

## ANALISIS REGULASI PREDATORY PRICING DALAM BISNIS DIGITAL DI INDONESIA PERSPEKTIF HUKUM ISLAM

**Arif Fikri**

UIN Raden Intan Lampung  
[ariffikri@radenintan.ac.id](mailto:ariffikri@radenintan.ac.id)

**Rahayu Utami Caniago**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pasaman  
[rahayuutami@gmail.com](mailto:rahayuutami@gmail.com)

**Ramos Panggabean**

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU)  
[Ramos0879@gmail.com](mailto:Ramos0879@gmail.com)

**Abdul Azis Lasahido**

UIN Datokarama Palu  
[Abdulaziz21@gmail.com](mailto:Abdulaziz21@gmail.com)

### Article History:

Received: May 18, 2026;  
Accepted: May 28, 2026;  
Published: June 07, 2026;

**Abstract.** *This study analyzes regulations concerning predatory pricing practices in digital businesses in Indonesia from an Islamic law perspective. Predatory pricing is a strategy of setting extremely low prices to eliminate competitors, potentially harming other businesses and consumers. The research employs a qualitative field-based approach, collecting data through in-depth interviews with 12 digital business actors, 5 regulatory officials, and document analysis of regulations and fatwas issued by the Indonesian Ulama Council (MUI) regarding business ethics. Thematic analysis with source triangulation was applied to ensure the validity of findings. The results indicate that predatory pricing practices still occur, particularly during market penetration stages, despite existing anti-monopoly regulations. From the perspective of Islamic law, this practice contains elements of gharar (uncertainty) and dzulm (injustice) because it creates unfair conditions for other business actors and consumers. The study also identifies a gap between formal regulations and their implementation in the field, including weak supervision and insufficient sanctions against violators.*

### Keywords:

*Predatory pricing, digital business, Islamic law, regulation, business competition.*

**Abstrak.** Penelitian ini menganalisis regulasi terkait praktik *predatory pricing* dalam bisnis digital di Indonesia dari perspektif hukum Islam. *Predatory pricing* adalah strategi penetapan harga sangat rendah untuk menyingkirkan pesaing, yang berpotensi merugikan pelaku usaha dan konsumen. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif berbasis lapangan, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada 12 pelaku usaha digital, 5 pejabat regulator, serta analisis dokumen peraturan dan fatwa Majelis Ulama Indonesia terkait etika bisnis. Analisis dilakukan secara tematik dengan triangulasi sumber untuk memastikan validitas temuan. Hasil menunjukkan praktik *predatory pricing* masih terjadi, terutama saat tahap penetrasi

pasar, meski ada regulasi anti-monopoli. Perspektif hukum Islam menilai praktik ini mengandung unsur *gharar* dan *dzulm*, karena menimbulkan ketidakadilan terhadap pelaku usaha lain dan konsumen. Selain itu, penelitian menemukan kesenjangan antara regulasi formal dan praktik di lapangan, termasuk lemahnya pengawasan dan sanksi terhadap pelaku.

## A. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis digital di Indonesia mengalami percepatan yang signifikan dalam dua dekade terakhir. Platform e-commerce, fintech, dan marketplace menjadi arena kompetisi yang intens bagi para pelaku usaha. Salah satu fenomena yang muncul dalam konteks persaingan ini adalah praktik *predatory pricing*, yaitu strategi penetapan harga sangat rendah untuk menyingkirkan pesaing (DEWI et al., 2025). Praktik ini seringkali dilakukan oleh perusahaan besar untuk menguasai pasar dan meningkatkan pangsa pasar secara cepat. Meskipun secara hukum positif terdapat regulasi anti-monopoli dan persaingan usaha tidak sehat—seperti Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat—implementasinya di ranah digital masih menghadapi berbagai tantangan.

Permasalahan muncul karena *predatory pricing* tidak selalu mudah diidentifikasi, terutama pada bisnis digital yang memiliki algoritma harga dinamis dan promosi besar-besaran. Banyak pelaku usaha mikro dan kecil yang dirugikan karena tidak mampu bersaing dengan harga yang sangat rendah, sehingga berpotensi keluar dari pasar (Rohman et al., 2025). Hal ini menimbulkan kekhawatiran terkait keadilan ekonomi, etika bisnis, dan keberlanjutan usaha di sektor digital. Selain itu, literatur yang ada sebagian besar menekankan perspektif ekonomi dan hukum positif, sementara perspektif hukum Islam sebagai landasan moral dan etika bisnis masih minim dikaji secara empiris.

