

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan sektor digital memberikan dampak yang cukup besar bagi seluruh prospek kehidupan manusia di seluruh dunia termasuk Indonesia. Indonesia merupakan negara yang merasakan pengaruhnya harus berani dan dapat bersaing dengan negara-negara lain agar bisa memenuhi permintaan yang pesat dalam revolusi digital.<sup>1</sup> Masa digital ini menuntut masyarakat agar secara efisien menggunakan kemudahan dan keinovatifan dalam bertransaksi. Beragam terobosan digital di beragam aspek menunjukkan publik ikut serta ambil bagian pada modernisasi era saat ini. Mekarnya bisnis fintech (finansial technology) juga turut mendorong munculnya perusahaan startup yang berkisar di bidang keuangan digital.<sup>2</sup>

Dengan berbagai kemudahan, dunia menjadi tanpa batas. Uang mempunyai kedudukan penting yang membuat metode pembayaran menjadi semakin pesat juga mempersingkat dan mempermudah masyarakat dalam bertransaksi dimana saja dan kapan saja tidak harus keribetan membawa uang tunai dengan jumlah banyak sehingga ini lebih digandrungi oleh masyarakat. Perkembangan ini yang menjadi pemicu bergantinya cara pembayaran yang umumnya menggunakan uang tunai (currency) menjadi metode pembayaran non tunai menggunakan uang elektronik.

Uang elektronik adalah metode pembayaran modern dengan tidak adanya bentuk uang secara fisik yang biasa disebut cashless money. Dengan konsep ini uang ditaruh secara elektronik dan dibagi atas dua macam sesuai dengan tempat

---

<sup>1</sup> Fiona Pappano Naomi dan I Made Dedy Priyanto, 2020, *Perlindungan Hukum Pengguna E-Wallet Dana Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Kertha Semaya, Vol. 9 No. 1, hlm. 24,  
[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjHI\\_TQ6e\\_OAhW4lLcAHcfsCaMQFnoECAMQAQ&url=https%3A%2F%2Ffojs.unud.ac.id%2Findex.php%2Fkertahasemaya%2Farticle%2Fdownload%2F64652%2F37506%2F&usg=AOvVaw1ya1fet2EjwcgIQ8tDBJPW](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjHI_TQ6e_OAhW4lLcAHcfsCaMQFnoECAMQAQ&url=https%3A%2F%2Ffojs.unud.ac.id%2Findex.php%2Fkertahasemaya%2Farticle%2Fdownload%2F64652%2F37506%2F&usg=AOvVaw1ya1fet2EjwcgIQ8tDBJPW)

<sup>2</sup> Rifqy Tazkiyyaturrohman, 2018, *Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern*, Muslim Heritage, Vol. 3 No. 1, hlm. 22,  
<https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/muslimheritage/article/view/1240/878>

diakumulasiannya yakni dalam bentuk kartu atau chip dan server. Uang elektronik yang memakai kartu atau chip memungkinkan untuk bertransaksi offline dengan kartu, seperti kartu yang diciptakan oleh instansi perbankan yang mana bisa dipakai misalnya untuk membayar tol, parkir dan lainnya. Lalu untuk pemakaian uang elektronik bentuk server diperlukan akses internet contohnya pembayaran dengan barcode.<sup>3</sup>

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Pasal 1 angka 7 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran Nomor 18/40/PBI/2016 e-wallet merupakan suatu media wadah berbasis elektronik yang fungsinya dapat disamakan dengan tempat menyimpan uang elektronik sebagai salah satu metode pembayaran.<sup>4</sup>

Menurut Kuganathan & Wikramanayake, e-wallet atau yang biasa disebut dengan mobile wallet merupakan aplikasi pembayaran yang diaplikasikan dibawah peraturan keuangan dan dilakukan dengan memakai perangkat mobile. E-wallet merupakan jenis terbaru dari e-commerce yang dapat pengguna pakai untuk melakukan transaksi, belanja online, pemesanan dan untuk layanan lainnya yang telah tersedia.<sup>5</sup>

Metode pembayaran dan transaksi pembelian secara digital diperkirakan akan melonjak naik di tahun 2021. Metode pembayaran nirkontak macam e-wallet merupakan jenis transaksi yang paling banyak dipakai masyarakat metropolitan. Inventure dan Alvara melangsungkan poling yang menyatakan 63,5% dari 629 narasumber sepakat ketika pandemi terutama yang dipakai adalah pembayaran nirkontak supaya lebih aman. Lalu 36,5% narasumber masih tetap bertahan pada pembayaran dengan tunai atau kontak langsung. Hal ini diperparah dengan

