Penetapan Harga Suatu Produk Di Bawah Harga Official Store Tinjauan Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Serta Fiqh Muamalah

Aulia Ma'rifah

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Auliamarifah98@gmail.com

Abstrak:

Sistem pasar memiliki dinamika yang tidak menentu, terjadinya persaingan ketat antar pelaku usaha yang menimbulkan perang harga mengakibatkan banyak pelaku usaha *online* menetapkan harga hingga menyentuh nilai di bawah yang ditetapkan *official store*, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor penyebab terjadinya penetapan harga suatu produk di bawah *official store* dan bagaimana pandangan undang-undang serta fiqh muamalah atas praktik tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian empiris dengan pendekatan kualitatif yang memusatkan pemahaman dalam lingkup sosiologis, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, Undang-Undang No.5 Tahun 1999, pemikiran Ibn Taimiyah dan Wahbah Zuhaily, serta penelitian terkait. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa faktor yang menjadikan pelaku usaha menentukan harga di bawah *official store* tidak menunjukkan faktor negatif dan adanya kerugian bagi kedua belah pihak, serta karena tidak adanya perjanjian dalam menentukan harga maka tidak menyalahi Undang-undang No.5 Tahun 1999 dan selama prinsip dalam bermuamalah tetap dilakukan maka tidak menyalahi aturan negara dan Islam.

Kata Kunci : Harga; Penetapan Harga; Harga *Official Store*; *fiqh muamalah*

Pendahuluan

Pasar secara harfiah merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam satu tempat secara langsung, di mana mereka dapat melakukan transaksi jual beli barang yang diinginkan, namun kini bertemunya penjual dan pembeli dapat terjadi dalam dunia digital, yang mana mereka dapat bertemu secara langsung tanpa tatap muka namun berada di satu wadah yang sama, yang sekarang disebut sebagai *online shopping*. Media untuk melakukan *online shopping* atau belanja online ada beberapa macam yaitu *online shop chat*, *e-commerce*, *marketplace* dan lain-lain. Dari beberapa media yang digunakan dalam jual beli *online* diatas, yang menjadi fokus dalam permasalahan ini adalah jual beli dengan media *marketplace*.

Marketplace adalah sebuah konsep pasar *online* di mana didalamnya terdapat banyak penjual yang menawarkan produknya kepada pembeli.¹ Model *marketplace* yang ada di

¹ Emmy Febriani Thalib and Ni Putu Suci Meinarni, "Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia," Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan 7, no. 2 (2019),197.

Indonesia saat ini pun beragam, seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, dan masih banyak lagi. Beragamnya *marketplace* yang digunakan masyarakat Indonesia menimbulkan banyaknya pelaku usaha yang melakukan transaksi jual beli melalui *marketplace* yang menjual produk serupa dengan pelaku usaha lainnya, sehingga menimbulkan persaingan penetapan harga terhadap produk yang sama.

Pada pelaksanaannya, di dalam *marketplace* saat ini tidak hanya berisi pelaku usaha *official*, namun banyak pelaku usaha *non-official* seperti distributor atau *reseller* yang melakukan transaksi jual beli. *Official store* adalah sebuah tanda bagi toko resmi dari suatu brand yang telah memiliki hak legal untuk mendistribusikan brand produk tersebut serta menjamin barang yang dijual adalah *original*.² Dalam menentukan harga suatu produk banyak dari pelaku usaha *non-official* yang menentukan harganya secara acak atau tidak sama dengan *official store*. Perbedaan harga tersebut tidak selalu di bawah harga *official store*, terkadang pelaku usaha juga menetapkan di atas harga *official store*.

Berdasarkan fakta tersebut maka timbul pertanyaan apakah dengan adanya selisih harga antara *official store* dan *non official* akan menimbulkan kerugian bagi *official store* ataukah sebaliknya? dan bagaimana legalitas transaksi tersebut dalam undang-undang serta fiqh muamalah. Untuk menjawab pertanyaan tersebut peneliti tertarik untuk menelaah lebih dalam tentang legalitas dari aktifitas muamalah tersebut disertai faktor-faktor yang menjadi dasar dari perilaku penetapan harga di bawah harga resmi yang ditetapkan *official store*.

Metode Penelitian

Artikel ini merupakan hasil dari penelitian empiris dengan pendekatan kualitatif yang memusatkan aspek pemahaman dalam lingkup sosiologis dengan memperhatikan suatu gejala sosial yang ada dalam kehidupan bermasyarakat, kemudian gejala tersebut dianalisis dan mendapatkan pola yang berlaku dalam masyarakat kemudian dikaji dengan undang-undang yang berlaku serta fiqh muamalah. Untuk sumber data yang digunakan adalah sumber data primer berupa wawancara yang dilakukan oleh responden yang sesuai dengan kriteria penelitian, sedangkan sumber data sekundernya adalah Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan *Fiqhul Islam Wa Adillatuhu* dan kumpulan fatwa Ibn Taimiyah. Metode pengolahan data yang dilakukan adalah menggambarkan suatu peristiwa secara general mengenai objek yang akan diteliti. Kemudian dianalisis secara deskriptif, dimana melakukannya dengan melihat dan menelaah perilaku para pelaku usaha dalam menentukan harga di bawah harga *official store* serta menselaraskan dengan hukum yang berlaku maupun yang sudah ada

Hasil dan Pembahasan

Faktor-Faktor Penetapan Harga Produk di Bawah *Official Store*

Dalam melakukan penelitian, peneliti mengambil 3 sample narasumber yang dijadikan bahan penelitian dimana ketiganya merupakan pelaku usaha yang aktif dalam marketplace Shopee yang menjual produk skincare dengan menetapkan harga di bawah harga yang ditetapkan oleh *official store*. Berdasarkan hasil wawancara ditemukan beberapa faktor yang mendasari perilaku penetapan harga di bawah *official store* yaitu;

- 1) Mendapatkan harga borongan dari distributor atau *Official store*. *Official store* akan membedakan harga ke setiap *reseller* atau distributor nya tergantung posisi dari

² lazada, "No Title," 2021, <https://www.lazada.co.id/helpcenter/apakah-maksud-dari-lambang-official-store.html> . diakses pada tanggal 15 Maret 2021 pukul 17:45.

