

Urgensi pengaturan program diskon pelanggan dalam hukum persaingan usaha di Indonesia: perbandingan pengaturan di Amerika Serikat dan Inggris = The urgency of loyalty discount regulation in competition law in Indonesia: comparison of regulatory arrangements in the United States and the United Kingdom

Andriana Ilham Warsono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20485187&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRACT

Program diskon pelanggan merupakan salah satu strategi pemasaran dengan cara memberikan pengurangan harga yang diberikan oleh suatu pelaku usaha kepada konsumen untuk menarik minat beli dari konsumen tersebut. Tujuan dari pemberlakuan program diskon pelanggan adalah menjaga loyalitas dari konsumen agar tetap melakukan pembelian kepada pelaku usaha tersebut. Contoh dari program ini adalah frequent-flyer program yang ditawarkan oleh maskapai penerbangan. Tulisan ini memiliki rumusan masalah bagaimana pengaturan program diskon pelanggan ditinjau dari hukum persaingan usaha Amerika Serikat, Inggris dan Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan analisis terhadap pemberlakuan program diskon pelanggan dikaitkan dengan potensi pelanggaran hukum persaingan usaha Indonesia. Penulis menggunakan metode penelitian kepustakaan. Jenis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari studi dokumen. Bahan hukum yang digunakan Penulis antara lain bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Terdapat beberapa definisi operasional yang digunakan, beberapa diantaranya adalah posisi dominan, praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Berdasarkan analisis yang dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa Amerika Serikat dan Inggris telah sadar terhadap potensi anti persaingan dari pemberlakuan program diskon pelanggan dengan melihat beberapa contoh kasus yang pernah terjadi. Terdapat beberapa pasal hukum persaingan usaha Indonesia yang relevan dengan potensi pelanggaran terhadap pemberlakuan program tersebut.

<hr>

ABSTRACT

Loyalty discount is one of the marketing strategies that involves price reduction given by undertaking to consumers in order to attract their interest in buying. The aim of loyalty discount is to maintain consumer loyalty in order that they continue to buy from the undertaking. One example of this program is the frequent-flyer program offered by airlines. The research question of this thesis is how the loyalty discount is regulated based on the American, United Kingdom, and Indonesian competition laws. The purpose of this research is to provide analysis of the implementation of loyalty discount in relation with potential violations of Indonesian business competition law. The researcher used literature research method. The type of data used in this writing is secondary data, namely data obtained from document studies. The legal materials used by the researcher include primary, secondary, and tertiary legal materials. There are several operational definitions used, some of which are dominant position, monopolistic practices, and unfair competition. Based on the analysis carried out, it was concluded that the United States and the United Kingdom were aware of the potential for anti-competition from the implementation of loyalty discount by looking at a number of examples of cases that had occurred. There are several articles on Indonesian business

competition law that are relevant to potential violations of the application of the program.