. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa dalam praktik ini, pelaku usaha berusaha untuk menghilangkan pesaing mereka yang sudah ada. Pelaku usaha hanya dapat menaikkan harga produknya setelah mereka tersingkir. Dalam situasi ini, pelaku usaha lainnya telah keluar dari pasar, sehingga hanya ada sedikit pelaku usaha yang tersisa. Jika tidak ada bisnis, jumlah produk yang diproduksi juga akan rendah dalam jangka panjang. Produsen akan menaikkan harga produk di pasar karena situasi ini.¹⁷

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah mengenai objek yang menjadi fokus kajian yaitu *predatory pricing* atau jual rugi dalam *e-commerce*. Sedangkan yang menjadi perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah Mayoritas penelitian terdahulu berfokus pada aspek hukum positif, kebijakan pemerintah, atau dampak ekonomi makro, sementara kajian mendalam yang mengintegrasikan perspektif hukum Islam melalui *Maqāṣid syariah* dengan analisis empiris masih terbatas. Penelitian ini berbeda karena secara khusus menelaah praktik *predatory pricing* pada produk kosmetik pria (*Garnier Men*) di *TikTok Shop* dengan pendekatan normatif-empiris. Pendekatan ini tidak hanya menilai kesesuaiannya dengan hukum persaingan usaha di Indonesia,

¹⁷ Komang Ayu Sista Kiranadewi dan I Made Sarjana, "Predatory Pricing Dalam E-commerce Dengan Cara Flash Sale Pada Masa Pandemi Ditinjau Dari Persaingan Usaha", Jurnal Kertha Wicara Vol 11, No 5 tahun 2022.

tetapi juga mengkaji urgensi penerapan prinsip *Maqāṣid syariah* dalam memberikan perlindungan terhadap keadilan ekonomi, kesejahteraan konsumen, dan keberlangsungan UMKM.

Dari berbagai penelitian yang telah di paparkan diatas, sebagai pembeda dari penelitian yang telah ada sebelumnya, maka penelitian yang dilakukan penyusun lebih memfokuskan pada penelitian terhadap **PRAKTIK *PREDATORY PRICING* DALAM PENJUALAN DI *TIKTOK SHOP* (STUDI KASUS PRODUK *GARNIER MEN ACNO FIGHT 100 ML* BERDASARKAN PRINSIP *MAQĀṢID SYARIAH***

E. Kerangka Teori

Kerangka teoritik merupakan pisau analisis yang digunakan dalam membuat suatu karya ilmiah. Maka dari itu, untuk memecahkan suatu persoalan sekaligus menjawab pokok permasalahan yang ada, penyusun menggunakan beberapa teori yang relevan untuk menganalisis suatu pokok permasalahan tersebut:

1. Teori Perjanjian Jual Beli

Istilah "perjanjian jual beli" berasal dari istilah, "contract of sale". Menurut Pasal 1457 KUH Perdata sampai dengan Pasal 1450 KUH Perdata, perjanjian jual beli adalah suatu persetujuan di mana pihak satu mengikatkan diri untuk menyerahkan barang dan pihak lain untuk

membayar harga yang disepakati (Pasal 1457 KUH Perdata). Penjualan dan pembayaran adalah inti dari definisi ini.¹⁸

Menurut definisi yang tercantum dalam artikel 1493 NBW, perjanjian jual beli adalah persetujuan di mana penjual mengikatkan diri untuk menyerahkan suatu barang kepada pembeli sebagai milik (en eigendom te leveren) dan menjaminya (vrijwaren), dan pembeli mengikatkan diri untuk membayar harga yang telah diperjanjikan. Ada tiga hal yang tercantum dalam definisi ini, yaitu penjual mengikatkan diri untuk menyerahkan barang kepada pembeli dan menjaminkannya, serta pembeli mengikatkan diri untuk membayar harga yang telah diperjanjikan.¹⁹

Perjanjian jual beli pada umumnya merupakan perjanjian konsesual karena mengikat para pihak saat terjadinya kesepakatan para pihak tersebut mengenai unsur esensial dan aksidentalita dari perjanjian tersebut.

Dikatakan adanya kesepakatan mengenai unsur esensial dan aksidentalita, karena walaupun para pihak sepakat mengenai barang dan harga, jika tidak ada hal-hal lain yang tidak disepakati yang terkait dengan perjanjian jual beli tersebut jual beli tetap tidak terjadi karena

¹⁸ Sirajuddin, "Akad Dan Transaksi Jual Beli Gabah Dalam Prespektif Ekonomi Islam Di Kabupaten Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan", *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 7.1 (2021), hlm, 48–62.

¹⁹ Glenn Kevin Cailla, dkk, "Analisa Hukum Perdata Tentang Perjanjian Jual Beli Online Di Indonesia", *Jurnal Kewarganegaraan*, 8.1 (2024), hlm, 15.

tidak tercapai kesepakatan. Akan tetapi, jika para pihak telah menyepakati unsur esensial dari perjanjian jual beli tersebut, yaitu tentang barang yang akan dijual dan harga barang tersebut, dan para pihak tidak mempersoalkan hal lainnya, klausul-klausul yang dianggap berlaku dalam perjanjian tersebut merupakan ketentuan-ketentuan tentang jual beli yang ada dalam perundang-undangan (BW) atau biasa disebut unsur *naturalia*.²⁰

2. Teori Monopoli

Monopoli berasal dari kata Yunani "monos", yang berarti "satu", dan "polein", yang berarti "menjual". Monopoli biasanya didefinisikan sebagai struktur pasar di mana hanya ada satu produsen atau penjual yang menguasai pasokan barang atau jasa tertentu, memberi mereka kekuatan pasar yang signifikan untuk menentukan harga dan jumlah produksi tanpa adanya pesaing.²¹

Monopoli dianggap dalam perspektif ekonomi sebagai salah satu jenis pasar yang tidak sempurna (*imperfect market*), berbeda dengan pasar persaingan yang sempurna. Monopoli dianggap sebagai salah satu jenis kegagalan pasar (*market failure*) karena dapat menyebabkan distorsi harga, menurunkan kesejahteraan konsumen, dan menyebabkan

²⁰ Septiyan Hudan Fuadi, "Transaksi Berjangka Komoditas Pertanian Di Desa Sukorejo Perspektif Islam", *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 2.1 (2022), hlm, 31–45.