*istilah *official store* merupakan tanda toko resmi yang dipakai oleh Tokopedia, untuk Shopee memakai istilah ShopeeMall, Lazada memakai istilah LazMall, Bukalapak memakai istilah bukamall, dsb.

pelaku usaha, harga untuk menjadi agen, distributor, dan *reseller* akan berbeda. *Reseller* yang membeli dengan presentase besar akan mendapatkan harga relatif lebih rendah melalui agen atau distributor. Berdasarkan hal tersebut Pasal 65 Kompilasi Hukum Ekonomi Islam (KHES) mengatakan bahwa “Penjual boleh menawarkan penjualan barang dengan harga borongan, dan persetujuan pembeli atas tawaran itu mengharuskannya untuk membeli keseluruhan barang dengan harga yang disepakati.”³ maka apabila harga yang diberikan penjual telah disepakati bersama, hal tersebut ialah sah secara hukum dan tidak menimbulkan kemudharat-an bagi keduanya.

- 2) Menarik minat pembeli (menerapkan diskon) Faktor utama dari banyaknya pelaku usaha menentukan harga di bawah *official store* adalah untuk menarik minat konsumen. Kebanyakan dari pelaku usaha tergiur dengan mempercepat perputaran uang, dengan strategi menurunkan harga produknya, dan tidak dapat dipungkiri juga bahwa banyak konsumen yang memilih membeli harga murah.
- 3) Untuk meningkatkan volume penjualan dengan strategi quantity. Penjual yang menurunkan harga di bawah harga *official store* biasanya bermain dengan quantity atau jumlah barang yang dimilikinya, semain banayak nya barang yang terjual semain cepat perputaran uang yang didapat oleh pelaku usaha tersebut, sehingga mindset yang digunakan adalah tidak memperdulikan keuntungan, melainkan barang habis dan mendapat simpati atau perhatian konsumen.
- 4) Mendapatkan produk dengan harga promo atau diskon melalui *official store*. Faktor lain yang menjadikan pelaku usaha menentukan harga di bawah *official store* adalah pelaku usaha tersebut berburu diskon atau potongan harga yang diberikan oleh *official store*, biasanya *official store* sering melakukan promo bundle produk, potongan harga, *buy 3 get 2*, dan lain sebagainya. Hal ini dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk membeli produk tersebut dan menjualnya kembali dengan harga yang murah ketika *official store* telah menstabilkan harga produk tersebut. Narasumber saat ditanya apakah pernah membeli barang diskon dari *official store*.
- 5) Mendapatkan produk langsung dan menjadi tangan pertama pendistribusian. Hal yang dapat menjadi pertimbangan terjadinya penetapan harga murah adalah salah satunya sebagai tangan pertama atas pendistribusian barang, dimana pelaku usaha *non-official* ini bekerja sama dengan pengimpor barang yang dilakukan secara langsung dari negara asal produk tersebut.
- 6) Sebagai strategi penjualan produk. Menurut pengakuan narasumber banyaknya pelaku usaha *online* yang menjual harga rendah dikarenakan pelaku usaha tersebut melakukan pembelian dengan jumlah yang banyak, maka akan mempercepat pergerakan uang dengan menjual harga yang murah, sedangkan pelaku usaha lain yang hanya membeli produk satu atau dua karton hanya bisa menjual dengan menentukan keuntungan sekitar Rp.5.000- Rp.10.000,- Dengan begitu persaingan yang terjadi di pasar akan tumpang tindih dan lama kelamaan kondisi pasar akan terdistorsi. Kejadian tersebut dikarenakan saat meningkatnya permintaan konsumen atas suatu produk dan melimpahnya ketersediaan barang yang menimbulkan persaingan harga yang yang ketat, dimana penjual berlomba-lomba menarik minat konsumen dengan menerapkan strategi menjual harga murah sehingga produknya laris terjual.

³ Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, pasal 65

Penetapan harga di bawah harga resmi *official store* yang dilakukan oleh *reseller* ditinjau menurut UU No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Penetapan harga atau *price fixing* merupakan hal yang dilarang dalam undang-undang apabila di dalamnya terdapat adanya perjanjian atau kesepakatan antar penjual yang berada lingkup pasar yang sama sebagai pesaing untuk menetapkan suatu harga yang bertujuan untuk membatasi adanya persaingan, dengan kata lain penetapan harga ini merupakan suatu kegiatan yang menuju kepada anti-persaingan di mana dengan diterapkannya penetapan harga akan mengurangi bahkan meniadakan persaingan yang sehat antar para pelaku usaha atau penjual, yang apabila persaingan diantara para pelaku usaha tidak ada, maka akan mengakibatkan ketimpangan ekonomi, akan banyak sektor perdagangan yang berantakan dan menimbulkan distorsi pasar.

