

Aviation Marketing Strategy the Concept of Low Cost Carrier (LCC) and Company Competitiveness at PT. Lion Air Banjarmasin Branch

Dheslinski Zenidah

Manajemen Transportasi Udara, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan

ABSTRACT: This study aims to describe the flight strategy on flights that have the low-cost carrier concept and the theory of business competition in Lion Air, a representative of Banjarmasin. The research was conducted on September 1, 2021 to September 30, 2021 at PT. Lion Air Banjarmasin Branch by conducting this Data Collection Method in the form of Interviews, Observations/observations and Documentation of the General Manager of Lion Air, Lion Air employees and marketing sales at PT. Lion Air branch located in Banjarmasin. The results of this Marketing Strategy Research implemented by Lion Air Company Banjarmasin Branch is quite well monitored from the study of Porter's competitive data theory. Lion Air Company Banjarmasin Branch in the last year, has made very rapid progress in the number of customers, frequency of navigation and navigation routes, because through cheap ticket prices, prepared this will be more accessible to lower-middle customers.

Keywords: marketing mix marketing strategy, lcc, competitiveness, pt.lion air banjarmasin branch

Corresponding Author: dheslinskidz@gmail.com

Strategi Pemasaran Penerbangan Konsep *Low Cost Carrier (Lcc)* Dan Daya Persaingan Perusahaan di PT. Lion Air Cabang Banjarmasin

Dheslinski Zenidah

Manajemen Transportasi Udara, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan Strategi penerbangan Pada Penerbangan yang mempunyai konsep low cost carrier dan Teori usaha persaingan di Lion air perwakilan Banjarmasin. Penelitian dilakukan pada tanggal 1 September 2021 sampai 30 September 2021 di PT. Lion Air Cabang Banjarmasin dengan melakukan Metode Pengumpulan Data ini berupa Wawancara, Observasi/ pengamatan serta Dokumentasi terhadap General Manager Lion Air, karyawan Lion Air serta sales pemasaran yang berada di PT. Lion Air cabang yang terletak di Banjarmasin. Hasil Penelitian Strategi Pemasaran ini diterapkan Perusahaan Lion Air Cabang Banjarmasin cukup baik dipantau dari kajian teori data persaingan Porter.. Perusahaan Lion Air Cabang Banjarmasin di dalam tahun terakhir, mengalami kemajuan yang sangat pesat dalam jumlah pelanggan, frekuensi navigasi serta rute navigasi, sebab lewat murah harga tiket yang disiapkan ini akan semakin bisa di jangkau oleh pelanggan menengah bawah.

Kata kunci: strategi pemasaran marketing mix, lcc, daya persaingan, pt.lion air cabang banjarmasin

Submitted: 3 April.; Revised: 17 April; Accepted: 26 April

Corresponding Author: dheslinskidz@gmail.com

PENDAHULUAN

Strategi Pemasaran adalah suatu analisis dimana Penetapan strategi pasar target produk ini pada setiap bagian bisnis dan proses penentuan tujuan pemasaran serta peningkatan sehingga pelaksanaan strategi program pemasaran ini bisa menentukan letak pasar yang dirancang untuk memadati pelanggan pasar target. Semakin baiknya strategi pemasaran yang digunakan perusahaan tersebut akan semakin besar peluang perusahaan untuk memperkuat pasar target. Pemasaran yang dimaksud adalah unsur dari manajemen perusahaan yang salah satu faktor yang penting, oleh pemasarakan mempengaruhi secara tepat terhadap kelancaran serta keberhasilan perusahaan saat mencapai tujuan. Sangat terkemuka bagi perusahaan dapat mengetahui strategi pemasaran yang akurat dan selaras dengan produksi yang akan dijual di pasaran. Dengan strategi pemasaran yang akurat dan sesuai lalu produksi akan mudah di terima calon pelanggan sampai calon pelanggan membeli produksi yang akan di jual. Selain strategi pemasaran ini ada juga perlu dipahami letak produksi yang akan di jual. Letak disini menyatakan perbandingan pangsa pasar serta perkembangan pasar dari pesaing produksi yang sama dari perusahaan lainnya.