²¹ Dede Abdul Fatah, "Monopoli Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 4.2 (2016), hlm, 80-159.

kerugian sosial bersih karena harga yang lebih tinggi dan kuantitas produksi yang lebih rendah dibandingkan pasar kompetitif.²²

Richard A Posner mengemukakan bahwa seorang monopolis adalah seorang penjual (atau sekelompok penjual yang bersama-sama bertindak layaknya sebagai seorang penjual) yang mampu mengubah harga pada harga mana barang-barangnya laku dijual di pasar yang bersangkutan yang dilakukan dengan cara mengubah jumlah dari barang-barang yang dijualnya.²³

Konsep ekonomi monopoli tentang "power over price" berasal dari kenyataan bahwa harga yang masyarakat bersedia untuk membayar atau membeli suatu barang cenderung meningkat ketika jumlah barang yang tersedia untuk dijual menurun. Dengan demikian, penjual yang bertanggung jawab atas penawaran, atau supply dari suatu barang memiliki kemampuan untuk menaikkan harga barang tersebut dengan cara membatasi jumlah dari barang tersebut.²⁴ Oleh karena itu dalam pasar yang sangat kompetitif dengan banyak penjual yang menjual barang serupa, Posner mengakui bahwa setiap penjual memiliki "power over price" karena apabila seorang penjual mengurangi outputnya,

²² Romli Atmasasmita, "Analisis Ekonomi Mikro tentang Hukum Pidana Indonesia", (Jakarta: Prenada Media, 2017), hlm, 101.

²³ Sulistyoko, Arie. "Implementasi Teori Monopoli Richard A. Posner Terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat." *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi* 5.1 (2014), hlm, 7.

²⁴ Herlan Sutisna dan Maulina Cahyati, "Implementasi Metode ROP Pada Perancangan Sistem Informasi Persediaan Produk Kecantikan Pada CV BK Tasikmalaya", *Reputasi: Jurnal Rekayasa Perangkat Lunak*, 2.1 (2021), hlm. 37–41.

output total dari pasar yang bersangkutan akan berkurang, dan akibatnya harga pasar akan naik.²⁵

Menurut Posner, apabila seorang penjual hanya memproduksi sebagian kecil saja dari output pasar yang bersangkutan, pengurangan sebagian dari output penjual tersebut tidak akan memiliki dampak yang signifikan terhadap harga pasar, karena "power over price" penjual tersebut sangat kecil dan dapat diabaikan. Posner berpendapat bahwa terdapat tiga alasan politis untuk tidak mendukung monopoli. Alasan pertama adalah bahwa monopoli mengalihkan kekayaan dari konsumen ke pemegang saham perusahaan monopolistik, yang berarti kekayaan terus didistribusikan dari golongan yang kurang mampu ke golongan yang kaya.²⁶

Alasan kedua adalah bahwa monopoli, atau secara lebih luas setiap kondisi (seperti konsentrasi) yang mendorong kerjasama di antara perusahaan yang bersaing, akan membuat dunia industri lebih mudah untuk melakukan manipulasi politik untuk memperoleh proteksi, seperti peraturan perundang-undangan yang memberikan proteksi kepada mereka yang memungkinkan mereka untuk memperoleh kesempatan.²⁷

²⁵ Huiliang Zhao dkk, "Impact of Pricing and Product Information on Consumer Buying Behavior With Customer Satisfaction in a Mediating Role", *Frontiers in Psychology*, 12.December (2021), pp. 1–11.

²⁶ Arie Sulistyoko, "Implementasi Teori Monopoli Richard a. Posner Terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat", *At-Taradhi*, 5.1 (2014), hlm, 44.

²⁷ Ahmad Sabirin and Anna Maria Tri Anggraini, "Competition Law and Artificial Intelligence: Solution or Threat", *Jurnal Persaingan Usaha*, 4.1 (2024), hlm, 77–90.

Alasan kedua yang dikemukakan oleh Posner mengingatkan kita pada praktik-praktik masa Orde Baru, di mana keluarga dan kroni mantan Presiden Soeharto diberi perlindungan dan fasilitas melalui penerbitan berbagai macam Keputusan Presiden, serta Surat Keputusan Menteri yang dibuat oleh para Menteri Kabinet Pembangunan. Alasan politis ketiga yang dikemukakan oleh Posner untuk keberatan terhadap praktik monopoli adalah bahwa kebijakan anti monopoli bertujuan untuk meningkatkan efisiensi ekonomi dengan membatasi monopoli; kebijakan ini membatasi kebebasan bertindak perusahaan besar agar perusahaan kecil dapat berkembang dan maju.²⁸

3. Teori *Maqāṣid syariah*

Maqāṣid syariah adalah prinsip-prinsip yang bertujuan untuk menjaga kesejahteraan individu dan masyarakat dalam segala aspek kehidupan, termasuk ekonomi. Berikut adalah lima tujuan tersebut, bersama dengan cara masing-masing dapat diterapkan dalam konteks bisnis, khususnya untuk memerangi praktik *predatory pricing*:

a. Memelihara Agama (*Hifz al-Din*)

Menjaga agama dalam bisnis berarti menghindari transaksi yang bertentangan dengan prinsip Islam, seperti riba (bunga) dan *gharar* (ketidakpastian). Dalam hal *predatory pricing*, pebisnis harus mengikuti prinsip moral Islam dan menetapkan harga yang

²⁸ Mahendra Kusuma, *Pergulatan Intelektualitas untuk Politik dan Demokrasi*. (Palembang: Bening Media Publishing, 2021), hlm 10.

adil, menghindari tindakan tidak etis yang merugikan pesaing mereka.

b. Menjaga Jiwa (*hifz al-Nafs*)

Menjaga kesejahteraan dan keamanan masyarakat adalah bagian dari menjaga jiwa dalam bisnis. Kebijakan harga yang adil membantu masyarakat karena *predatory pricing* dapat merugikan banyak orang, terutama bisnis kecil (UMKM), yang mengancam kelangsungan usaha mereka dan mata pencaharian mereka.²⁹

c. Memelihara Aakal (*Hifz al-Aql*)

Predatory pricing merusak pasar dan mengurangi persaingan yang sehat, yang pada akhirnya dapat membatasi inovasi dan kreativitas. Dengan melarang *predatory pricing*, syariah mendukung lingkungan bisnis yang memelihara akal, mendorong inovasi, dan pertumbuhan melalui persaingan yang adil.

d. Memelihara Keturunan (*Hifz al-Nasl*)

Dalam konteks bisnis, ini dapat diartikan sebagai menjaga bisnis tetap beroperasi untuk generasi berikutnya. Strategi harga antisipasi dapat menghancurkan prospek bisnis. Melindungi

²⁹ Eko Siswanto, “Konsep Tujuan Syari’ah (*Maqasid Al-Syari’ah*)”, <https://papua.kemenag.go.id/#!/detail/39a8b9c2-405d-4420-8c95-ce90c63ba192> , di akses pada Selasa 22 Oktober 2024, pukul 01:16 WIB.

pasar dari praktik ini berarti menjaga perusahaan tetap beroperasi untuk generasi berikutnya.³⁰

e. Memelihara Harta (*Hifz al-Mal*)

Syariah menekankan pentingnya mempertahankan kekayaan dan harta benda. Monopoli yang tidak adil dapat menghancurkan harta orang lain, terutama UMKM. Kebijakan harga yang adil akan melindungi kekayaan masyarakat dari tindakan yang tidak etis.