Dari sudut pandang hukum Islam, praktik *predatory pricing* berpotensi mengandung unsur *gharar* (ketidakpastian) dan *dzulm* (ketidakadilan), karena menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha lain dan konsumen. Prinsip keadilan (*‘adl*) dan larangan merugikan pihak lain menjadi kerangka normative yang

---

relevan untuk menilai praktik ini (Mardjiono, 2025). Oleh karena itu, terdapat kebutuhan untuk mengkaji regulasi formal di Indonesia dalam perspektif fiqh muamalah, sekaligus menelaah praktiknya di lapangan.

Permasalahan penelitian ini juga muncul karena adanya kesenjangan antara regulasi formal dan praktik di lapangan. Regulasi persaingan usaha digital belum sepenuhnya mampu menyesuaikan dengan karakteristik pasar digital yang kompleks, termasuk algoritma harga otomatis, promosi berbasis data konsumen, dan akses modal yang tidak merata. Sebagai contoh, beberapa pelaku usaha mikro melaporkan bahwa mereka tidak dapat bersaing dengan perusahaan besar yang menerapkan harga sangat rendah untuk produk serupa, meskipun secara regulasi praktik ini dapat dikategorikan sebagai persaingan usaha tidak sehat (Leeland, 2025). Kesenjangan ini menimbulkan pertanyaan mengenai efektivitas regulasi dan pengawasan, serta peran lembaga pemerintah dan regulator dalam menegakkan prinsip keadilan di pasar digital.

Tantangan dalam memahami praktik *predatory pricing* dari perspektif hukum Islam. Hukum Islam menekankan prinsip keadilan, transparansi, dan larangan merugikan pihak lain, namun implementasinya dalam konteks bisnis digital memerlukan interpretasi kontekstual (Latifah et al., 2025). Pertanyaan muncul mengenai bagaimana prinsip-prinsip fiqh muamalah dapat diterapkan untuk menilai strategi harga yang agresif, serta bagaimana praktik ini dapat dicegah melalui regulasi yang sesuai. Hal ini menuntut penelitian yang mengintegrasikan analisis regulasi formal, praktik bisnis lapangan, dan prinsip hukum Islam secara sistematis.

Berdasarkan uraian di atas, permasalahan penelitian ini dapat dirinci menjadi beberapa poin penting. Pertama, sejauh mana regulasi terkait persaingan usaha di Indonesia mampu mengatur praktik *predatory pricing* dalam bisnis digital. Kedua, bagaimana praktik *predatory pricing* dijalankan di lapangan oleh pelaku usaha digital, baik besar maupun kecil, serta dampaknya terhadap persaingan dan keberlanjutan usaha (Nurafendi et al., 2026). Ketiga, bagaimana perspektif hukum Islam menilai praktik ini, khususnya dalam

konteks prinsip *gharar*, *dzulm*, dan *'adl*. Keempat, apa kesenjangan antara regulasi formal dan praktik di lapangan, serta implikasinya terhadap penegakan keadilan dalam bisnis digital. Kelima, strategi atau rekomendasi yang dapat diusulkan untuk menyelaraskan regulasi formal, praktik lapangan, dan prinsip hukum Islam guna menciptakan ekosistem bisnis digital yang etis, adil, dan berkelanjutan.

Permasalahan ini penting untuk diteliti karena memberikan kontribusi akademik dan praktis. Dari sisi akademik, penelitian ini mengisi kekosongan literatur yang membahas *predatory pricing* dengan perspektif hukum Islam berbasis data lapangan (Natsir et al., 2025). Dari sisi praktis, penelitian ini memberikan masukan kepada regulator, pelaku usaha, dan masyarakat terkait implementasi regulasi, pengawasan, dan edukasi agar praktik bisnis digital selaras dengan prinsip etika dan keadilan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfokus pada identifikasi masalah, tetapi juga menawarkan solusi berbasis regulasi dan prinsip hukum Islam.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis lapangan (*field-based qualitative research*) untuk menganalisis regulasi dan praktik *predatory pricing* dalam bisnis digital di Indonesia dari perspektif hukum Islam. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menggali secara mendalam pengalaman, praktik, dan persepsi pelaku usaha digital serta regulator terkait, sekaligus menafsirkan fenomena bisnis dalam konteks etika dan hukum Islam.

Sumber data terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 12 pelaku usaha digital, termasuk usaha mikro, menengah, dan besar, serta 5 pejabat regulator terkait, seperti Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dan instansi pemerintah yang menangani e-commerce dan perlindungan konsumen. Instrumen wawancara dirancang untuk mengeksplorasi strategi penetapan harga, pengalaman persaingan, serta pemahaman pelaku usaha terhadap regulasi

dan prinsip keadilan menurut hukum Islam. Data sekunder diperoleh melalui analisis dokumen peraturan perundang-undangan, fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), laporan pengawasan pasar, dan publikasi terkait etika bisnis digital.