---

<sup>3</sup> Fiona Pappano Naomi dan I Made Dedy Priyanto, 2020, *Perlindungan Hukum Pengguna E-Wallet Dana Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Kertha Semaya, Vol. 9 No. 1, hlm. 25,

[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjHl\\_TQ6e\\_OAhW4lLcAHcfsCaMQFnoECAMQAQ&url=https%3A%2F%2Ffojs.unud.ac.id%2Findex.php%2Fkertahasemaya%2Farticle%2Fdownload%2F64652%2F37506%2F&usg=AOvVaw1ya1fet2EjwgcgLQ8tDBJPW](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjHl_TQ6e_OAhW4lLcAHcfsCaMQFnoECAMQAQ&url=https%3A%2F%2Ffojs.unud.ac.id%2Findex.php%2Fkertahasemaya%2Farticle%2Fdownload%2F64652%2F37506%2F&usg=AOvVaw1ya1fet2EjwgcgLQ8tDBJPW)

<sup>4</sup> Peraturan Bank Indonesia Pasal 1 angka 7 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran Nomor 18/40/PBI/2016

<sup>5</sup> Mazaya Faridhal, 2016, *Analisis Transaksi Pembayaran Nontunai Melalui E-Wallet: Perspektif Dari Modifikasi Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Universitas Brawijaya, Vol. 7 No. 2, hlm. 2, <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5933> .

kekhawatiran masyarakat memakai transaksi kontak langsung yang dianggap menjadi pemicu penyebaran covid, maka di masa pandemi ini transaksi digital dengan e-wallet diutamakan.

Pemakaian e-money pada Agustus 2020 hingga rentang Rp 17 triliun yang mana meningkat sebesar 33,8% dari bulan Agustus tahun lalu yang diambil dari data Bank Indonesia (BI). Dikarenakan perubahan jenis pembelian barang dan jasa oleh konsumen saat covid ini membuat pola transaksi meningkat akibat dari perubahan tersebut. Konsumen biasanya cuma memesan produk untuk gaya hidup melalui toko online, namun saat ini membeli juga produk kebutuhan sehari-hari.

Sehingga transaksi non tunai dengan e-wallet berada di tempat kedua yaitu sebesar 26% diikuti transaksi melalui bank yang berada di presentase 30%. Sebenarnya ada beberapa kendala dalam memajukan pemakai transaksi non tunai di kala nanti. Yang pertama minimnya informasi dan pengetahuan mengenai transaksi digital di kalangan konsumen serta yang kedua gangguan sarana dan prasarana jaringan. Tetapi kesempatan transaksi digital untuk berkembang di negara kita cukup tinggi dikarenakan 33,7% warga negara kita adalah anak-anak muda yang paham digital dan 29,2% yaitu angkatan internet. Dengan jumlah lebih dari 60%, kedua generasi ini mampu membuat adaptasi dengan layanan ini lebih mudah.<sup>6</sup>

Sharing Vision pada Desember 2020 melansir hasil survei bertema 'eChannel Fintech eCommerce & eLifestyle'. Studi ini menelaah dompet digital yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Hasilnya GoPay berada di peringkat pertama (81 persen), lalu OVO (71 persen). Lalu ada ShopeePay di posisi ketiga dengan 44 persen, kemudian Dana di posisi keempat dengan 41 persen.<sup>7</sup>

Dengan tumbuhnya jasa dompet digital di negara ini mempengaruhi fokus rivalitas dompet digital yang mengakibatkan komposisi pasaran e-wallet cuma fokus membesarkan sebagian pelaku usaha e-wallet terkuat saja. Masalah seperti ini perlu atensi besar dan tidak boleh dibiarkan pengistimewaan anggota tertentu

---

<sup>6</sup> <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5fa3754f05503/pembayaran-nontunai-makin-akan-banyak-digunakan-setelah-pandemi> , diakses pada tanggal 23 Oktober 2021 pukul 13.08 WIB.

<sup>7</sup> <https://www.merdeka.com/teknologi/persaingan-ketat-pemain-baru-dompet-digital-susah-bersaing.html> , diakses pada tanggal 23 Oktober 2021 pukul 14.32 WIB.

yang berdampak rivalitas yang tidak sehat. Karena dapat dilihat sekarang ini pelaku usaha dompet digital sudah sangat dominan sehingga cukup sulit untuk pelaku usaha yang baru masuk untuk bisa bersaing. Pelaku usaha dompet digital menyatakan 77% penjualan produk secara keseluruhan dalam bidang e-wallet dipegang oleh OVO, GoPay, Bank Mandiri dan DANA. Sistem penjualan dan pembelian pada e-wallet telah merujuk ke penjual yang berjumlah sedikit yang dapat mempengaruhi harga pasar yang dimana dalam pasar itu hanya berfokus ke beberapa pelaku usaha terkuat dan memungkinkan mendapat konsentrasi pasar. Beberapa pelaku usaha ini berpotensi merugikan pelaku usaha sejenis serta pelanggan dengan penetapan harga yang dilakukan.