Dalam Islam, hierarki kebutuhan manusia, yang sering dikaitkan dengan konsep *Maqāṣid syariah*, mencakup pemenuhan lima kebutuhan dasar: agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Hierarki ini serupa dengan hierarki kebutuhan Maslow, yang mencakup kebutuhan fisiologis hingga aktualisasi diri.³¹

Maqāṣid syariah, yang mengacu pada tujuan mulia dalam Islam, memberikan kerangka kerja yang luas untuk membangun etika bisnis yang kuat. Prinsip-prinsipnya, yaitu menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta, memberikan panduan moral yang jelas bagi pelaku bisnis dalam menjalankan aktivitasnya.³²

³⁰ Tim Hukumonline, “Menenal Tujuan dan Tingkatan 5 Maqashid Syariah”, <https://www.hukumonline.com/berita/a/maqashid-syariah-lt65c063a25e4c6> , di akses pada Selasa 22 Oktober 2024, pukul 01:11 WIB.

³¹ Khoirul Umam dan Akbar Yazidurrahma, “Islamisasi Teori Kebutuhan Abraham Maslow”, Dirosat Jurnal Of Islamic Studies, Volume 9 No. 1 Januari-Juni 2024. Hlm 5.

³² Maulida, Dkk, “ETIKA BISNIS ISLAM: IMPLEMENTASI PRINSIP KEADILAN DAN TANGGUNG JAWAB DALAM EKONOMI SYARIAH”, El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Volume 6, Nomor 1 Juni 2024.

F. Metode Penelitian

Penelitian hukum adalah kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika dan gagasan tertentu, yang tujuannya untuk mempelajari satu atau lebih fenomena hukum tertentu dengan cara menganalisisnya. Melihat pokok permasalahan dan tujuan penulis, maka penulis menggunakan metode penelitian, antara lain:

1. Jenis Penelitian

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang menekankan proses, makna, dan perspektif subjektif. Pendekatan ini berpusat pada deskripsi dan analisis menyeluruh suatu fenomena atau subjek. Biasanya digunakan untuk memahami perilaku manusia, interaksi sosial, atau fenomena yang kompleks dalam kehidupan sehari-hari. Metode kualitatif biasanya menggunakan berbagai pendekatan, seperti studi kasus, etnografi, fenomenologi, dan observasi langsung. Tujuan peneliti adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang masalah melalui pengumpulan pengalaman subjektif para partisipan.³³

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis bertujuan untuk mengumpulkan informasi tanpa mengubah subjek penelitian. Tanpa membuat interpretasi yang mendalam, peneliti biasanya hanya mencatat

³³ Salsabila Nanda, "Metode Penelitian Kualitatif: Pengertian, Jenis, & Contoh", <https://www.brainacademy.id/blog/metode-penelitian-kualitatif>, di akses pada Rabu 23 Oktober 2024, pukul 22:25 WIB.

dan menjelaskan peristiwa yang terjadi. Penelitian ini melangkah lebih jauh dari penelitian deskriptif dengan menganalisis data yang dikumpulkan untuk menemukan hubungan, pola, atau penyebab dari fenomena yang diamati. Penelitian ini tidak hanya menggambarkan keadaan tetapi juga mencoba untuk menjelaskan mengapa fenomena tersebut terjadi.³⁴

3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam kasus *predatory pricing* pada produk *Garnier Men* di *TikTok Shop* ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) yaitu pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang ditangani. Terdapat dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Data primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari sumber rujukan berupa hasil wawancara dengan *reseller*,

³⁴ Pujiati, “8 Perbedaan Penelitian Deskriptif dan Analitik”, <https://penerbitdeephublish.com/perbedaan-penelitian-deskriptif-dan-analitik/>, di akses pada Rabu 23 Oktober 2024, pukul 22:39 WIB.

konsumen, ahli fiqih muamalah dan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU)

b. Data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini merupakan data dalam bentuk sudah jadi, sudah dikumpulkan dan telah dikelola oleh pihak terkait. Dalam hal ini data sekunder berupa bahan hukum primer yang digunakan adalah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Pedoman Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, sedangkan sumber hukum sekunder yang digunakan terdiri dari buku, jurnal, dan dokumentasi-dokumentasi lain yang mendukung terkait dengan penelitian ini.

5. Teknik Pengumpulan Data

dalam melakukan pengumpulan data pada penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian. Yaitu:

a. Observasi

Observasi adalah kegiatan yang berhubungan dengan pengawas, penyelidikan dan riset.³⁵ Dalam hal ini pengamatan dilakukan pada para konsumen produk *Garnier Men Acno Fight* dan *Reseller* yang menjual produk tersebut di platform *TikTok Shop*. Pengamatan dilakukan sejak penentuan objek permasalahan yang ditentukan oleh penulis sekitar bulan Oktober 2024 hingga hasil penelitian ini terpenuhi sepenuhnya.

b. Wawancara

Wawancara merupakan pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) mengumpulkan data melalui percakapan terstruktur atau semi-terstruktur dengan subjek. Wawancara ini dilakukan dengan jumlah partisipan yang lebih sedikit dibandingkan dengan survei, tetapi proses ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi lebih detail dan kaya akan makna tentang pengalaman, perspektif, atau motivasi seseorang terhadap subjek penelitian tertentu.³⁶ Bentuk wawancara ini ditujukan kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Yogyakarta dan ahli fiqh muamalah.

c. Dokumentasi

³⁵ Sutrisni Hadi, *Metodelogi Reseach* (Yogyakarta : Andi Offset, 200) hlm. 92.

³⁶ Pamela B. Rutledge and Jerri Lynn C. Hogg, 'In-Depth Interviews', in *The International Encyclopedia of Media Psychology*, ed. by Jan Bulck, 1st edn (Wiley, 2020), hlm. 1–7.

Dokumentasi merupakan pengumpulan data yang dihasilkan dari sumber-sumber tertulis maupun dokumen yang ada, yang berkaitan dengan penelitian ini.³⁷ Dokumentasi yang dilakukan pada penelitian ini ketika penulis melakukan wawancara dengan narasumber berupa foto. Serta berupa informasi harga *Garnier Men Acno Fight* yang ada di platform *TikTok Shop*.

6. Analisis Data

Pada tahap analisis data ini merupakan mendeskripsikan atau menguraikan secara keseluruhan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga mudah disimpulkan permasalahan yang disadarkan oleh data yang akan diteliti.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan dalam penelitian ini dan dapat di pahami dengan mudah, maka penelitian ini harus tersusun secara sistematis sehingga menghasilkan penelitian yang maksimal. Oleh karena itu peneliti membaginya secara sistematika yang disusun menjadi 5 bab yaitu sebagai berikut:

Bab I : Berisi Identifikasi dan pengenalan masalah yang terangkum dalam latar belakang, kemudian rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian, serta sistematika pembahasan skripsi.