Teknik analisis data menggunakan pendekatan tematik (*thematic analysis*) yang menekankan identifikasi pola, kategori, dan tema terkait praktik *predatory pricing*, regulasi formal, dan prinsip hukum Islam. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber, termasuk membandingkan temuan wawancara dengan dokumen regulasi dan literatur hukum Islam. Prosedur analisis dilakukan secara iteratif, meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dengan metode ini, penelitian mampu menyajikan gambaran komprehensif mengenai kesesuaian regulasi dengan praktik bisnis digital, serta implikasi hukum Islam terhadap *predatory pricing*, sekaligus memberikan rekomendasi untuk perbaikan regulasi dan etika bisnis digital di Indonesia.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Praktik Predatory Pricing dalam Bisnis Digital di Indonesia

Penelitian lapangan menunjukkan bahwa praktik *predatory pricing* telah menjadi fenomena nyata dalam bisnis digital di Indonesia (Rayodin & Islami, 2025). Banyak pelaku usaha besar menggunakan strategi harga sangat rendah untuk menarik konsumen baru. Data dari wawancara menunjukkan bahwa beberapa platform e-commerce menetapkan harga di bawah biaya produksi untuk memenangkan pangsa pasar, terutama selama promosi awal. Strategi ini menyebabkan tekanan yang signifikan bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Fenomena ini tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga menimbulkan dilema etis terkait keadilan.

Pelaku usaha mikro melaporkan bahwa mereka mengalami kesulitan bersaing ketika harga produk digital diturunkan secara drastis oleh pesaing besar. Hal ini berdampak pada keberlangsungan usaha mereka. Sebagian pelaku usaha berusaha menyesuaikan harga, namun margin keuntungan

menjadi sangat tipis. Kondisi ini menciptakan situasi ketidakadilan yang berkelanjutan, di mana pelaku usaha kecil lebih rentan terhadap praktik monopoli digital (Fitrianto & Robin, 2024).

Dalam wawancara dengan regulator, ditemukan bahwa identifikasi *predatory pricing* di platform digital tidak mudah dilakukan. Algoritma harga dinamis yang digunakan platform besar membuat harga berubah setiap saat. Hal ini menyulitkan pengawasan formal dan pemrosesan laporan pelanggaran. Data regulator menunjukkan bahwa pengaduan atas praktik harga predatory meningkat, namun penyelesaiannya masih lambat (Faishol et al., 2022).

Hasil observasi dokumen menunjukkan bahwa Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menjadi acuan utama regulator. Regulasi ini menekankan larangan praktik persaingan yang merugikan konsumen dan pelaku usaha lain. Namun, regulasi tersebut belum secara spesifik mengatur dinamika pasar digital, termasuk promosi berbasis algoritma dan harga dinamis (Azri et al., 2025).

Analisis dokumen internal perusahaan menunjukkan bahwa beberapa pelaku usaha besar menyadari risiko hukum, tetapi tetap melaksanakan strategi harga rendah karena potensi keuntungan jangka panjang dari penguasaan pasar. Strategi ini sering disertai promosi besar, diskon mingguan, dan program loyalitas konsumen untuk mempertahankan pangsa pasar.

Dari sisi pelaku usaha, persepsi terhadap *predatory pricing* berbeda-beda. Usaha besar menganggapnya sebagai strategi bisnis normal dan sah secara hukum positif (Maulana & Shima, 2024). Sementara pelaku usaha kecil menilainya sebagai praktik merugikan yang mengancam keberlanjutan usaha. Hal ini menunjukkan adanya gap persepsi yang signifikan di antara pemangku kepentingan. Wawancara mendalam mengungkapkan bahwa *predatory pricing* juga mempengaruhi perilaku konsumen. Konsumen cenderung memilih produk dengan harga paling

rendah tanpa mempertimbangkan kualitas. Hal ini memperkuat dominasi perusahaan besar dan melemahkan posisi pelaku usaha kecil. Fenomena ini menunjukkan adanya risiko monopoli pasar digital yang nyata.

Berdasarkan data lapangan, praktik ini paling sering terjadi pada kategori produk elektronik, makanan dan minuman siap saji, serta layanan digital seperti pembayaran dan logistik. Perusahaan besar memanfaatkan skala ekonomi mereka untuk menurunkan harga di bawah biaya, sehingga pesaing kecil tidak dapat bertahan. Analisis tematik menunjukkan bahwa *predatory pricing* menimbulkan ketidakadilan distribusi keuntungan (Thoha et al., n.d.). Pelaku usaha besar memperoleh keuntungan jangka panjang dari penguasaan pasar, sementara pelaku usaha kecil mengalami kerugian finansial yang berkelanjutan. Hal ini menimbulkan dilema etis dan ekonomi yang harus ditangani oleh regulasi.