Kondisi pasar yang dipengaruhi oleh beberapa pelaku usaha dapat menyebabkan adanya jual rugi dimana mereka akan melakukan penurunan harga sesuka hati supaya mendapat capaian pasar yang lebih banyak yaitu kenaikan jumlah konsumen. Lalu direspon dengan penurunan harga oleh pelaku usaha lainnya yang membuat pelaku usaha yang lebih kecil pangsa pasarnya tidak mampu untuk bersaing.<sup>8</sup>

Masing-masing e-wallet berusaha memberikan produk pelayanan dan jasa yang paling baik agar para konsumen tertarik memakai layanannya. Dari penyediaan promo-promo menarik seperti pemberian diskon, poin dan yang paling disukai masyarakat adalah pemberian cashback. Cashback merupakan suatu bentuk promosi yang ditawarkan dan bisa diperoleh siapa saja, dimana pihak konsumen akan memperoleh keuntungan jika berhasil mengikuti persyaratan yang ada. Keuntungan pemakaian cashback tentunya adalah penghematan. Bagi pembeli, sistem cashback bisa menghemat pengeluaran mereka terutama untuk pembayaran berulang layaknya pembayaran tagihan bulanan.<sup>9</sup>

Data lembaga survey Nielsen pada tahun 2016 menyatakan promo dalam bentuk cashback yang paling disukai masyarakat dalam pembelian produk didorong pula data survei Shopback menyatakan sebesar 51,6% informan

---

<sup>8</sup> <https://lestarimoerdijat.com/pustakalestari/read/2020/09/26/985/Struktur-Pasar-Fintech-E-Wallet-di-Indonesia> , diakses pada tanggal 24 Oktober 2021 pukul 08.22 WIB.

<sup>9</sup> <https://money.kompas.com/read/2021/05/20/102137326/mengenal-apa-itu-cashback-dan-bedanya-dengan-diskon?page=all> , diakses pada tanggal 24 Oktober 2021 pukul 09.14 WIB.

Indonesia mengaku memakai aplikasi E-Payment jika ada promo cashback berlangsung karena paling diminati dan dipercaya. Dengan menggunakan promo cashback yang ada didambakan bukan hanya bisa menggaet konsumen, tetapi juga diharapkan bisa membuat loyalitas konsumen ada.<sup>10</sup>

Berdasarkan keterangan diatas, maka tidak heran jika kedua pelaku usaha terbesar dalam bisnis Fintech e-wallet yaitu Gopay milik Gojek dan Ovo milik Grab saling berlomba-lomba menarik pelanggan atau konsumen sebanyak-banyaknya dengan promo cashback maupun diskon.

Pimpinan Utama dari Lippo Group yaitu Mochtar Riandy menyatakan bahwa Lippo Group akan melepas saham Ovo dikarenakan tidak sanggup untuk mendanai promosi secara besar-besaran yang dilakukan oleh pihak Ovo. Ovo sendiri memang melakukan promosi dan iklan secara besar-besaran dengan cara memberikan cashback kepada para pelanggannya. Bahkan, bagi beberapa merchant tertentu terdapat cashback yang diberikan cenderung lebih besar mencapai 30 persen dari total transaksi.

Selain Ovo, pesaingnya yaitu startup Gopay juga melakukan hal yang sama untuk bersaing dengan rivalnya. Gopay sendiri adalah e-wallet yang juga dikelola oleh Gojek. Gojek banyak mempromosikan dan mengiklankan gopay ke berbagai merchant yang berada di banyak kota besar di Indonesia. Cashback yang diberikan oleh gojek sendiri terbilang cukup besar bagi pelanggannya sampai dengan 50 persen.

Namun perusahaan startup acapkali memberikan promo berupa cashback kepada penggunanya secara tidak wajar. Hal ini menyebabkan biaya yang diterima pelanggan menjadi irasional. Untuk membiayai berbagai program promosi yang ada, suatu perusahaan startup akan menggunakan uang yang sudah diinvestasikan oleh investor. Hal ini dilakukan untuk tetap mempertahankan pasar dari masing-masing startup. Praktik predatory pricing tetap dilakukan meskipun perusahaan tersebut mengalami kerugian agar dapat menarik pelanggan. Selain

---

<sup>10</sup> Dewi Ayu Kusumaningrum dan Dandy Prasetya Setiawan, 2021, *Pengaruh Promo Cashback Berbagai Jenis e-Payment Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus : Chatime Indonesia)*, Jurnal Disrupsi Bisnis, Vol. 4 No.2, hlm. 141, <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/article/view/9396/pdf> .

itu, praktik ini dianggap sebagai strategi bertahan ditengah persaingan startup yang semakin sengit serta mengeluarkan pesaingnya dari pasar.