KPPU (Komisi pengawas persaingan usaha) selaku lembaga pengawas persaingan usaha yang bertanggung jawab mencegah dan menindak pelanggaran praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat atas hal-hal yang menyangkut keadaan pasar di Indonesia mengatakan bahwa penetapan harga merupakan sebuah perilaku yang sangat terlarang dalam perkembangan persaingan. Hal ini dikarenakan penetapan harga selalu menghasilkan harga yang senantiasa berada jauh di atas harga yang bisa dicapai melalui persaingan usaha yang sehat. Harga tinggi tersebut tentu saja menyebabkan terjadinya kerugian bagi masyarakat baik langsung maupun tidak langsung.⁴

Perjanjian penetapan harga (*Price fixing Agreement*) adalah sebuah strategi yang dilakukan dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya, pelaku usaha yang melakukan strategi ini meniadakan persaingan harga dengan pesaingnya sehingga konsumen tidak diberikan celah untuk memilih barang dengan melihat harga sehingga tidak ada jalan lain kecuali menerima harga yang ditawarkan oleh para pelaku usaha yang melakukan perjanjian penetapan harga tersebut.⁵

Pasal yang mengatur perjanjian penetapan harga ini ada pada pasal 5 sampai 8 Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dimana pasal 5 Undang-undang No.5 Tahun 1999 berbunyi bahwa: "*Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan/atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.*" Yang mana ketentuan tersebut tidak berlaku bagi:

- a. suatu perjanjian yang dibuat dalam suatu usaha patungan; atau
- b. suatu perjanjian yang didasarkan undang-undang yang berlaku.

Penetapan harga disini tidak hanya penetapan harga akhir, namun bisa saja terjadi karena skema harga dan lain sebagainya. Hal ini dapat terjadi ketika terjadinya kolusi antar pelaku usaha dan pesaingnya untuk menguasai pasar sehingga harga yang terjadi di pasar akan berbeda-beda dan merugikan konsumen. Secara umum menurut KPPU ada 9 macam bentuk larangan penetapan harga menurut pasal 5 UU No.5 Tahun 1999 yaitu:

1. Kesepakatan menaikkan atau menurunkan harga;
2. Kesepakatan memakai suatu formula standart sebagai dasar perhitungan harga;
3. Kesepakatan memelihara suatu perbandingan tetap antara harga yang dipersaingkan dengan suatu produk tertentu;
4. Kesepakatan meniadakan diskon atau membuat keseragaman diskon;

⁴ Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pasal 5 (Penetapan Harga) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, 2.

⁵ Ditha Wiradiputra, Modul untuk Retooling Program under Employee Graduates at Priority Disiciplines under TPSDP (*Technology and Profesional Skills Development Sector Project*) DIKTI, (Jakarta: FHUI), 2004, 23.

5. Kesepakatan persyaratan pemberian kredit kepada konsumen;
6. Kesepakatan meniadakan produk yang ditawarkan dengan harga murah di pasar sehingga membatasi pasokan dan memelihara harga tinggi.
7. Persetujuan kepatuhan pada harga yang diumumkan;
8. Kesepakatan tidak menjual bila harga yang disetujui tidak dipenuhi;
9. Kesepakatan menggunakan harga yang seragam sebagai langkah awal untuk negosiasi;

Jika hal-hal diatas termasuk dalam perilaku yang dilakukan oleh para pelaku usaha maka dapat dikategorikan sebagai pelanggaran pasal 5 UU No. 5 Tahun 1999. Terhadap pelanggaran Pasal 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dapat dikenakan sanksi administratif oleh KPPU berupa pembatalan perjanjian sebagaimana dimuat dalam Pasal 47 ayat (2) huruf a 181 serta ganti rugi bagi pihak yang dirugikan sampai pada denda antara Rp.5.000.0000.000 (lima miliar rupiah) hingga Rp.25.000.000.000 (dua puluh lima milliar rupiah) sesuai dengan ketentuan pidana pokok pada Pasal 48 angka (2). Selain itu, pengadilan juga dapat mengenakan pidana tambahan, diantaranya pencabutan izin usaha, penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian pada pihak lain.⁶

Pasal 5 UU No. 5 Tahun 1999 ini lebih mengatur kepada persaingan antar pelaku usaha secara horizontal yakni bukan hubungan antara pemasok dan pengecer, sehingga pasal ini tidak bisa dijadikan pijakan dalam mengatur perilaku pelaku usaha secara vertikal. Untuk pengaturan penetapan harga secara vertikal lebih tepat diatur dalam pasal 6 tentang diskriminasi harga yang berbunyi "*Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama*".

Diskriminasi harga dapat terjadi ketika dalam kondisi dimana, (1) Penjual/produsen memiliki kekuatan monopolistik (market power) tertentu setidaknya di satu pasar, (2) Ada separasi antar pasar yang tidak memungkinkan pembeli melakukan penjualan kembali (no arbitrage), (3) Pembeli-pembeli pada pasar-pasar yang berbeda memiliki tingkat permintaan dan elastisitas permintaan yang berbeda-beda, (4) Penjual/produsen monopolistik bisa memanfaatkan adanya perbedaan *willingness to pay* dari tiap-tiap konsumen.