³⁷ Zuchri Metodi Penelitian Kualitatif (CV. Syakir Media Press, 2021).

Bab II : Berisi penjelasan teoritis sebagai landasan analisis dalam melakukan penelitian, dalam bab ini teori-teori yang dipaparkan adalah pendekatan *Maqāṣid syariah*, teori ekonomi Islam, teori *predatory pricing* dan teori *e-commerce* . Teori-teori tersebut nantinya digunakan sebagai analisa dalam menjawab rumusan masalah.

Bab III : dalam bab ini memuat penjelasan tentang bagaimana *predatory pricing* pada produk Granier Men di *TikTok Shop* sesuai dengan apa yang dijelaskan dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999

Bab IV : Merupakan analisis hasil penelitian yang menjawab rumusan permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

Bab V : Merupakan bab penutup dari skripsi ini yang didalamnya berisi tentang kesimpulan penulis yang diikuti oleh saran-saran. Yang dimana penulis mengambil poin-poin dari rumusan masalah.

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. Praktik penjualan *Garnier Men Acno Fight* 100 ml di *TikTok Shop* menunjukkan adanya disparitas harga yang signifikan antara toko resmi dan beberapa *reseller* independen. Tiga *reseller* menetapkan harga sekitar 60% lebih rendah dari harga resmi, yang secara teori hukum persaingan usaha memenuhi indikasi *predatory pricing* sesuai Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999, karena berpotensi mematikan pesaing bermodal kecil dan mengarah pada dominasi pasar. Apabila terbukti dilakukan dengan kesengajaan dan diikuti upaya recoupment, praktik ini dapat menimbulkan monopoli dan merugikan konsumen dalam jangka panjang.
2. Strategi penetapan harga yang merugikan pelaku usaha kecil dan mengancam keseimbangan pasar bertentangan dengan lima tujuan utama syariah, khususnya *ḥifẓ al-māl* (perlindungan harta), *ḥifẓ al-nafs* (perlindungan jiwa), *ḥifẓ al-‘aql* (perlindungan akal), *ḥifẓ al-nasl* (perlindungan keturunan), dan *ḥifẓ al-dīn* (perlindungan agama). Praktik tersebut dapat dikategorikan sebagai bentuk pemanfaatan ekonomi yang zalim, mengancam keberlangsungan usaha kecil, dan menurunkan integritas perdagangan.

3. KPPU, melalui pendekatan structure-conduct-performance, berupaya menanggulangi *predatory pricing* dengan penegakan hukum berbasis Pasal 20, identifikasi sumber diskon, dan pemisahan isu antara *predatory pricing* dan diskriminasi harga (Pasal 6 & 19). Upaya ini dilakukan secara preventif melalui edukasi pelaku usaha dan responsif melalui investigasi, dengan mempertimbangkan bahwa tidak semua harga murah merupakan *predatory pricing*. Hambatan utama KPPU adalah keterbatasan data transaksi dan kesulitan membuktikan tujuan menyingkirkan pesaing.

B. Saran

Oleh sebab itu berdasarkan kesimpulan, maka penulis akan memberikan saran sebagai berikut:

1. Akademik

Melakukan penelitian lanjutan terkait penerapan prinsip *Maqāṣid syariah* pada berbagai sektor bisnis digital, sehingga dapat memperluas kajian akademik mengenai integrasi nilai-nilai Islam dalam praktik ekonomi modern. Selain itu, perlu dilakukan pengkajian terhadap efektivitas kolaborasi antara regulator dan *platform e-commerce* dalam mencegah dan menanggulangi praktik *predatory pricing*, sehingga dapat dihasilkan rekomendasi kebijakan yang berbasis pada bukti empiris.

2. Pelaku Usaha

Mengedepankan persaingan berbasis kualitas produk, inovasi, dan layanan, bukan semata-mata penurunan harga secara ekstrem. Menjaga transparansi harga kepada konsumen akan membantu membangun kepercayaan dan reputasi jangka panjang. Strategi promosi yang digunakan sebaiknya mengarah pada model yang sehat, seperti paket bundling, pemberian voucher, atau penawaran layanan tambahan, selama tidak bertentangan dengan prinsip persaingan usaha yang sehat.

3. *TikTok Shop*

Perlu diterapkan kebijakan harga minimum (*floor price*) untuk mencegah persaingan harga yang tidak sehat. Transparansi mengenai sumber diskon wajib dijaga, baik diskon yang berasal dari *platform*, produsen, maupun penjual, agar memudahkan proses pengawasan dan investigasi. Selain itu, sistem algoritma yang digunakan *platform* sebaiknya dioptimalkan agar tidak semata-mata mengutamakan produk dengan harga terendah, tetapi juga mempertimbangkan kualitas, layanan, dan reputasi penjual sehingga menciptakan persaingan yang lebih sehat.

4. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU)

Meningkatkan pengawasan harga di *platform e-commerce* melalui kerja sama langsung dengan pihak *platform* guna memperoleh data transaksi secara real-time. Selain itu, KPPU perlu menyusun pedoman teknis khusus terkait *predatory pricing* di sektor ekonomi digital, termasuk penentuan parameter yang jelas mengenai durasi promosi, frekuensi

pemberian diskon, dan sumber pendanaan potongan harga. Program edukasi bagi pelaku usaha juga perlu diperluas agar mereka memahami batasan strategi penetapan harga yang sah sesuai dengan ketentuan Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999.

5. Pemerintah

Perlu dilakukan penyusunan regulasi khusus terkait penetapan harga di *e-commerce* yang selaras dengan perkembangan ekonomi digital. Pemerintah juga perlu memfasilitasi forum kolaborasi antara KPPU, pelaku usaha, dan *platform e-commerce* dalam rangka menciptakan ekosistem perdagangan digital yang adil dan berkelanjutan. Integrasi prinsip *Maqāṣid syariah* ke dalam kebijakan perdagangan digital juga dapat menjadi landasan moral dan etis untuk mencegah praktik bisnis yang merugikan konsumen dan pelaku usaha kec

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Asmani, Jamal Ma'mur, *Manajemen Efektif Marketing Sekolah: Strategi Menerapkan Jiwa Kompetisi dan Sportivitas untuk Melahirkan Sekolah Unggulan*, (Yogyakarta: Diva Press, 2015),
- Depatemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an, 1984).
- Ferdinand Fassa, S. Asmiyanti. *Penyelesaian sengketa konstruksi das sollen & das sein*, (Jakarta: Podomoro University Press, 2024).
- Hidayati, Nur, dkk, *PENGANTAR EKONOMI & BISNIS*, (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), hlm 24.
- Jaya, Wihana Kirana, *Ekonomi industry*, (Yogyakarta: UGM PRESS, 2023).
- Kartono, Salim, *Crisis To Win*, (Jakarta: TransMedia, 2010).
- Kusumastuti, Dora, *Perjanjian kredit perbankan dalam perspektif welfare state*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020).
- Mahendra Kusuma, *Pergulatan Intelektualitas untuk Politik dan Demokrasi*. (Palembang: Bening Media Publishing, 2021).
- Makmur, Muhammad Rizaldi, dan Selvi Diliyanti Rizki, *Buku ajar ekonomi manajerial*. (Pekalongan: NEM, 2024).
- Putri, Naura Ilgalia, dkk, *Pengantar Ekonomi Mikro*. (Bandung: Widina, 2023).
- Rahim, A. *Dasar-Dasar Hukum Perjanjian: Perspektif Teori dan Praktik*, (Makasar: Humanities Genius, 2022).