Praktik predatory pricing pada akhirnya cenderung menjadi kompetisi yang tidak sehat karena usaha yang dilakukan beberapa pihak memang untuk saling mematikan usaha satu sama lain bagi para pesaingnya. Dengan matinya para kompetitor perusahaan tersebut, maka perusahaan yang tetap bertahan akan menjadi pemain tunggal dan tidak menutup kemungkinan akan terjadi praktik monopoli.

Dalam aturan yang tercantum di Pasal 20 UU No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat disebutkan bahwa “Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau memastikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.

Kegiatan jual rugi akan menyusahkan beberapa pihak yaitu bagi pelaku usaha juga pelanggan . Dewan Komisi Pengawas Persaingan Usaha senantiasa berusaha dalam megusut kegiatan jual rugi yang diperbuat semua pengusaha di pasaran, yang terpenting kegiatan usaha yang berada di bagian yang esensial juga melibatkan kemakmuran masyarakat umum.

Sesuai dengan Pasal 47 UU No. 5 Tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, KPPU memiliki wewenang dalam menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan Pasal 20. Sanksi dapat berupa penghentian kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat dan, atau merugikan masyarakat.<sup>11</sup>

Undang-Undang Hukum Persaingan Usaha Pasal 47 yang berisi Dewan Komisi Pengawas Persaingan Usaha mempunyai hak memberikan hukuman administratif pada pengusaha yang memenuhi unsur pasal 20. Hukumannya yaitu

---

<sup>11</sup> <https://muda.kompas.id/baca/2020/01/21/dampak-perang-tarif-promo-oleh-startup-indonesia/> , diakses pada tanggal 24 Oktober 2021 pukul 11.18 WIB.

pembubaran aktivitas yang telah sah menyebabkan implementasi monopoli serta persaingan yang tak sehat juga bersifat ofensif bagi masyarakat.

Maka dari itu penulis ingin mengkaji dan meneliti bagaimana sistem cashback ini nantinya akan membuat persaingan usaha yang tidak sehat karena para perusahaan fintech yang bergerak di bidang e-wallet tersebut melakukan cashback secara besar-besaran sampai pada predatory pricing. Dan nantinya pasti akan ada perusahaan yang lebih unggul dibandingkan perusahaan lain karena memiliki pengguna terbanyak, dimana hal ini menimbulkan penguasaan pasar yang melanggar Undang-Undang Persaingan Usaha Pasal 20.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Sistem Cashback dapat termasuk ke dalam Persaingan Usaha Tidak sehat ?
2. Bagaimana Dampak Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Masyarakat dan Perusahaan?

## **C. Ruang Lingkup Penelitian**

Di dalam ruang lingkup penelitian agar masalah dapat teridentifikasi serta tetap fokus pada permasalahan yang akan dikaji maka perlu adanya batasan-batasan permasalahan. Adapun penelitian ini membatasi permasalahan pada pokok permasalahan, yaitu :

1. Praktek persaingan usaha tidak sehat yang dilakukan perusahaan penyedia e-wallet melalui promosi cashback yang melanggar Pasal 19 dan 20 Undang-Undang Persaingan Usaha Tidak Sehat.
2. Dampak persaingan usaha tidak sehat yang dirasakan oleh perusahaan penyedia e-wallet dan dampak yang terjadi kepada pengguna e-wallet tersebut berdasarkan kuosioner yang telah disebar dan dijawab oleh beberapa orang responden pengguna e-wallet.

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini terdiri dari:

1. Untuk mengetahui serta mengkaji bagaimana cara kerja sistem cashback yang menjadi salah satu bentuk promosi yang dilakukan para perusahaan penyedia e-wallet dan bagaimana sistem tersebut dapat termasuk kedalam persaingan usaha tidak sehat.
2. Guna memahami dan menyelesaikan dampak yang timbul akibat dari penerapan persaingan usaha tidak sehat yang terjadi dalam penerapan transaksi e-wallet terhadap konsumen pengguna jasa e-wallet juga perusahaan penciptanya.