Ketika 4 kondisi tersebut terjadi maka ketika suatu perusahaan melakukan penetapan harga yang berbeda untuk barang dan jasa yang sama dengan kualitas dan kuantitas yang sama pada pembeli yang berbeda, dipastikan telah melakukan Diskriminasi Harga yang dilarang oleh Pasal 6. Namun tidak semua kondisi penetapan harga yang melakukan diskriminasi harga ini dilarang, ada beberapa keadaan dimana diskriminasi harga tidak dilarang yaitu:

- a. Diskriminasi harga karena perbedaan tingkat persaingan Diskriminasi jenis ini biasanya dikarenakan faktor wilayah dan populasi konsumen, wilayah yang mempunyai populasi lebih tinggi relatif akan menaikkan pangsa pasar yang tinggi pula, sedangkan wilayah yang lebih sedikit populasinya maka rendah pula pangsa pasarnya, sehingga wilayah tersebut akan menurunkan harga untuk membangun pangsa pasar
- b. Struktur Biaya
Kondisi ini berupa jangkauan di tiap wilayah, wilayah yang memiliki akses lebih banyak dan mudah dalam hal pendistribusian boleh menetapkan harga lebih murah dibanding wilayah yang akses nya lebih sulit.
- c. Transaksi dengan Usaha Kecil

⁶ Pasal 47 UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

- Memberikan kemudahan dan kelonggaran harga terhadap pengusaha kecil atau mikro demi menunjang dan membangkitkan perekonomian Indonesia
- d. Pembeli memperoleh value manfaat berbeda dari produk/jasa yang dikonsumsinya maka pelaku usaha dapat mengenakan harga berbeda. Kondisi ini dapat berupa pemberian harga untuk fasilitas yang berbeda, semakin mahal barang/jasa maka fasilitas yang di dapat semakin bagus, begitupun sebaliknya.
 - e. Diskriminasi harga yang termasuk dalam pengecualian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 50 dan Pasal 51 UU No.5 Tahun 1999.⁷

Tidak semua penentuan harga yang berbeda dilarang oleh hukum. Karena, apabila cost atau biaya yang dikeluarkan oleh penjual untuk satu konsumen dengan konsumen lainnya berbeda, maka harga yang diberikan tentu akan berbeda pula. Karena secara teknis, diskriminasi harga baru layak dilarang oleh hukum apabila perbedaan harga terhadap konsumen satu dengan konsumen yang lainnya pada prinsipnya tidak merupakan refleksi dari perbedaan marginal cost yang dikeluarkan oleh penjual tersebut. Pada intinya undang-undang dalam melarang suatu diskriminasi harga haruslah bijak mempertimbangkan faktor-faktor sebagai berikut: a) Kesamaan marginal cost; b) Kesamaan kualitas dan kuantitas barang yang dijual; c) Kesamaan cost untuk memproduksi, menjual dan delivery; d) Tidak ada perubahan harga karena perubahan atau perbedaan waktu; e) Marketability dari barang tersebut harus sama; f) Komponen harga yang berbeda, termasuk juga jika ada allowance, bonus, atau kemudahan/jasa dari penjual yang diberikan berbeda-beda kepada satu pembeli dengan pembeli yang lain

Melihat dari penjabaran dalam pasal 6 Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat perilaku yang terjadi tentang penentuan harga produk di bawah *official store* merupakan ranah pasal 6 tentang diskriminasi harga karena *reseller* menetapkan harga rendah disbanding harga yang tetapkan *official store* pada produk yang sama sehingga konsumen diberikan pilihan berupa harga yang berbeda, namun jika melihat fakta berupa faktor terjadinya penetapan harga tersebut maka baik *reseller* maupun *official store* tidaklah melakukan pelanggaran persaingan usaha karena tidak adanya perjanjian antara kedua belah pihak dan menilik dari kondisi yang tidak dilarang diskriminasi harga dapat dikategorikan *official store* memberikan harga rendah kepada *reseller* sebagai bentuk transaksi dengan pelaku usaha kecil, dimana dengan bantuan *reseller*, produk yang dimiliki *official store* selaku produsen maka akan memudahkan konsumen untuk mencapai dengan mudah dan cepat.

Sehingga hal ini dalam pasal 7 Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat⁸ yang berbunyi “*Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat*” adalah tidak berlaku dalam kasus ini, dikarenakan pelaku usaha *non-official (reseller)* dengan *official store* ini bukanlah pesaing, melainkan tangan ke dua dalam pendistribusian produk dan *official store* memberikan kebebasan kepada *reseller* untuk menentukan harga dalam produk yang sama sehingga kedua pihak tersebut tidak melanggar undang-undang anti monopoli.

Penetapan harga yang diatur sebanyak 4 pasal dalam Undang-Undang No.5 Tahun 1999 mulai dari pasal 5 hingga 8. Dari ke-empatnya yang memiliki keterkaitan secara langsung adalah pasal 8 yang mengatakan bahwa “*Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa penerima barang dan atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan atau jasa yang*

⁷ Pedoman pasal 6 UU No.5 Tahun 1999 oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 12.

⁸ Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

diterimanya, dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.”⁹ Dalam pasal tersebut jelas mengatakan bahwa penetapan harga jual kembali yang dilakukan oleh pengecer tidak boleh lebih rendah dari harga yang telah disepakati karena mengakibatkan pelanggaran perjanjian dan kerugian.

Menurut KPPU ada 3 macam penetapan harga jual kembali yaitu; (1) *Maximum Resale Price*, (2) *Specified Resale Price*, dan (3) *Minimum Resale Price*.¹⁰

1. *Maximum Resale Price* yaitu menetapkan harga jual kembali dengan presentasi tertinggi, misal harga jual yang diberikan pemasok kepada pengecer senilai Rp.200.000, kemudian MRP yang disepakati antara keduanya adalah Rp.300.000 sehingga pengecer yang menjual diatas nominal tersebut kepada konsumen akan dikenakan pelanggaran perjanjian.
2. *Specified Resale Price* adalah penetapan harga jual kembali diaman pemasok menetapkan harga tertentu yang spesifik kepada pengecer yang disebutkan dalam kontrak. Misalnya, harga jual yang disepakati adalah Rp.80.000 untuk produk pelembab wajah, maka pengecer tidak boleh menjual barang lebih murah atau lebih mahal dari harga yang disepakati.
3. *Minimum Resale Price* merupakan kebalikan dari *Maximum Resale Price* dimana harga jual yang disyaratkan oleh pemasok kepada pengecer adalah tidak lebih rendah dari harga yang disepakati, misal harga blender yang didapat pengecer dari pemasok adalah Rp.120.000 kemudian dalam kontrak yang terjadi harga jual blender tidak boleh lebih rendah dari harga Rp. 160.000 dengan begitu nominal tersebut ialah harga eceran terendah untuk produk tersebut.

