

# Pemberlakuan Loyalty Program Oleh Maskapai Penerbangan Berjadwal (Airlines) Berdasarkan Aspek Hukum Persaingan Usaha di Indonesia (Studi Komparatif dengan Swedia) = Loyalty Programs Offered by Airlines Based on the Competition Law in Indonesia (Comparative Study: Sweden)

Graciel Megalen, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20515205&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Dalam upaya memperoleh loyalitas pelanggan, loyalty program atau program loyalitas merupakan suatu strategi pemasaran yang umum ditawarkan oleh pelaku usaha, tidak terkecuali oleh perusahaan maskapai penerbangan berjadwal (airlines) pada industri penerbangan. Pada awal tahun 2000-an, otoritas penegak hukum persaingan usaha Swedia meneliti suatu kasus yang secara langsung berkaitan dengan loyalty program yang ditawarkan oleh salah satu perusahaan maskapai penerbangan, kemudian memutuskan bahwa perilaku perusahaan tersebut merupakan suatu praktek anti-persaingan. Tulisan ini menganalisis penanganan kasus tersebut dan membandingkan apakah pemberlakuan loyalty program oleh suatu perusahaan maskapai penerbangan juga berpotensi menjadi suatu praktek anti-persaingan berdasarkan perspektif hukum persaingan usaha Indonesia. Bentuk penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah yuridis-normatif, dengan metode kualitatif, dan menggunakan bahan-bahan kepustakaan seperti bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Penulis memperoleh kesimpulan bahwa dalam kondisi-kondisi tertentu, pemberlakuan loyalty program oleh perusahaan maskapai penerbangan berpotensi menjadi suatu praktek anti-persaingan. Oleh karena itu, dalam tulisan ini diberikan pula batasan-batasan yang mungkin dilakukan, dalam hal otoritas penegak hukum persaingan usaha Indonesia menghadapi kasus yang serupa dengan kasus yang terjadi di Swedia.

.....In an effort to gain customer loyalty, loyalty programs are a common marketing strategy offered by business actors, including airlines in the airline industry. In the early 2000s, the Swedish competition law authorities examined a case related to the loyalty program offered by an airline company, then decided that the company's behavior was an anti-competitive practice. This paper analyzes the handling of the case and compares whether the implementation of the loyalty program by an airline company also has the potential to become an anti-competitive practice based on the perspective of Indonesian competition law. The form of research in writing this thesis is juridical-normative, with qualitative methods, and uses library materials such as primary, secondary, and tertiary legal materials. The author concluded that under certain conditions, the application of loyalty programs by airline companies has the potential to become an anti-competitive practice. Therefore, this paper also provides possible limitations in terms of the Indonesian competition law authorities facing a case similar to the case that occurred in Sweden.