Salim, H. Sidik, *Hukum kontrak: Teori dan teknik penyusunan kontrak*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2021).

Saputra, Eko, *Pengantar Hukum Bisnis: Regulasi, Etika, dan Tanggung Jawab Korporasi*, (Makasar: Nasmedia, 2025).

Siregar, Indri Pratiwi, *Hukum anti monopoli dan persaingan usaha tidak sehat*, (Parya Penerbit P4I, 2023).

Sufiarina, Sufiarina, dkk. *Hukum Perdata: Asas-Asas dan Perkembangannya*, (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

Sutrisni Hadi, *Metodelogi Reseach* (Yogyakarta : Andi Offset, 200).

Wibowo, Agus, *Manajemen Media Pemasaran*, (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2022).

Zuchri *Metodi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: CV. Syakir Media Press, 2021).

Jurnal

Abdillah Halim, "Perkembangan Ekonomi Syariah Di Indonesia", *Investama : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8.2 (2023).

Abdul Qoyum, 'Maqasid Ash-Shari'ah Framework and the Development of Islamic Finance Products: The Case of Indonesia', *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 12.2 (2018).

Abdul Qoyum, 'Maqasid Ash-Shari'ah Framework and the Development of Islamic Finance Products: The Case of Indonesia', *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 12.2 (2018).

Afifatus Sholikhah, Edita Rachma Kamila, and Laily Muzdalifah, 'Indications of *Predatory pricing on TikTok Shop* and Its Impact on MSME Actors', *Sinergi : Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 13.2 (2023).

Agung Wibowo dan Arif Sugitanata, "Teori Peningkatan Norma Dan Penemuan Hukum Islam (Pendalaman Dan Rekonstruksi Konsep)", *JURNAL DARUSSALAM: Pemikiran Hukum Tata Negara Dan Perbandingan Mazhab*, 3.1 (2023).

Ahmad Sabirin and Anna Maria Tri Anggraini, "Competition Law and Artificial Intelligence: Solution or Threat", *Jurnal Persaingan Usaha*, 4.1 (2024).

Ahmad Yunadi, 'Maqasid As-Syari'ah Dan Asuransi Syari'ah', *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 10.2 (2020).

Ahmad Yunadi, 'Maqasid As-Syari'ah Dan Asuransi Syari'ah', *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 10.2 (2020).

Akilu Aliyu Shinkafi and Nor Aini Ali, 'Contemporary Islamic Economic Studies on Maqasid Shari'ah: A Systematic Literature Review', *Humanomics*, 33.3 (2017).

Akilu Aliyu Shinkafi and Nor Aini Ali, 'Contemporary Islamic Economic Studies on Maqasid Shari'ah: A Systematic Literature Review', *Humanomics*, 33.3 (2017).

Alim Samad and Fokky Fuad, 'Sanksi Pidana Perjanjian Yang Dilarang Menurut Penggolongan Hukum Privat Dan Publik', *Jurnal Magister Ilmu Hukum*, 1.2 (2021).

Ananto Triwibowo dan Muhammad Afani Adam, 'Margin : Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Di Era Digital Ekonomi', *Margin : Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 2.1 (2023).

Andi Sri Wahyuni, "*Predatory pricing: Persaingan Harga Minimarket Dan Gadde-Gadde Dalam Metafora Cerpen*", *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6.2 (2015).

Annas Syams Rizal Fahmi and others, 'Pandangan Bisnis Syariah Terhadap Perkembangan Financial Technology (Study Kasus Fitur Serbu Seru Dalam Aplikasi Bukalapak)', *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, 5 (2022).

Ari Anggara Pribadi, dkk, "Analisis Viral Marketing, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare", *Hatta: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 1.2 (2024).

Arie Sulistyoko, "Implementasi Teori Monopoli Richard a. Posner Terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat", *At-Taradhi*, 5.1 (2014).

Asep Muhamad Iqbal, 'Agama Dan Adopsi Media Baru: Penggunaan Internet Oleh Gerakan Salafisme Di Indonesia', *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 2.2 (2017).

Asep Muhamad Iqbal, 'Agama Dan Adopsi Media Baru: Penggunaan Internet Oleh Gerakan Salafisme Di Indonesia', *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 2.2 (2017).

Asep Saepudin Jahar, Amany B. Lubis, and Muhamad Fahri, 'The Use of Maqasid Al-Sharia in Maritime and National Resilience Context', *Al-Risalah: Forum Kajian Hukum Dan Sosial Kemasyarakatan*, 21.1 (2021).

Asep Saepudin Jahar, Amany B. Lubis, and Muhamad Fahri, 'The Use of Maqasid Al-Sharia in Maritime and National Resilience Context', *Al-Risalah: Forum Kajian Hukum Dan Sosial Kemasyarakatan*, 21.1 (2021).

Bangkit Rambu Sukarno dan Muhammad Ahsan, "IMPLEMENTASI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN BUSINESS MODEL CANVAS M", *Manova*, 4.2 (2021).

Cinta Rici Rahmawati, 'Indikasi *Predatory pricing* Yang Dilakukan Ovo Dengan Cara Burning Money', *Jurist-Diction*, 4.2 (2021).

Dede Abdul Fatah, "Monopoli Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 4.2 (2016).

Dedi Alamsah dan Rowlan Takaya, "Studi Kasus Praktik *Predatory pricing* Pada *TikTok Shop* Dan Dampaknya Terhadap Pemanfaatan Media Sosial Oleh

UMKM Di Indonesia", *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 4.1 (2024).

Dhiya 'ul Hanifah and Siti Mundari, 'Perencanaan Kapasitas Produksi Untuk Memenuhi Permintaan Konsumen Di Pt. Bip', *JISO : Journal of Industrial and Systems Optimization*, 5.2 (2022).

Dhiyaa Meuthia Faiqah Erba and Nofrianto Nofrianto, 'Implementation of Maqashid Syariah in Sharia Business Transactions', *AL-FALAH : Journal of Islamic Economics*, 7.1 (2022).

Dhiyaa Meuthia Faiqah Erba and Nofrianto Nofrianto, 'Implementation of Maqashid Syariah in Sharia Business Transactions', *AL-FALAH : Journal of Islamic Economics*, 7.1 (2022).