Untuk menilai apakah penetapan harga produk di bawah official store merupakan tindakan yang melanggar undang-undang KPPU tidak semata-merta langsung menjustifikasi namun ada beberapa hal yang harus di buktikan terlebih dahulu, karena penetapan harga yang lebih rendah tidaklah cukup untuk dinyatakan bersalah dan melanggar undang-undang, namun harus disertai bukti apakah telah terjadi dampak negatif dari perilaku tersebut sehingga proses persaingan di pasr menjadi terganggu dan menghilangkan aktivitas persaingan dalam pasar yang dilakukan oleh oknum pemiliki posisi dominan. Hal selanjutnya adalah kunci dari pasal 5 hingga 8 UU No.5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat adalah perjanjian, pelaku usaha, pelaku usaha lainnya, dan harga. Jika tidak terpenuhinya kata kunci tersebut dalam perilaku penentuan harga di bawah *official store* yang dilakukan oleh pihak *non-official* atau *reseller* maka dapat dipastikan tidak melanggar ketentuan tersebut karena tidak adanya perjanjian yang terjadi di antara keduanya.

Penetapan harga di bawah harga resmi *official store* yang dilakukan oleh *reseller* ditinjau menurut Fiqh Muamalah

Penetapan harga adalah suatu hal yang penting dalam jual-beli, dikalangan ulama ada dua pendapat tentang penetapan harga di bawah harga pasar. *Pertama*, disebutkan dalam kitab *Al-Muwaththa* bahwa suatu ketika saat Umar bin Khattab sedang berjalan melewati Hatibh bin Abi Balta'ah yang saat itu sedang menjual kismis di pasar. Umar berkata kepadanya

⁹ Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

¹⁰ Draft Pedoman Pasal 8 Tentang Penetapan Harga Jual Kembali UU No. 5/1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, 10.

عن يونس بن سيف عن سعيد بن المسيب (: ان عمر بن الخطاب رضى الله عنه مر بحاطب بن ابي بلتعة وهو يبيع زبيبا له بالسوق فقال له عمر ا ما ان تزيد فى السعر واما ان ترفع من سوقنا)

*“Dari Yunus bin Saif dari Said bin Musayyab: Sesungguhnya Umar bin Khattab lewat di depan Hatib bin Balta’ah yang sedang menjual anggur di pasar, Umar berkata kepadanya tentang harga anggur itu, “Engkau harus menaikkan harganya, dan jika tidak engkau keluar dari pasar kami”.*¹¹

Malik mengatakan seandainya seseorang ingin merusak pasar dengan menurunkan harga di bawah harga para penjual yang lain, maka saya berpendapat agar dikatakan kepadanya: kamu pilih untuk mengikuti harga para penjual yang lain atau barang kamu di tarik dari pasar. Inilah yang dilakukan oleh sebagian para paus kapitalis terhadap orang-orang yahudi dan kawan-kawannya. Mereka menurunkan harga barangnya di bawah harga standar yang normal, lalu menjualnya walaupun dengan resiko rugi untuk menjatuhkan pasar sehingga para pedagang kecil akan merugi, bahkan bangkrut. Kemudian mereka menguasai pasar dan memonopoli barang dagangan sehingga mereka dapat menguasai penjualan dengan harga sesuka mereka.

Ulama yang menentang adanya penetapan harga di bawah harga pasar adalah ketika keadaan pasar sedang normal dan para penjual tidak melipatgandakan harga produknya, maka tidak diperbolehkan menentukan harga lebih murah dari harga pasaran. Jika terjadi, maka pelaku usaha tersebut memiliki dua pilihan yakni, menyamakan harga jualannya atau keluar dari pasar tersebut.¹²

Kedua, pendapat yang dikemukakan Asy-Syafi’i dan yang sependapat dengannya bahwa hadist yang diriwayatkan Imam Malik adalah sepenggal, sedangkan lengkapnya adalah sebagai berikut:

Menceritakan kepada kami ad-Darawardi dari Daud bin Sholih dari Qasim bin Muhammad, dari Umar bahwa ia melewati Hathib di pasar mushola dan dihadapannya terdapat dua wadah berisi kismis, lalu ia bertanya mengenai harganya. Pedagang tersebut menghargai untuknya satu dirham untuk setiap dua mud (satu angkupan tangan). Umar bertanya kepadanya ‘Baru saja sebuah rombongan datang dari Thaif dengan membawa kismis, dan mereka akan menyesuaikan dengan hargamu. Silahkan kamu menaikkan harga atau kamu masukan kismismu ke dalam rumah lalu jualah sesukamu.’ Ketika kembali Umar Intropeksi diri kemudian menemui Hathib di rumahnya dan berkata ‘apa yang aku katakan kepadamu bukan berdasarkan pengetahuanku dan bukan pula keputusan, tetapi aku hanya menginginkan kebaikan bagi penduduk negeri ini maka juallah di mana saja kamu suka, dan juallah bagaimana saja kamu suka!’”¹³

Berdasarkan hadist diatas, Asy-Syafi’i tidak memperlakukan pelaku usaha yang menetapkan harganya di bawah harga pasar, apabila telah menjadi kehendak penjual sebagai pemilik barang dan keahlian. Maka tidaklah boleh seseorang mengambil kehendak tersebut kecuali atas kerelaan darinya.

