

Dugaan Praktik Jual Rugi (Predatory Pricing) Oleh Garuda Indonesia Dalam Program Travel Fair Ditinjau Dari Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia = Alleged Predatory Pricing Practice By Garuda Indonesia In Their Travel Fair Program Assessed From Indonesia's Competition Law

Alifia Putri Musvita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920519526&lokasi=lokal>

Abstrak

Maraknya masyarakat Indonesia melakukan perjalanan menggunakan pesawat dari maskapai penerbangan Indonesia menimbulkan dilakukannya segala pemasaran untuk meninggikan jumlah konsumen dari masing-masing maskapai mengakibatkan adanya harga tiket pesawat yang terlihat murah dengan harga rendah yang tidak wajar dengan promo serta cashback yang akan menarik calon pembeli. Oleh karena itu, penulisan skripsi ini ditujukan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat akan terjadinya potensi jual rugi yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 pada penjualan tiket pesawat dengan harga yang sangat murah. Pada praktiknya, Garuda Indonesia sebagai salah satu maskapai penerbangan Indonesia menyelenggarakan program travel fair sebagai usaha branding serta pemasaran dari maskapai itu sendiri yang berisikan penjualan harga tiket dengan potongan harga dan cashback kepada konsumen. Dalam menganalisis kasus tersebut, penulis menggunakan penelitian deskriptif analitis dengan pendekatan kualitatif, dimana dilakukan penjabaran atas kasus penjualan dengan harga yang sangat rendah oleh Garuda Indonesia, kemudian menganalisisnya berdasarkan ketentuan hukum persaingan usaha pada Pasal 20 UU Nomor 5 Tahun 1999. Penulis memberikan rekomendasi atas pengaturan serta pedoman atau penjelasan yang lebih rinci dan mendalam mengenai potongan harga, diskon, atau promo yang dilakukan oleh pelaku usaha dan diterbitkannya pengaturan harga dalam kelas Bisnis dan Utama. Hasil dari penelitian ini adalah tidak terbuktinya praktik jual rugi dalam Pasal 20 UU Nomor 5 Tahun 1999 dalam penjualan tiket dalam program travel fair oleh Garuda Indonesia.

.....The frequentness of the public in Indonesia traveling by plane by Indonesian airlines has resulted in all sorts of marketing tools done to increase the number of consumers from each airline resulting in airplane ticket prices that look cheap at unreasonably low prices with promos and cashback that will attract potential buyers. Therefore, this thesis is intended to provide knowledge to the public about the potential of predatory pricing that has been regulated in Law Number 5 of 1999 on the sale of airplane tickets at very cheap prices. In practice, Garuda Indonesia as one of the Indonesian airlines organizes a travel fair program as a branding and marketing effort of the airline itself which consists of selling discounted ticket prices and cashback to consumers. In analyzing this case, the author uses descriptive analytical research with a qualitative approach, in which a case is made of sales at very low prices by Garuda Indonesia, then analyzes it based on the provisions of business competition law in Article 20 of Law Number 5 of 1999. The author provides recommendations on regulations as well as guidelines or more detailed and in-depth explanations regarding price discounts, discounts or promotions carried out by business actors and the issuance of price settings in the Business and Primary classes. The result of this research is that Garuda Indonesia is not proven for their alleged practice of predatory pricing as prohibited by Article 20 of Law Number 5 of 1999 in selling tickets in the travel fair program by Garuda Indonesia.