Dian Islamiaty Puteri, "Implementasi Long Short Term Memory (LSTM) Dan Bidirectional Long Short Term Memory (BiLSTM) Dalam Prediksi Harga Saham Syariah", *Euler : Jurnal Ilmiah Matematika, Sains Dan Teknologi*, 11.1 (2023).

Elmira Siska dan Dwi Atmojo Wismono Prpto, "Pelatihan Digital Marketing Pada Marketplace Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Produk UMKM Pulo Gadung Jakarta Timur Pada Masa New Normal", *Jurnal Abdimas Perbanas*, 2.2 (2021).

Endang Madali, 'Pandangan Hukum Islam Terhadap Intoleransi Salafi Wahabi', *Nurani Hukum*, 3.2 (2020).

Eny Latifah and Rudi Abdullah, 'Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam Dalam Manajemen Keuangan Syariah', *JIDE: Journal Of International Development Economics*, 2.02 (2024).

Eny Latifah and Rudi Abdullah, 'Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam Dalam Manajemen Keuangan Syariah', *JIDE: Journal Of International Development Economics*, 2.02 (2024).

Farchanza Haykanna Pirenoa and others, 'The Impact of *Predatory pricing* on *E-commerce* Competition and Regulatory Control in Indonesia', 01.05 (2025).

Farhandi Himawan dan Anna Maria Tri Anggraini, "Perbandingan Penerapan Predatory Pricing Menurut Hukum Persaingan Usaha Indonesia Dan Amerika Serikat", *Reformasi Hukum Trisakti*, 5.3 (2023).

Febi Fatlika Nurussufiah and others, 'Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Di Era Globalisasi', *DEVELOPMENT: Journal of Community Engagement*, 1.2 (2022).

Gaby Romauli Simarmata and others, 'The Analysis of Predator Pricing at Shopee Based on Business Competition Law', *Formosa Journal of Science and Technology*, 2.6 (2023).

Glenn Kevin Cailla, dkk, "Analisa Hukum Perdata Tentang Perjanjian Jual Beli Online Di Indonesia", *Jurnal Kewarganegaraan*, 8.1 (2024).

Gloria Damaiyanti Sidauruk, 'Kepastian Hukum Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha', *Jurnal Lex Renaissance*, 6.1 (2021).

Guney, 'Maqasid Al-Shari'a in Islamic Finance: A Critical Analysis of Modern Discourses'.

Herlan Sutisna dan Maulina Cahyati, "Implementasi Metode ROP Pada Perancangan Sistem Informasi Persediaan Produk Kecantikan Pada CV BK Tasikmalaya", *Reputasi: Jurnal Rekayasa Perangkat Lunak*, 2.1 (2021).

Huiliang Zhao dkk, "Impact of Pricing and Product Information on Consumer Buying Behavior With Customer Satisfaction in a Mediating Role", *Frontiers in Psychology*, 12.December (2021).

Husnul Fatarib, Wasim Muhammadi, and Meirison, 'Al-Hâjat As The Basis Of Contemporary Ijtihâd', *Al-'Adalah*, 17.1 (2020).

Husnul Fatarib, Wasim Muhammadi, and Meirison, 'Al-Hâjat As The Basis Of Contemporary Ijtihâd', *Al-'Adalah*, 17.1 (2020).

Jazari, 'Analisis Komparasi Imam Maliki Dan Imam Syafi'I Dalam Ibadah Sehari-Hari', *Jurnal Studi Pesantren*, 2.2 (2022).

Jazari, 'Analisis Komparasi Imam Maliki Dan Imam Syafi'I Dalam Ibadah Sehari-Hari', *Jurnal Studi Pesantren*, 2.2 (2022).

Julius Jonathan, 'Peranan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Dalam Kegiatan Yang Dilarang Dalam Wujud *Predatory pricing* Sektor *E-commerce*', *Jurist-Diction*, 6.2 (2023).

Kemal Akbar Suryoadji dkk, "Kesehatan Mental Di Era Digital: Tinjauan Naratif Dampak Media Sosial Dan Teknologi Digital Pada Kesehatan Mental Dan Upaya Untuk Mengatasinya", *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 23.1 (2024).

Keuis Hera Susanti, "Tantangan Dan Peluang Perbankan Syariah Di Era Digital Dalam Pertumbuhan Berkelanjutan", *Persya: Jurnal Perbankan Syariah*, 2.1 (2024).

Khoirul Umam dan Akbar Yazidurrahma, "Islamisasi Teori Kebutuhan Abraham Maslow", *Dirosat Jurnal Of Islamic Studies*, Volume 9 No. 1 Januari-Juni 2024.

Komang Ayu Sista Kiranadewi dan I Made Sarjana, "*Predatory pricing* Dalam *E-commerce* Dengan Cara *Flash Sale* Pada Masa Pandemi Ditinjau Dari Persaingan Usaha", *Jurnal Kertha Wicara* Vol 11, No 5 tahun 2022.

Luh Gede Bevi Libraeni and others, 'Pelatihan Penentuan Harga Pokok Penjualan Pada Toko Kue Dapur Friska', *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3.2 (2022).

Lukman bin Abdul Mutalib and others, 'Maqasid Sharia in Dharar Parameters During the Pandemic', *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13.2 (2023).

Lukman bin Abdul Mutalib and others, 'Maqasid Sharia in Dharar Parameters During the Pandemic', *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13.2 (2023).

M. Arif Al Kausari, 'Telaah Fatwa Dsn-Mui No . 73 / Dsn- Mutanâqisah', *Jurnal Pemikiran Syariah Dan Hukum*, 5, 1.73 (2021).

M. Arif Al Kausari, 'Telaah Fatwa Dsn-Mui No . 73 / Dsn- Mutanâqisah', *Jurnal Pemikiran Syariah Dan Hukum*, 5, 1.73 (2021).

Marina Abu Bakar and Ahmad Khilmy Abdul Rahim, '*Maqāṣid syariah* Theory: A Comparative Analysis Between The Thoughts Of Al-Shatibi And 'Izz Al-Din Ibn 'Abd Al-Salam', *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11.8 (2021).

Maulida, Dkk, "ETIKA BISNIS ISLAM: IMPLEMENTASI PRINSIP KEADILAN DAN TANGGUNG JAWAB DALAM EKONOMI SYARIAH", *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Volume 6, Nomor 1 Juni 2024.

Moh. Hasan, Nur Imamah, and Ach. Baidowi, 'Upaya Preventif Kantor Urusan Agama (KUA) Dalam Mencegah Perceraian Masyarakat Waru Pamekasan', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penelitian Thawalib*, 1.2 (2022).

Moh. Hasan, Nur Imamah, and Ach. Baidowi, 'Upaya Preventif Kantor Urusan Agama (KUA) Dalam Mencegah Perceraian Masyarakat Waru Pamekasan', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penelitian Thawalib*, 1.2 (2022).

Mohamad Kharis Umardani, "Jual Beli Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum", *Journal of Islamic Law Studies Volume*, 4.1 (2021).