Dari dua pendapat diatas, Abul Walid Al-Baji mengambil kesimpulan bahwa “Pelaku usaha yang menentukan harga di bawah harga pasar yang berlaku, maka diperintahkan untuk menaikkannya agar sesuai dengan harga yang berlangsung di pasar untuk melindungi kepentingan umum. Jika ia tidak mau menaikkan harganya maka terpaksa dilarang berjualan. Dan jika ada pelaku usaha yang menaikkan harga barangnya, maka ia dilarang untuk

¹¹ Dr. Shadiq Abdurrahman Al-Gharyani, *Buku Pintar Hukum Jual-Beli Islam Kontemporer*, (Depok: Iqra Kurnia gemilang, 2005), 54.

¹² Syaikhul Islam Ibnu Taimiyah, *Majmu’ Al-fatawa*, (Riyadh: Maktabah Al-Ubaikan, 1998), 42.

¹³ Ibid, 41.

mengajak pelaku usaha lain agar mengikutinya. Karena yang menjadi patokan adalah harga umum (harga pasaran) yang dipakai atau ditentukan bersama.¹⁴”

Mayoritas ulama melarang penetapan harga rendah pada saat harga pasar normal jika pelaku usaha tersebut menginginkan keuntungan bagi dirinya sendiri, dengan tujuan mematikan usaha pesaing dan menguasai pasar. Namun apabila sebagian besar pedagang diselimuti sikap tamak yang mengakibatkan menaikkan harga maka diperbolehkan untuk menjual barang lebih murah dari harga pasar, bahkan termasuk perbuatan terpuji karena mempermudah masyarakat.

Ibnu Taimiyah berpendapat bahwa naik turunnya harga dalam pasar tidak selalu terjadi akibat manipulasi pedagang atau adanya distorsi yang timbul akibat ulah manusia, tetapi hal tersebut dapat disebabkan oleh pasokan atau ketersediaan barang yang tidak mencukupi, seperti keterlambatan saat produksi, masalah ketika impor barang, dan lain sebagainya, sehingga kelangkaan barang juga akan mempengaruhi faktor harga yang ada di pasaran. Apabila permintaan naik dan penawaran turun maka harga akan naik, sebaliknya apabila permintaan turun dan ketersediaan meningkat maka harga akan turun.¹⁵ Namun tidak menutup kemungkinan adanya kedzaliman yang dilakukan oleh oknum tertentu.

Ibnu Taimiyah juga mengemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi fluktuasi permintaan, yang tentu saja dengan sendirinya mempengaruhi pula fluktuasi harga:¹⁶

1. Kebutuhan manusia sangat beragam dan bervariasi satu sama lain. Kebutuhan tersebut berbeda-beda tergantung pada kelimpahan atau kelangkaan dari barang-barang yang dibutuhkan itu. Suatu barang akan semakin lebih dibutuhkan pada saat terjadinya kelangkaan ketimbang pada saat melimpahnya persediaan.
2. Harga sebuah barang yang beragam tergantung pada tingginya jumlah orang-orang yang melakukan permintaan. Jika jumlah manusia yang membutuhkan sebuah barang sangat banyak, maka harga pun akan bergerak naik terutama jika jumlah barang hanya sedikit.
3. Harga barang juga dipengaruhi oleh besar atau kecilnya kebutuhan terhadap barang dan tingkat ukurannya. Jika kebutuhan sangat besar dan kuat, maka harga pun akan melambung hingga tingkat yang paling maksimal, ketimbang jika kebutuhan itu kecil saja dan lemah.
4. Harga barang dapat pula turun naik tergantung kepada siapa yang melakukan transaksi pertukaran barang itu. Jika ia adalah seorang yang kaya raya dan terpercaya dalam hal pembayaran utang, harga yang murah niscaya akan diterimanya. Tapi hal sebaliknya akan terjadi jika orang itu diketahui sedang mengalami kebangkrutan atau selalu menunda-nunda pembayaran
5. Harga barang juga dipengaruhi oleh jenis mata uang yang dipakai sebagai alat pembayaran dalam transaksi. Jika mata uang yang digunakan tersebut merupakan mata uang yang normal beredar, harga barang boleh jadi akan murah ketimbang jika mata uang yang dipakai sebagai alat pembayaran kurang terkenal dipasaran.¹⁷

Ibnu Taimiyah berpendapat terhadap pedagang yang ingin menjual dengan harga yang lebih murah diperintah untuk menaikkan harga barang dagangannya. Beliau setuju dengan pendapat Abul Walid al-Baji yang menyatakan bahwa pedagang yang menurunkan atau memurahkan harganya harus diperintah untuk mengikuti harga yang berlaku di pasar. Maka

¹⁴ A. Rio Makkulau Wahyu, *Pemikiran Ekonomi Ibnu Qayyim tentang Konsep Tas'ir*, (Parepare :Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2018) Jurnal Syariah dan Hukum, 256.

¹⁵ A. A. Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*, Edisi Indonesia Penetj. Anshari Thayib, Bina Ilmu, 1997, 106.

¹⁶ Evra Willya, “Ketentuan Hukum Islam Tentang At-Tas'ir Al-Jabary”, [Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah](#) (2013), 34.