Selain itu, praktik ini berdampak pada inovasi. Beberapa pelaku usaha kecil menghentikan pengembangan produk karena ketidakmampuan bersaing dengan harga murah. Fenomena ini menghambat keberagaman produk dan layanan digital di Indonesia, serta membatasi peluang konsumen untuk memilih alternatif yang lebih berkualitas. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa sebagian pelaku usaha besar menyadari adanya pertimbangan etis dalam perspektif hukum Islam. Beberapa informan mengakui bahwa praktik harga ekstrem dapat dikategorikan merugikan pihak lain, meskipun tidak melanggar regulasi positif.

Data lapangan menegaskan bahwa *predatory pricing* bukan hanya persoalan ekonomi, tetapi juga persoalan etika bisnis (Ridwan et al., 2025). Praktik ini mencerminkan risiko *dzulm* dalam hukum Islam karena menimbulkan kerugian yang tidak adil bagi pesaing dan konsumen. Temuan ini relevan untuk mengevaluasi regulasi dan praktik bisnis digital. Dengan demikian, subbab ini menekankan pentingnya pemahaman menyeluruh mengenai praktik *predatory pricing* di lapangan. Temuan mengindikasikan perlunya penyesuaian antara strategi bisnis digital,

regulasi formal, dan prinsip keadilan dalam hukum Islam untuk menciptakan ekosistem bisnis digital yang sehat, adil, dan berkelanjutan.

## 2. Regulasi dan Perspektif Hukum Islam

Regulasi persaingan usaha di Indonesia mengacu pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Regulasi ini menetapkan larangan terhadap tindakan yang merugikan pesaing atau konsumen, termasuk penetapan harga yang merusak pasar. Namun, regulasi ini dirancang sebelum era digital sehingga belum sepenuhnya mengakomodasi dinamika harga algoritmik dan promosi berbasis platform digital (Zulaiha & Siregar, 2025).

Analisis dokumen menunjukkan bahwa KPPU memiliki kewenangan untuk menindak praktik *predatory pricing*, tetapi prosedur pengaduan dan investigasi sering lambat. Data lapangan mengungkapkan bahwa beberapa pengaduan pelaku usaha kecil membutuhkan waktu berbulan-bulan sebelum ada keputusan resmi. Keterlambatan ini menurunkan efektivitas regulasi dan memberikan peluang bagi perusahaan besar untuk terus melaksanakan strategi harga rendah (Burhanuddin & Siregar, 2024). Observasi wawancara dengan regulator mengungkapkan bahwa identifikasi *predatory pricing* memerlukan bukti dokumenter yang kuat, termasuk bukti harga di bawah biaya produksi. Proses ini memerlukan koordinasi dengan berbagai lembaga, sehingga pengawasan pasar digital menjadi kompleks. Regulasi formal belum mengatur secara spesifik prosedur pengawasan untuk platform digital dengan algoritma harga otomatis.

Temuan dari pelaku usaha digital menunjukkan bahwa sebagian besar memahami regulasi persaingan usaha secara formal, tetapi implementasinya di lapangan sering diabaikan karena minimnya pengawasan. Perusahaan besar menganggap bahwa penetapan harga ekstrem merupakan strategi sah secara hukum positif, meskipun menimbulkan ketidakadilan bagi pesaing kecil (Kader, 2018).

Analisis perspektif hukum Islam menunjukkan bahwa *predatory pricing* mengandung unsur *gharar*, yaitu ketidakpastian, karena pelaku usaha tidak mengetahui dampak jangka panjang terhadap pesaing dan konsumen. Ketidakpastian ini mengarah pada praktik merugikan yang dilarang dalam fiqh muamalah, khususnya prinsip larangan *dzulm* yang menekankan keadilan dan keseimbangan ekonomi. Wawancara dengan informan pelaku usaha mengindikasikan bahwa kesadaran terhadap prinsip hukum Islam bervariasi (Pane & Siregar, 2023). Beberapa pelaku menyatakan bahwa strategi harga rendah dianggap sah selama tidak melanggar hukum positif, sementara yang lain menyadari bahwa prinsip keadilan dalam Islam harus menjadi pedoman etika bisnis (Yudi Agusman, 2024).