Muhammad As'ad, 'Pengelolaan Zakat Dalam Kaitannya Dengan Pengentasan Kemiskinan Di Sulawesi Selatan Dan Kalimantan Timur', *Al-Qalam*, 9.2 (2018).

Muhammad As'ad, 'Pengelolaan Zakat Dalam Kaitannya Dengan Pengentasan Kemiskinan Di Sulawesi Selatan Dan Kalimantan Timur', *Al-Qalam*, 9.2 (2018).

Muhammad Faishol and others, 'Praktek *Predatory pricing* Dalam Perspektif Maqashid Syariah', 4 (2022).

Muhammad Sulthon, 'Mashlahah Sebagai Tujuan Inti Pembentukan Hukum Islam', *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 14.2 (2023).

Muhammad Sulthon, 'Mashlahah Sebagai Tujuan Inti Pembentukan Hukum Islam', *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 14.2 (2023).

Muhammad Tahmid Nur, 'Justice in Islamic Criminal Law: Study of the Concept and Meaning of Justice in The Law of Qiṣāṣ', *Asy-Syir'ah: Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum*, 55.2 (2021).

Muhammad Tahmid Nur, 'Justice in Islamic Criminal Law: Study of the Concept and Meaning of Justice in The Law of Qiṣās', *Asy-Syir'ah: Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum*, 55.2 (2021).

Muhyidin Muhyidin, '*Maqāṣid syariah* (Tujuan-Tujuan Hukum Islam) Sebagai Pondasi Dasar Pengembangan Hukum', *Gema Keadilan*, 6.1 (2019).

Musa Andika, 'Pasar Modal Syariah Dalam Perspektif Tafsīr Ahkām Maudhu'i', *At-Ta'awun : Jurnal Mu'amalah Dan Hukum Islam*, 1.2 (2022).

Musa Andika, 'Pasar Modal Syariah Dalam Perspektif Tafsīr Ahkām Maudhu'i', *At-Ta'awun : Jurnal Mu'amalah Dan Hukum Islam*, 1.2 (2022).

Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori Praktiknya Di Indonesia* (PT RajaGrafindo Persada, 2012).

Nainunis, 'Hubungan Antara Ta'zir Dan UU Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat', *Jurnal Al-Fikrah*, 10.1 (2021)

Nanda Diyan Saputra and Luqman Hakim, 'Upaya Penegakan Hukum Anti Monopoli Terhadap Lelangan Tender Studi Kasus Putusan Nomor 04/KPPU-L/2020', *Transformasi Hukum*, 1.2 (2022).

Nazila Ursyida, 'Analisis Maqashid Syari'ah Terhadap Pernikahan Antara Ayah Dan Anak Analisis Maqashid Syari'ah', *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2022.

Nur Rofiq and M Zidny Nafi Hasbi, 'A New Paradigm In Economy About Maqashid Al-Sharia Theory: Reformulation Of Ibn-Asyur', PAMALI: Pattimura Magister Law Review, 2.1 (2022).

Nur Rofiq and M Zidny Nafi Hasbi, 'A New Paradigm In Economy About Maqashid Al-Sharia Theory: Reformulation Of Ibn-Asyur', PAMALI: Pattimura Magister Law Review, 2.1 (2022).

Pambudi, Rakhmat Dwi, *EKONOMI INDUSTRI Pendekatan Teori dan Aplikasi*, (Semarang: Cahya Ghani Recovery, 2024).

Pamela B. Rutledge and Jerri Lynn C. Hogg, 'In-Depth Interviews', in *The International Encyclopedia of Media Psychology*, ed. by Jan Bulck, 1st edn (Wiley, 2020).

Rahayu Lestari, Suadi Sapta Putra, Kumba Digdowiseiso, & Azizul Yadi Yaakop Resti Hardini, 'Analysis of Pricing Strategy in International Marketing. ', Morfai Journal, 2024.

Ratna Wijayanti and Septiarini Ariyanti, 'Implementasi Strategi Marketing Mix Dalam Mempertahankan Usaha (Studi Kasus Pada Es Kelapa Muda Pak Ambon Dr. Cipto Semarang)', Solusi, 20.1 (2022).

Refki Saputra and Abdurrahman Hilabi, 'Aktualisasi Maqashid Syariah Dalam Konstruksi Perspektif Fikih Terhadap Aktivitas Dan Produk Perbankan Syariah', Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking, 4.1 (2022).

Refki Saputra and Abdurrahman Hilabi, 'Aktualisasi Maqashid Syariah Dalam Konstruksi Perspektif Fikih Terhadap Aktivitas Dan Produk Perbankan Syariah', *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 4.1 (2022).

Rezmia Febrina, "Dampak Kegiatan Jual Rugi (*Predatory pricing*) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha", *Jurnal Selat*, 4 (2017).

Romli Atmasasmita, "Analisis Ekonomi Mikro tentang Hukum Pidana Indonesia", (Jakarta: Prenada Media, 2017).

Rudy Vernando Silalahi dan Silvia Juliasari, "Analisis Strategi Bersaing Pada Perusahaan Manufaktur Pull Handle Menggunakan Porter's Five Forces Model (Studi Kasus: PD XYZ)", *Jurnal Optimalisasi*, 8.2 (2022).

Satriak Guntoro dan Ahmad, "Dinamika Dan Problematika Ekonomi Syariah Di Negara Islam", *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5.2 (2022).

Septiyan Hudan Fuadi, "Transaksi Berjangka Komoditas Pertanian Di Desa Sukorejo Perspektif Islam", *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 2.1 (2022).

Sirajuddin, "Akad Dan Transaksi Jual Beli Gabah Dalam Prespektif Ekonomi Islam Di Kabupaten Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan", *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 7.1 (2021).

Siti Dwi Pujiyanti and Anis Wahdi, 'Transaksi Bisnis Online Dalam Perspektif Islam', *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2.2 (2020).

Siti Muazaroh and Subaidi Subaidi, 'Kebutuhan Manusia Dalam Pemikiran Abraham Maslow (Tinjauan Maqasid Syariah)', *Al-Mazaahib: Jurnal Perbandingan Hukum*, 7.1 (2019).

Siti Muazaroh and Subaidi Subaidi, 'Kebutuhan Manusia Dalam Pemikiran Abraham Maslow (Tinjauan Maqasid Syariah)', *Al-Mazaahib: Jurnal Perbandingan Hukum*, 7.1 (2019).

Sri Wahyuni, 'Studi Perbandingan Pemikiran Filsafat Hukum Islam Al-Ghazali, Asy-Syatibi, Dan Ibnu Khaldun', *Al-Mazaahib: Jurnal Perbandingan Hukum*, 10.1 (2022).

Sulistyoko, Arie. "Implementasi Teori Monopoli Richard A. Posner Terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat." *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi* 5.1 (2014).

Sururi Maudhunati and Muhajirin Muhajirin, 'Gagasan Maqashid Syari'ah Menurut Muhammad Thahir Bin Al-'Asyur Serta Impelementasinya Dalam Ekonomi Syari'Ah', *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6.02 (2022).

