

Penetapan pasar bersangkutan dalam putusan komisi pengawas persaingan usaha no. 09/KPPU-L/2009 (analisis best practices dan empiris) = The analysis of relevant market delineation on commission for the supervision of business competition's decision No. 9/KPPU-L/2009 (best practices and empirical analysis) / Fintri Hapsari

Fintri Hapsari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446353&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Fokus tesis ini adalah analisis berdasarkan Best Practices dan Empiris mengenai penetapan pasar bersangkutan dalam Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha No. 09/KPPU-L/2009 tentang Akuisisi Alfa Retailindo oleh Carrefour. Analisis best practices dilakukan dengan cara membandingkan sistematika penetapan pasar bersangkutan yang ditetapkan oleh Majelis Komisi dalam Putusan tersebut dengan teori pasar bersangkutan, pedoman tentang Pasar Bersangkutan dari otoritas pengawas persaingan usaha di negara lain dan praktik terbaik dalam menetapkan pasar bersangkutan sektor ritel di negara lain. Selain analisis best practices, penelitian ini juga menggunakan analisis empiris melalui survey konsumen untuk mengumpulkan informasi terkini mengenai pasar bersangkutan di sektor ritel berdasarkan preferensi konsumen. Hasil penelitian menyatakan bahwa metode penetapan pasar bersangkutan dalam Putusan tersebut secara garis besar telah mengikuti kelaziman proses identifikasi pasar bersangkutan dalam kerangka teoritis dan guideline, serta hasil praktik terbaik negara lain. Disarankan agar analisis pasar bersangkutan dapat ditingkatkan kualitasnya dengan menggunakan pendekatan-pendekatan yang lebih terukur, baik secara kuantitatif maupun kualitatif.

ABSTRACT

The focus of this study is to analyse the relevant market which defined in Commission on Supervision of Business Competition's Decision No. 09 KPPU L 2009 about Acquisition to Alfa Retailindo by Carrefour based on best practices. Best practices analysis by comparing the methodology used on relevant market delineation in the Decision with the perspective of economics theory, guidelines of relevant market from competition authorities other countries and best practices in determining the relevant market retail sector in other countries. This research also using empirical analysis for gathering information present about relevant market on the retail sector based on consumer preferences through surveys. The result shows that relevant market's delineation process is mainly has followed the prevalence of the identification process either from theory nor guidelines perspectives. It is suggested to make some improvement on the process by using quantitative and qualitative scientific method.