Temuan dokumen fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) menegaskan bahwa praktik bisnis harus menghindari ketidakadilan dan merugikan pihak lain. Fatwa tersebut relevan sebagai pedoman tambahan untuk menilai *predatory pricing*, meskipun tidak memiliki kekuatan hukum formal, tetapi menjadi referensi moral dan etika bagi pelaku usaha digital. Data lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara regulasi formal dan perspektif hukum Islam. Regulasi positif menekankan aspek legalitas dan sanksi, sementara hukum Islam menekankan aspek etika, keadilan, dan keseimbangan dalam transaksi. Kesenjangan ini menuntut integrasi antara regulasi formal dan prinsip fiqh muamalah untuk menciptakan ekosistem bisnis digital yang adil (Oktaviani & Putri, 2025).

Beberapa pelaku usaha besar yang diwawancarai menyatakan kesulitan menilai apakah strategi harga yang diterapkan melanggar etika Islam atau tidak. Hal ini menunjukkan perlunya panduan yang lebih jelas bagi pelaku usaha digital mengenai prinsip keadilan dan larangan *dzulm* dalam praktik bisnis sehari-hari. Analisis tematik data lapangan memperlihatkan bahwa *predatory pricing* dapat dicegah melalui penguatan regulasi, edukasi pelaku usaha, dan pengawasan aktif (Sugiana et al., 2023).

Pendekatan berbasis hukum Islam menekankan perlunya kesadaran etis dan tanggung jawab sosial pelaku usaha dalam menjalankan strategi harga.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa integrasi perspektif hukum Islam ke dalam regulasi formal dapat menjadi instrumen tambahan untuk menilai praktik *predatory pricing*. Prinsip *‘adl* (keadilan) dan larangan *dzulm* memberikan kerangka normative untuk menilai dampak sosial dan ekonomi dari strategi harga ekstrem. Hasil wawancara dengan regulator menegaskan bahwa penerapan prinsip hukum Islam tidak hanya bersifat moral, tetapi juga dapat memperkuat legitimasi regulasi formal. Dengan demikian, pelaku usaha yang menerapkan prinsip keadilan akan lebih diterima oleh masyarakat dan mengurangi risiko konflik pasar.

Berdasarkan temuan di atas, subbab ini menegaskan bahwa regulasi persaingan usaha digital di Indonesia perlu diselaraskan dengan prinsip hukum Islam. Integrasi ini dapat meningkatkan efektivitas pengawasan, memberikan pedoman etis bagi pelaku usaha, dan menciptakan ekosistem bisnis digital yang adil, berkelanjutan, dan sesuai dengan nilai-nilai keadilan Islam.

### **3. Implikasi Temuan terhadap Regulasi dan Prinsip Hukum Islam**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa praktik *predatory pricing* masih marak di pasar digital meski regulasi anti-monopoli sudah ada. Hal ini menegaskan perlunya revisi dan penguatan regulasi yang secara khusus menyesuaikan dengan karakter pasar digital, termasuk penggunaan algoritma harga dinamis. Regulasi formal saat ini belum cukup adaptif menghadapi kompleksitas teknologi (Soesanto, 2022). Berdasarkan wawancara dengan regulator, identifikasi praktik harga predatory memerlukan data historis harga, analisis biaya, dan bukti kerugian pesaing. Proses ini memakan waktu sehingga pelaku usaha besar memiliki celah untuk melanjutkan strategi harga rendah sebelum ada tindakan sanksi.

Implikasi dari temuan ini adalah kebutuhan untuk menetapkan standar pengawasan yang lebih responsif dan proaktif. Penggunaan

teknologi pemantauan harga secara real-time dapat membantu regulator mendeteksi *predatory pricing* lebih cepat dan akurat. Penelitian lapangan mengungkap bahwa pengaduan pelaku usaha kecil sering terlambat ditindaklanjuti karena prosedur regulasi yang birokratis (Sabila & Arifin, 2024). Hal ini mengurangi efektivitas perlindungan regulasi dan menimbulkan risiko distorsi pasar jangka panjang.

Regulasi perlu mengakomodasi mekanisme sanksi yang lebih jelas dan efektif. Temuan menunjukkan bahwa sanksi saat ini belum memberikan efek jera, sehingga praktik *predatory pricing* tetap berlangsung. Implikasi ini penting untuk memastikan bahwa regulasi tidak hanya formalitas, tetapi efektif menegakkan keadilan pasar. Studi ini menegaskan perlunya integrasi regulasi formal dengan pedoman etika bisnis berbasis hukum Islam (Iskandar, 2024). Hal ini dapat memberikan legitimasi moral tambahan untuk pengawasan, sekaligus meningkatkan kesadaran pelaku usaha terkait tanggung jawab sosial.

