

Indikasi predatory pricing pada promosi yang terus-menerus oleh pelaku usaha Dompet Elektronik di Indonesia ditinjau berdasarkan hukum persaingan usaha = Indications of predatory pricing on continuous promotion by Electronic Wallet susiness actors in Indonesia reviewed based on business competition law.

Panjaitan, Yohanna Ameilya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20509109&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan dunia digital telah membuka jaringan yang lebih luas untuk terbentuknya perekonomian global, yang juga mendorong munculnya berbagai transaksi bisnis yang banyak melibatkan perusahaan-perusahaan keuangan berbasis teknologi aplikasi (*financial technology*) atau Fintech. Fintech sangat berkembang pesat dan signifikan di Indonesia, sub-sektor Fintech yang terlihat tumbuh subur, yakni *lending* dan *e-wallet* (dompet elektronik) di mana dompet elektronik diyakini akan menjadi sub-sektor Fintech yang paling berpotensi. Dalam melakukan kegiatan usahanya, perang harga dan promosi pun tidak dapat dihindari oleh pelaku usaha dompet elektronik. Praktik perang harga dan promosi tidak wajar antar perusahaan dompet elektronik tersebut mengarah pada predatory pricing yang akan menghilangkan posisi tawar-menawar konsumen dengan pelaku usaha karena praktik yang tidak sehat hanya akan menyisakan satu pemain dominan di pasar. Artikel ini bertujuan memberikan analisis mengenai indikasi *predatory pricing* pada praktik perang harga antara pelaku usaha dompet elektronik. Praktik persaingan pemberian promosi tersebut akan dikaitkan dan dianalisis dari sisi hukum persaingan usaha berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999 dan peraturan perundang-undangan terkait lainnya. Selain itu, Penulis akan membandingkan penerapan dan pengaturan terkait persaingan usaha di negara Amerika Serikat.

<hr>

The development of the digital world has opened a wider network for the formation of the global economy, which has also led to the emergence of various business transactions involving many financial companies based on application technology. Fintech is growing rapidly and significantly in Indonesia, the Fintech sub-sector that looks to be thriving, namely *lending* and *e-wallet* where *e-wallet* is believed to be the most potential Fintech sub-sector. In carrying out their business activities, price and promotions wars cannot be avoided by the *e-wallet* companies. The practice of price war and improper promotion between the *e-wallet* companies lead to predatory pricing which will eliminate the bargaining position of consumers and business actors because unhealthy practices will only leave one dominant player in the market. This article aims to provide an analysis of predatory pricing indications in price war practices between the *e-wallet* companies. The competitive practice of promotion will be linked and analyzed from the legal side of business competition based on Law No. 5 of 1999 and other related regulations. In addition, the author will compare the application and regulation related to business competition in the United States.