Sururi Maudhunati and Muhajirin Muhajirin, ‘Gagasan Maqashid Syari’ah Menurut Muhammad Thahir Bin Al-‘Asyur Serta Impelementasinya Dalam Ekonomi Syari’Ah’, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 6.02 (2022).

Tamrin Muchsin, "Maqasid AlShariah in Islamic Law Renewal The Impact of New Normal Rules on Islamic Law Practices during the Covid19 Pandemic 2021" Faculty of Sharia Sultan Aji Muhammad Idris State Islamic University, 20.1 (2021).

Tamrin Muchsin, ‘Maqasid-AlShariah-in-Islamic-Law-Renewal-The-Impact-of-New-Normal-Rules-on-Islamic-Law-Practices-during-the-Covid19-Pandemic_2021_Faculty-of-Sharia-Sultan-Aji-Muhammad-Idris-State-Islamic-University.Pdf’, 20.1 (2021).

Teddy Nurcahyawan, Lewiandy, and Michelle Viandy Huang, ‘*Predatory pricing in the Online Transportation Platforms: Is It Really Predatory?*’, 439.Ticash 2019 (2020).

Trian Trian Desa Putra and Yuli Setiawan, ‘Pengaruh *Predatory pricing*, Sikap Konsumen Dan Pemasaran Interaktif Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Di *TikTok Shop* (Studi Kasus UMKM Kuliner Di Jakarta Selatan)’, Jurnal Manajemen, 10.1 (2024).

Ursyida, ‘Analisis Maqashid Syari’ah Terhadap Pernikahan Antara Ayah Dan Anak Analisis Maqashid Syari’ah’.

Vicky Darmawan A.P dan Ditha Wiradiputra, “*Predatory pricing Dalam E-commerce menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha*”, Jurnal Ilmu sosial dan pendidikan (JISIP), Vol.6, No 3 Juli 2022.

Wadhan Wadhan, ‘MORAL HAZARD DAN AGENCY COST (Pencederaan Kontrak Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Syari’ah)’, AL-IHKAM: Jurnal Hukum & Pranata Sosial, 3.2 (2019).

Wadhan Wadhan, ‘MORAL HAZARD DAN AGENCY COST (Pencederaan Kontrak Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Syari’ah)’, AL-IHKAM: Jurnal Hukum & Pranata Sosial, 3.2 (2019).

Widya Nengsih, ‘*Predatory pricing in E-commerce: Analyzing Indonesia’S Government Policy on TikTok Shop*’, 1.3 (2024).

Yessi Avita Sari dan Reza Ronaldo, ‘Peran Pemasaran Digital Dalam Mengembangkan Bisnis Syariah Di Era Digital’, *Jurnal E-Bis*, 8.1 (2024).

Zahratul Idami, M. Hum, and Azhari Yahya, ‘Comparison of Rights and Obligations of Believers in Islam and Regulation in Indonesia’, 413.Icolgis 2019 (2020).

Zahratul Idami, M. Hum, and Azhari Yahya, ‘Comparison of Rights and Obligations of Believers in Islam and Regulation in Indonesia’, 413.Icolgis 2019 (2020).

Zarul Arifin, 'The Implementation of Dharûriyyât Concept by Muslims Traders in the Pemangkat Market of Sambas Regency', *Al-'Adalah*, 18.2 (2021).

Zarul Arifin, 'The Implementation of Dharûriyyât Concept by Muslims Traders in the Pemangkat Market of Sambas Regency', *Al-'Adalah*, 18.2 (2021).

Skripsi, Tesis, Disertasi

Agriel Siraj Nasher, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Prilaku Bisnis Jual Rugi (*Predatory pricing*) Pada *E-commerce* Di Indonesia", Skripsi Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Tahun 2022.

M. Iqbal Abdurrahman, S.H., "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap *Predatory pricing* pada platform *TikTok Shop* di Indonesia", Tesis Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijag Yogyakarta 2024.

Miftaqhul Nur Khasanah, "Praktik *Predatory pricing Live TikTok Shop* Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat", Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2023.

Peraturan Perundang-Undangan

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

Seri Pedoman, ‘PASAL 20 TENTANG JUAL RUGI (*PREDATORY PRICING*)’, 2009.

Internet

Dashveenjit Kaur, “The future of *TikTok Shop* in Indonesia has never been so cloudy,” <https://techhq.com/news/the-future-of-tiktok-shop-in-indonesia-has-never-been-so-cloudy/>, akses 12 Agustus 2025.

Eko Siswanto, “Konsep Tujuan Syari’ah (*Maqasid Al-Syari’ah*)”, <https://papua.kemenag.go.id/#!/detail/39a8b9c2-405d-4420-8c95-ce90c63ba192> , di akses pada Selasa 22 Oktober 2024, pukul 01:16 WIB.

Marcia Kaplan, “*TikTok Shop* Slowed by Governments, Consumers”, <https://www.practicalecommerce.com/tiktok-shop-slowed-by-governments-consumers?>, akses 12 Agustus 2025.

Olivia poh dkk., “After Indonesian Curbs on *TikTok Shop*, ByteDance Pursues *E-commerce* Ambitions With New Local Partnership”, <https://time.com/6342570/indonesia-tiktok-tokopedia-e-commerce-partnership/>, akses 12 Agustus 2025.

Pujiati, “8 Perbedaan Penelitian Deskriptif dan Analitik”,

<https://penerbitdeepublish.com/perbedaan-penelitian-deskriptif-dan-analitik/> , di akses pada Rabu 23 Oktober 2024, pukul 22:39 WIB.

Salsabila Nanda, “Metode Penelitian Kualitatif: Pengertian, Jenis, & Contoh”,

<https://www.brainacademy.id/blog/metode-penelitian-kualitatif> , di akses pada Rabu 23 Oktober 2024, pukul 22:25 WIB.

Tim Hukumonline, “Mengenal Tujuan dan Tingkatan 5 Maqashid Syariah”,

<https://www.hukumonline.com/berita/a/maqashid-syariah-lt65c063a25e4c6> , di akses pada Selasa 22 Oktober 2024, pukul 01:11 WIB.

WAWANCARA

Wawancara dengan AM konsumen produk Garnier Mend di TikTok Shop, Yogyakarta, tanggal 29 Agustus 2025

Wawancara dengan Bapak Kamal Barok, Kepala Bidang Penegakan Hukum Kantor Wilayah VII KPPU Yogyakarta, tanggal 9 Mei 2025

Wawancara dengan Bapak Kholid Zulfa, Dosen Fiqih Muamalah Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 26 Mei 2025

Wawancara dengan RA konsumen produk Garnier Mend di TikTok Shop, Blitar, tanggal 31 Agustus 2025

Wawancara dengan toko Watsons Indonesia reseller produk Garnier Mend di TikTok Shop, *Daring*, tanggal 17 Januari 2025