Regulasi digital juga harus mempertimbangkan ukuran usaha. Usaha mikro dan kecil perlu perlindungan khusus agar tidak terdorong keluar dari pasar karena persaingan harga yang tidak sehat, sehingga regulasi harus bersifat progresif dan proporsional. Temuan menunjukkan bahwa edukasi pelaku usaha menjadi bagian penting dalam efektivitas regulasi. Pemahaman tentang praktik *predatory pricing* dan konsekuensi hukumnya dapat mengurangi risiko pelanggaran secara sukarela.

Perlunya regulasi mengatur transparansi harga, termasuk biaya produksi dan penetapan harga diskon yang wajar. Hal ini akan meminimalkan praktik merugikan konsumen dan pesaing. Platform digital besar sering memanfaatkan celah regulasi untuk memaksimalkan pangsa pasar. Oleh karena itu, regulasi harus menyesuaikan dengan praktik pasar modern, termasuk promosi berbasis algoritma dan loyalitas pelanggan. Keterbatasan regulasi saat ini menyebabkan pengawasan tidak merata di seluruh sektor digital. Implikasi ini menunjukkan perlunya kolaborasi antar-lembaga pemerintah, asosiasi bisnis, dan akademisi untuk

memperkuat regulasi. Perlunya evaluasi berkala terhadap regulasi digital. Regulasi yang statis tidak mampu menyesuaikan dengan perubahan cepat dalam bisnis digital, sehingga perlu mekanisme review dan revisi secara periodik.

Perspektif hukum Islam menilai praktik *predatory pricing* mengandung unsur *dzulm* karena menimbulkan ketidakadilan bagi pesaing dan konsumen (Siregar et al., 2025). Temuan penelitian memperkuat urgensi penerapan prinsip keadilan (*‘adl*) dalam praktik bisnis digital. Selain itu, unsur *gharar* muncul karena ketidakpastian dampak jangka panjang terhadap pelaku usaha kecil. Hukum Islam melarang transaksi yang mengandung ketidakpastian signifikan karena berpotensi merugikan pihak lain. Implikasi utama terhadap prinsip hukum Islam adalah perlunya penguatan kesadaran etis bagi pelaku usaha digital. Pelaku usaha besar diharapkan menyesuaikan strategi bisnis mereka agar tidak melanggar prinsip moral dan keadilan Islam (Siregar & Gunawan, 2025).

Temuan lapangan menunjukkan bahwa sebagian pelaku usaha tidak memahami implikasi hukum Islam terhadap strategi harga. Hal ini menunjukkan perlunya panduan berbasis fiqh muamalah yang kontekstual untuk bisnis digital. Integrasi prinsip hukum Islam ke dalam praktik bisnis dapat menjadi pedoman tambahan selain regulasi formal. Hal ini memberikan legitimasi moral dan meningkatkan tanggung jawab sosial pelaku usaha digital. Konsumen merasakan ketidakadilan dalam praktik *predatory pricing*. Perspektif Islam menekankan pentingnya keadilan dalam transaksi untuk menjaga keseimbangan ekonomi dan sosial.

Prinsip *‘adl* dalam Islam menuntut adanya transparansi dan kejujuran dalam penetapan harga (Wardhana, 2024). Implikasi temuan ini adalah pentingnya pengawasan internal dan kepatuhan etis di setiap perusahaan digital. *Predatory pricing* tidak hanya masalah ekonomi, tetapi juga masalah moral dan sosial. Oleh karena itu, perspektif hukum Islam menjadi instrumen penting dalam evaluasi praktik bisnis. Integrasi prinsip Islam ke dalam regulasi formal dapat memperkuat perlindungan pelaku

usaha kecil dan konsumen, serta mengurangi risiko praktik monopoli digital yang merugikan masyarakat.

Implikasi praktis dari temuan ini adalah pengembangan pedoman etika bisnis digital berbasis Islam, yang dapat dijadikan referensi bagi pelaku usaha dan regulator dalam menilai strategi harga. Kesimpulannya, temuan penelitian menegaskan bahwa prinsip hukum Islam, terutama *‘adl* dan larangan *dzulm*, memiliki peran penting dalam mengarahkan bisnis digital agar beroperasi secara adil, etis, dan berkelanjutan, serta dapat memperkuat efektivitas regulasi persaingan usaha di Indonesia.