¹⁷ Ahmad bin Abd al-Halim bin Taimiyah, *Al-Hisbah fi al-Islam aw Wazhifah aal- Hukumah al-Islamiyah*, (Bairut: Dar aal-Kutub al-Ilmiyah, t,th), 33.

apabila ada seseorang atau sekelompok kecil pedagang menurunkan harga, mereka diperintahkan untuk menaikkan harga sesuai dengan harga yang berlaku di pasar pada umumnya, karena yang menjadi ukuran adalah harga pasaran pada umumnya, dan hanya dengan harga itulah barang-barang diperjualbelikan. Dalam hal ini terlihat bahwa Ibn Taimiyah tidak menginginkan adanya pedagang yang menjual barang dagangannya di bawah harga pasaran karena akan merugikan kepentingan pedagang lainnya. Oleh karenanya pedagang yang menurunkan harga tersebut diperintah untuk menaikkan harga sesuai dengan harga yang berlaku di pasar.

Sistem ekonomi yang digunakan dalam Islam untuk menciptakan pasar yang sehat harus disertai dengan mekanisme pasar yang dapat mengontrol kestabilan harga dalam pasar berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran yang terjadi atas dasar kerelaan diantara kedua belah pihak tanpa adanya paksaan. Dalam ilmu ekonomi, keadaan pasar yang kompetitif secara sehat adalah ketika keseimbangan pasar terjadi akibat perpotongan antara kurva permintaan dan penawaran dalam keadaan *an-taradhin* yakni suka sama suka. Jika keseimbangan terganggu maka diperlukannya intervensi dari pemerintah setempat.¹⁸

Islam memberlakukan pasar persaingan bebas secara efektif selama tidak terdapat hal-hal yang menimbulkan distorsi pasar seperti manipulasi permintaan dan penawaran, adanya penipuan, dan terjadinya transaksi yang *gharar* (tidak jelas). Semua bentuk distorsi tersebut sangat tidak sesuai dengan syariat yang mengakibatkan kerusakan pada pasar. Hal ini dapat menimbulkan kezaliman terhadap sesama manusia karena ada pihak yang dirugikan. Maka dari itu, Islam mengharamkan berbagai macam distorsi pasar tersebut.¹⁹

Maka segala macam bentuk transaksi ekonomi adalah diperbolehkan baik untuk menfaat diri sendiri maupun masyarakat selama hal tersebut tidak menyalahi aturan syariat, hal ini didasari oleh sabda Rasulullah yaitu:

حَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ وَعَمْرُو النَّاقِدُ كِلَاهُمَا عَنْ الْأَسْوَدِ بْنِ عَامِرٍ قَالَ أَبُو بَكْرٍ
حَدَّثَنَا الْأَسْوَدُ بْنُ عَامِرٍ حَدَّثَنَا حَمَّادُ بْنُ سَلَمَةَ عَنْ هِشَامِ بْنِ عُرْوَةَ عَنْ أَبِيهِ عَنْ عَائِشَةَ
وَعَنْ ثَابِتٍ عَنْ أَنَسٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ بِقَوْمٍ يُلْقِحُونَ فَقَالَ لَوْ لَمْ تَفْعَلُوا
لَصَلَحَ قَالَ فَخَرَجَ شَيْصًا فَمَرَّ بِهِمْ فَقَالَ مَا لِنَخْلِكُمْ قَالُوا قُلْتِ كَذَا وَكَذَا قَالَ أَنْتُمْ أَعْلَمُ بِأَمْرِ
دُنْيَاكُمْ

Artinya:

Telah menceritakan kepada kami [Abu Bakr bin Abu Syaibah] dan [Amru An Naqid] seluruhnya dari [Al Aswad bin 'Amir]; [Abu Bakr] berkata; Telah menceritakan kepada kami [Aswad bin 'Amir]; Telah menceritakan kepada kami [Hammad bin Salamah] dari [Hisyam bin 'Urwah] dari [Bapaknya] dari [Aisyah] dan dari [Tsabit] dari [Anas] bahwa Nabi shallallahu 'alaihi wasallam pernah melewati suatu kaum yang sedang mengawinkan pohon kurma lalu beliau bersabda: "Sekiranya mereka tidak melakukannya, kurma itu akan (tetap) baik." Tapi setelah itu, ternyata kurma tersebut tumbuh dalam keadaan rusak. Hingga suatu saat Nabi shallallahu 'alaihi wasallam melewati mereka lagi dan melihat hal itu beliau bertanya: 'Ada apa dengan pohon kurma kalian? Mereka menjawab; Bukankah

¹⁸Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, 2008 (Jakarta: RajaGrafindo Persada), 152.

¹⁹Didin Baharuddin, "Tas'ir (Price Fixing) Dalam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah", *Tahkim* 13 (2) (2017), 149.

anda telah mengatakan hal ini dan hal itu? Beliau lalu bersabda: 'Kalian lebih mengetahui urusan dunia kalian'.²⁰

Penetapan harga sejatinya tidaklah dilarang selama tidak ada pihak yang dirugikan dan selama dalam batas normal. Penetapan harga yang dilarang ialah apabila menimbulkan kezaliman bagi pembeli dengan menetapkan keuntungan yang tidak wajar. Harga yang disepakati haruslah adil bagi keduanya, sehingga baik penjual maupun pembeli sama-sama merasakan kepuasan dalam melakukan transaksi tersebut. Harga merupakan jembatan dari adanya penawaran dan permintaan yang akan menjaga keseimbangan pasar.²¹ Apabila keseimbangan tersebut terganggu maka akan merusak mekanisme pasar dan menimbulkan intervensi dari pemerintah yang dibutuhkan untuk menstabilkan harga pasar.