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini membahas masalah-masalah yang telah dirumuskan diharap dapat dijadikan sebagai wawasan ilmu pengetahuan hukum serta pemikiran di bidang hukum khususnya mengenai hukum persaingan usaha, mencegah perihal kompetisi dalam berusaha yang tidak wajar serta penyelesaian sengketa jika terjadi persaingan usaha yang tidak sehat agar tercipta kepastian hukum dan persaingan usaha yang bebas namun sehat di Indonesia.

##### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini membahas masalah-masalah yang telah dirumuskan diharap dapat dijadikan sebagai arahan bagi para subjek dan objek yang terdapat di kegiatan persaingan agar dapat menciptakan suatu persaingan usaha yang sehat sesuai dengan Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

#### **E. Metode Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian yuridis normatif. Dalam penelitian hukum yang normatif yang digunakan adalah sumber-sumber data sekunder yakni buku-buku, peraturan perundang-undangan, keputusan-keputusan pengadilan, teori-teori hukum dan pendapat para sarjana hukum terkemuka.<sup>12</sup>Selain itu, penelitian ini juga dapat dikatakan sebagai penelitian pustaka karena banyak menekankan pada pengumpulan data kepustakaan.<sup>13</sup>Dalam penelitian ini penulis menggambarkan praktek promosi cashback yang dilakukan oleh perusahaan e-wallet beserta dampaknya bagi berbagai pihak ditinjau dari Undang-Undang Persaingan Usaha dan pengamatan langsung dari pengguna jasa e-wallet.

## 2. Pendekatan masalah

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2011 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya, serta pendekatan kasus terkait cashback juga Putusan Perkara Nomor 03/KPPU-L/2020.

## 3. Sumber Data

Dalam Penelitian hukum normatif sumber data diperoleh dari data sekunder. Data sekunder yaitu data yang diperolehnya secara tidak langsung dari sumber-sumber yang telah ada yaitu melalui perantara sumber lain baik lisan maupun tertulis. Dimana data sekunder terbagi menjadi tiga sumber bahan hukum yaitu :

### a. Bahan Hukum Primer

Yaitu norma atau kaidah dasar, bahan hukum yang mengikat (peraturan perundang-undangan), dalam hal ini Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan

---

<sup>12</sup> Peter Mahmud Marzuki, 2005, *Penelitian Hukum*, Kencana, Jakarta, hlm. 25.

<sup>13</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, 2005, *Metode Penelitian*, Bumi Aksara, Bandung, hlm. 41.

Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2011 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

b. Bahan Hukum Sekunder

Memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer seperti fakta hukum, prinsip-prinsip dasar perlindungan hukum konsumen dan pendapat hukum para ahli hukum dalam buku-buku, penelitian ilmiah, internet, majalah dan wawancara. Salah satunya, untuk penelitian hukum ini yaitu Putusan Perkara Nomor 03/KPPU-L/2020 dan kasus persaingan usaha tidak sehat dalam e-wallet seperti gopay, ovo dan lainnya.

c. Bahan Hukum Tersier

Yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan atas bahan hukum primer dan sekunder.<sup>14</sup> Dalam penelitian ini seperti KBBI, Kamus Hukum, dan Kamus Bahasa Inggris (*English Dictionary*).

4. Cara Pengumpulan Data

Data yang dipakai dalam penelitian ini yaitu data sekunder atau data kepustakaan, dengan menggunakan metode kepustakaan atau studi dokumen. Data sekunder dapat berupa literatur, karya ilmiah, komentar para ahli, interpretasi atau pembahasan tentang materi original. Di skripsi ini penulis menggunakan metode pendekatan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, serta menggunakan pendekatan kasus persaingan usaha tidak sehat yang terjadi pada perusahaan fintech penyedia jasa e-wallet, juga menggunakan pendekatan kasus berdasarkan Putusan Perkara Nomor 03/KPPU-L/2020 .

---

<sup>14</sup> Soerjono Soekanto, 1986, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, hlm.24.

## 1. Teknik Analisis Data

Merupakan cara untuk memproses data penelitian menjadi sebuah informasi sehingga mudah dipahami dan menemukan solusi dari permasalahan penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data secara kualitatif, yaitu metode analisis data dengan cara mengelompokkan dan menyeleksi data yang diperoleh dari penelitian lapangan menurut kualitas dan kebenarannya kemudian disusun secara sistematis, yang selanjutnya akan dikaji dengan metode berfikir secara deduktif dihubungkan dengan teori-teori dari studi kepustakaan (data sekunder) dan hasil dari kuesioner yang dibagikan (data primer), kemudian dibuat kesimpulan yang berguna untuk menjawab masalah dalam penelitian ini.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Abdulkadir Muhammad, 2004, *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm.50.