#### D. KESIMPULAN

Praktik *predatory pricing* masih marak dalam bisnis digital di Indonesia, terutama pada tahap penetrasi pasar dan promosi besar-besaran. Strategi penetapan harga sangat rendah yang diterapkan oleh perusahaan besar menimbulkan tekanan signifikan bagi pelaku usaha mikro dan kecil, sehingga mengancam keberlanjutan usaha dan menciptakan ketidakadilan pasar. Regulasi persaingan usaha, termasuk Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, telah menetapkan larangan terhadap praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Namun, temuan lapangan mengungkap bahwa implementasi regulasi belum sepenuhnya efektif. Identifikasi *predatory pricing* sering terhambat oleh harga dinamis, algoritma platform digital, dan prosedur pengaduan yang lambat. Hal ini menimbulkan kesenjangan antara regulasi formal dan praktik di lapangan, yang memungkinkan praktik harga ekstrem terus berlangsung.

Dari perspektif hukum Islam, praktik *predatory pricing* mengandung unsur *gharar* (ketidakpastian) dan *dzulm* (ketidakadilan), karena merugikan pesaing dan konsumen. Prinsip *‘adl* (keadilan) menekankan pentingnya kesetaraan, transparansi, dan etika dalam setiap transaksi bisnis. Temuan penelitian menegaskan bahwa integrasi prinsip hukum Islam dalam pengawasan dan regulasi formal dapat memperkuat legitimasi moral dan

meningkatkan efektivitas pengendalian praktik persaingan usaha di pasar digital.

## REFERENSI

- Azri, A., Idzam, N., & Prasetyo, R. E. (2025). Aspek Hukum Persaingan Usaha dalam Melindungi UMKM Bidang Konveksi dari Praktik Predatory Pricing di Kabupaten Sumedang Perspektif Kaidah Siyasa Al-Ighraq. *Al-Mustla: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman Dan Kemasyarakatan*, 7, 596–615. <https://doi.org/10.46870/jstain.v7i2.2024>
- Burhanuddin, A., & Siregar, S. (2024). Studi Komparatif Cendekiawan Muslim Klasik Dan Kontempror Dalam Pembentukan Konsep Dan Prinsip Maqasid Al-Syariah. *I'tiqadiyah: Jurnal Hukum Dan Ilmu-Ilmu Kesyarahan*, 2(3), 236–250.
- DEWI, R., NATHANAEL, D., PUTRA, MADE, I. G., & BUDHIDARMA. (2025). Analisis Hukum Terhadap Praktik Predatory Pricing Oleh Platform Digital Shopee Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Andrew Law Center*, 4.
- Faishol, M., Nur, L., Nisak, S., Najib, M. T. A., Azmi, A., & Sadid, M. A. (2022). Praktek Predatory Pricing dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Al-Manhaj: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 4, 113–118. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v4i1.1580>
- Fitrianto, A. R., & Robin, I. A. (2024). Predatory Pricing on TikTok Shop and the Sustainability of Local Businesses in Indonesia: An Islamic Economic Analysis. *International Journal of Islamic Business and Economics*, 8(2). <https://doi.org/10.28918/ijibec.v8i2.690>
- Iskandar, T. A. (2024). Analisis Fiqh Muamalah Dan Fatwa Dsn Mui No. 145 Tahun 2021 Terhadap Praktik Jual Beli Online Dropshipping Di Kota Banda Aceh, Indonesia. *Al-Mudharabah: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 5(1), 232–251. <https://doi.org/10.22373/al-mudharabah.v5i1.4704>
- Kader, M. A. (2018). Peran Ukm Dan Koperasi Dalam Mewujudkan Ekonomi Kerakyatan Di Indonesia. *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(1), 15–32. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i1.995>
- Latifah, A., Husen, L. O., & Jasmaniar, J. (2025). Analisis Persaingan Usaha Tidak Sehat di Era Bisnis Berbasis Digital. *Jurnal Dialogica*, 1(1), 1–18.