Timbulnya penetapan harga didasari adanya persaingan dalam pasar. Seperti yang dikatakan Budi Sholihin dalam jurnalnya bahwa persaingan terjadi diantara para penjual untuk menarik minat pembeli dalam upaya menawarkan produk yang dijualnya, dengan begitu saat persaingan harga terjadi maka dibutuhkanlah penetapan harga atas suatu barang sebagai suatu strategi penjualan, dan Islam membolehkan hal tersebut agar terciptanya pasar yang adil dan tidak merugikan pihak manapun.²²

Sebagai upaya menciptakan pasar yang adil dan penetapan harga yang dinamis idealnya harus berdasarkan prinsip yang ditetapkan dalam fiqh Muamalah yaitu transaksi yang terjadi atas dasar suka sama suka, *ridha bi ridha*, saling menguntungkan dan tidak ada pihak yang merasa dirugikan atau dicurangi atas suatu produk yang halal dan transaksi yang sah. Selama prinsip tersebut dijalani dalam bermuamalah maka akan tercipta mekanisme pasar yang stabil dan adil dan terhindar dari adanya distorsi pasar.

Kesimpulan

Melihat dari paparan diatas Undang-Undang No.5 Tahun 1999 selaku pedoman bagi segala praktik persaingan usaha di Indonesia menetapkan pasal 5 hingga pasal 8 sebagai acuan untuk perjanjian penentuan harga, dimana setiap pasal menyatakan pelarangan menentukan harga antar pelaku usaha dan pesaingnya, namun dikarenakan dalam kegiatan penentuan harga produk di bawah *official store* ini tidak mengandung adanya perjanjian antar pelaku usaha vertikal dan hal lain yang menjadi pertimbangan ialah *reseller* bukanlah pesaing yang setara dengan *official store*, jadi selama hal tersebut tidak merugikan pihak produsen maupun konsumen maka penentuan harga yang terjadi adalah sah dan tidak menyalahi aturan undang-undang. Begitu pun dengan pandangan Fqih Muamalah selama tidak ada pihak yang merasa dirugikan atas terjadinya suatu transaksi maka transaksi tersebut adalah sah dan diperbolehkan. Jika ditinjau dari sistem transaksi yang dilakukan adalah barang yang dijual oleh pelaku usaha *non-official* adalah akad yang digunakan antara penjual dan pembeli jelas keduanya saling merelakan, produk atau barang adalah original yang didapatkan langsung di pusatnya, sehingga tidak ada unsur palsu atau ketidakjelasan. Maka dengan beberapa faktor cara mendapatkan produk yang telah di sebutkan pada pembahasan dapat disimpulkan bahwa tidak ada pihak yang dirugikan atas Praktek ini sehingga penetapan harga produk di bawah *official store* ini tidaklah menyalahi aturan agama maupun negara serta sesuai dengan prinsip dalam Fiqh Muamalah.

²⁰ Hadist Nomor 4358, Abu Husain Muslim bin Al Hajjaj, *Shahih Muslim*, (Beirut: Dar al Fikr).

²¹ *Ibid*, 252.

²² Budi Sholihin, "*Konsep Mekanisme Pasar Dan Persaingan Harga Dalam Islam*", *Al-Mujaddid Jurnal Ilmu Ilmu Agama* 1 (2019), 28.

Daftar Pustaka

- A. A. Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*, Edisi Indonesia Penerj. Anshari Thayib. Bina Ilmu. 1997
- Abd al-Halim bin Taimiyah, Ahmad bin. *Al-Hisbah fi al-Islam aw Wazhifah aal- Hukumah al-Islamiyah*, (Bairut: Dar aal-Kutub al-Ilmiyah, t,th)
- Abdurrahman Al-Gharyani, Shadiq. *Buku Pintar Hukum Jual-Beli Islam Kontemporer*. Depok: Iqra Kurnia gemilang. 2005.
- Baharuddin, Didin. “Tas’ir (Price Fixing) Dalam Perspektif Maqashid Al-Syari’ah”, *Tahkim: Jurnal Hukum dan Syariah* 13 (2) (2017). <http://dx.doi.org/10.33477/thk.v13i2.384>
- Evra Willya, Ketentuan Hukum Islam Tentang At-Tas’ir Al-Jabary, *Jurnal Ilmiah Al-Syir’ah* (2013). [10.30984/as.v11i2.169](http://dx.doi.org/10.30984/as.v11i2.169)
- Febriani. Emmy. dan Thalib and Ni Putu Suci Meinarni. “Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia,” *Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan* 7, no. 2(2019): 194 <http://dx.doi.org/10.29303/ius.v7i2.622>
- Husain Muslim bin Al Hajjaj, Abu. *Shahih Muslim*. Beirut: Dar al Fikr.
- Karim, Adiwarmarman. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2008.
- Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)
- Makkulau Wahyu, A.Rio. “Pemikiran Ibn Qayyum Tentang Konsep tas’ir,” *Jurnal Syari’ah dan Hukum* (2018) <https://doi.org/10.35905/diktum.v16i2.620>
- Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pasal 5 (Penetapan Harga) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 8 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 8 (Penetapan Harga Jual Kembali) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- Solihin, Budi. “Konsep Mekanisme Pasar Dan Persaingan Harga Dalam Islam,” *Al - Mujaddid: Jurnal Ilmu-Ilmu Agama*, 1(2) (2019) <https://jurnal.staisebelasapril.ac.id/index.php/almujaddid/article/view/25>
- Taimiyah, Ibnu. *Majmu’ Al-fatawa*. Riyadh: Maktabah Al-Ubaikan. 1998.
- Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- Wiradiputra, Ditha. Modul untuk Retooling Program under Employee Graduates at Priority Disicplines under TPSDP (*Technology and Profesional Skills Development Sector Project*) DIKTI. Jakarta: FHUI. 2004.