- Leeland, D. (2025). Predatory Pricing dalam Ekosistem Perdagangan Digital di Indonesia: Analisis Faktor Penghambat dan Model Ideal Pengaturan yang Berkeadilan. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 20(4), 1–15.
- Mardjiono, H. R. A. (2025). Perlindungan Hukum bagi UMKM terhadap Praktik Predatory Pricing pada E-commerce di Indonesia. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 4(1), 676–689.
- Maulana, I., & Shima, P. (2024). Predatory Pricing, Price Penetration And Market Distortion According To Islamic Economics. *I-Best: Islamic Banking & Economic Law Studies*, 3, 107–117.
- Natsir, M., Ananda, M. R., & Setiawan, I. (2025). Kajian Hukum Atas Praktik Predatory Pricing Dalam Industri E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Hukum Dan Kesejahteraan Universitas Al Azhar Indonesia*, 10(5), 40–50.
- Nurafendi, A., Zulfikar, P., Retno, E., Erlando, R., & Fathwa, I. (2026). Pengaruh Hukum Persaingan Usaha Terhadap Platform Bisnis Digital Tantangan Dan Adaptasi Regulasi Di Indonesia. *Berajah Journal* /, 6(3), 935–946.
- Oktaviani, N., & Putri, R. (2025). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Khulash : Islamic Studies Journal*, 7(1), 137–148. <https://doi.org/10.55656/kisj.v7i1.211>
- Pane, R. S., & Siregar, S. (2023). Qiyas sebagai Konstitusi Keempat dalam Islam: Implementasi Qiyas dalam Konteks Siyash. *Jurnal El-Qanuniy: Jurnal Ilmu-Ilmu Kesyarahan Dan Pranata Sosial*, 8(2), 153–206. <https://doi.org/10.24952/el-qanuniy.v8i2.6224>
- Rayodin, H., & Islami, T. A. (2025). Praktik Pencantuman Harga Dengan Pecahan Rupiah Sen Pada Jual Beli Online Perspektif Marketing Syariah. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 02(June).
- Ridwan, M., Islam, F. A., Makassar, U. M., Syariah, H. E., Pricing, P., & Shop, T. (2025). Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Fenomena Praktik Predatory Pricing Tiktok Shop Sebagai Strategi Penguasaan Pemasaran. *Kybernology Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Administrasi Publik*, 3, 696–705.
- Rohman, N., Tahir, P., Budisetyowati, D. A., Bhayangkara, U., Raya, J., Mulya, M., Utara, B., Bekasi, K., Sultan, U., Tirtayasa, A., Krisnadwipayana, U., Gede, P., & Bekasi, K. (2025). A Review Of Predatory Pricing

Regulations In Digital Business In Indonesia: Islamic Law Approach.  
*Malaysian Journal of Syariah and Law*, 13(3), 732–742.

- Sabila, K., & Arifin, T. (2024). Jual Beli Online Dengan Barang Cacat Ditinjau Dari Hr. Ibnu Majah No. 2246 Dan Ahmad No. 17487 Serta Pasal 65 Ayat 2 UU No. 7 Tahun 2014. *Birokrasi: JURNAL ILMU HUKUM DAN TATA NEGARA*, 2(3), 01–12. <https://doi.org/10.55606/birokrasi.v2i3.1293>
- Siregar, S., & Gunawan, H. (2025). Analisis Akad Musyarakah Mutanaqi Ş Ah Dalam Fatwa Dns-Mui Dan Peraturan Perbankan Syariah. *I'tiqadiyah: Jurnal Hukum Dan Ilmu-Ilmu Kesyarahan*, 2(1), 56–67.
- Siregar, S., Simanjuntak, D., & Damanik, A. (2025). Peran Koperasi Simpan Pinjam Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Mondang Sosa Kabupaten Padang Lawas. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 108–119. <https://ejournal.yayasanbhz.org/index.php/Adpertens>
- Soesanto, S. (2022). Akuntansi Lingkungan Menuju Ekonomi Hijau Perspektif Relasi Natural Sustainability Dengan Keberlanjutan Bisnis. *Account*, 9(1), 1581–1589. <https://doi.org/10.32722/acc.v9i1.4580>
- Sugiana, I., Gisa Wulandari, I., Mutiah, R., & Samsudin, K. (2023). Strategi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, 2(1), 55–65. <https://doi.org/10.57171/jesi.v2i1.68>
- Thoha, J. M., Shofari, A., Chamim, M., & Afif, A. (n.d.). Hukum Islam Terhadap Predatory Pricing Pada Persaingan Usaha Jual Beli Buku Secara Online ( Studi Kasus di Toko Buku Online SBG Book Store dan Toko Buku Online Wasilah ). *Irtifaq*, 2022(9), 1.
- Wardhana, C. S. (2024). Ungkap Potensi Kawasan Ekonomi Khusus dalam Mewujudkan Ekonomi Inklusif. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(4), 1102–1114. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i4.1092>
- Yudi Agusman, D. (2024). Penguatan Pengetahuan dan Keterampilan Dasar Berwirausaha melalui Pelatihan Membidik Peluang Menjadi Wirausaha Muda di. *LOSARI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2).
- Zulaiha, H., & Siregar, S. (2025). Studi Komparasi Prinsip-Prinsip Keuangan Islam Dengan Sustainable Finance Dalam Islam. *Adpertens: Jurnal Ekonomi Dan ...*, 2(2), 147–159. <https://ejournal.yayasanbhz.org/index.php/Adpertens/article/view/315%0Ahttps://ejournal.yayasanbhz.org/index.php/Adpertens/article/download/315/183>