Daya persaingan itu mempunyai sifat yang terukur karena untuk bisa menentukannya memerlukan pembeda. Daya persaingan seseorang mempunyai sifat terukur tergantung siapa lawannya. Bisa jadi perusahaan yang mempunyai daya persaingan yang tinggi,tetapi di jangka lain pula ketika lawannya berganti dengan yang lebih kompeten atau ahli,bisa jadi daya saingnya itu akan menurun terhadap lawannya. Oleh jelasnya pesaing menampakkan daya persaingan yang bernilai positif bagi perkembangan. Demi memajukan daya persaingan bisa membuat semua orang memajukan kualitas diri dari berbagai sisi dan mencoba melampaui kelemahan-kelemahan yang ada. Jika semua orang bersaing meningkatkan daya persaingan tentunya akan baik bagi kemajuan bersama. Kualitas hidup ini akan menjadi lebih baik dan ilmu pengetahuan akan semakin lebih meningkat.

Menurut Primadi candra susanto,Aswanti Setyawati dan Hartono: 2019:42-45, Di Indonesia nusantara terutamanya, angkutan udara ini sangat disukaipara penumpang terutama dengan munculnya konsep LCC. LCC adalah jenis navigasi yang istimewa dengan menerapkan berbagai strategi penurunan biaya pada operasional dan efisiensi cost di semua lini ini, maskapai melakukan hal diluar kewajaran maskapai pada biasanya. Sebagian personalitas semenjak berbagai maskapai penerbangan berbiaya murah merupakan standaritas pada kabin serta armada pesawat, menghilangkan kelas bisnis dalam layanan, menghilangkan layanan catering dalam pesawat, menyederhanakan metode ticket melalui teknologi IT dengan menggunakan tiketing elektronik, berfungsi pada navigasi berjarak pendek (poin to poin), menghilangkan program member, menggunakan sarana bandara inferior untuk meminimalisir biaya layanan bandara pada jam sibuk, serta memanfaatkan penggunaan armada pesawat secara baik maksimal untuk meminimalisir biaya perawatan armada.

Menurut Roels ni made sri puspa dewi, Ni made oka karini dan Ni putu eka mahadewi: 2016, salah satu maskapai penerbang di Indonesia nusantara yang menerapkan biaya murah yaitu Maskapai Lion Air. Maskapai Lion Air sebagai inovator maskapai berlayanan berbiaya murah mampu menguasai hampir mendekati 50 % penerbangan domestik dan Lion Air bisa mempertahankan kualitas pelayanan dan harga murah nya maka maskapai Lion Air tetap menjadi pilihan nomor satu wisatawan domestik juga mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Oleh sebab itu, Invitasi para maskapai di pasar navigasi berbiaya murah membuat alternative pilihan penumpang semakin tinggi, mendorong perusahaan supaya bisa menguatkan merek mereka serta meningkatkan lagi strategi untuk memperkuat posisi merek di pasar target. Fakta Low cost carrier sebagai salah satu strategi navigasi di Indonesia, mampu menyadarkan masyarakat bahwa sekarang semua orang bisa melakukan perjalanan dengan menggunakan angkutan udara dengan harga yang terjangkau serta tidak seperti jaman dahulu dimana pengguna transportasi udara hanya bisa monopoli orang-orang dari kalangan menengah keatas saja. Akan tetapi, faktor navigasi yang ini murah sendiri juga tidak dapat menarik konsumen mengingat banyak maskapai navigasi LCC yang berdiri di Indonesia. Strategi bisnis yang dipakai ini pun tentunya berbeda karena target pasar masing-masing maskapai juga berbeda. Hal tersebut itu bisa diperkuat melewati perluasan geografis, operasi, sistem kinerja, promosi penjualan, sampai segi pelayanan, kualitas, dan juga harga. Lion air harus tetap menjaga sehingga kepercayaan konsumen dapat dengan mudah didapat.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut Tjiptono Chandra Adriana (2008:283), Strategi pemasaran adalah rencana menguraikan tujuan perusahaan akan bisa hasil dari berbagai aktifitas ataupun program pemasaran terhadap permintaan lini produksinya di pasar target tertentu. Strategi pemasaran marketing mix menyimpan aturan dasar tentang pengeluaran pemasaran, bauran pemasaran marketing mix, serta bagian pemasaran. Strategi pemasaran menurut para ahli Kotler dan Amstrong (2008), pengertian strategi pemasaran merupakan kekuatan pemasaran dimana yang anggota bisnis berharap untuk bisa menciptakan nilai serta mendapatkan kegunaan dari hubungan dengan penumpang menurut Philip Kotler, pengertian strategi perdagangan merupakan suatu pemikiran pemasaran yang dipakai untuk mencapai tujuan perdagangan, dimana dalam hal tersebut terdapat strategi yang rinci mengenai pasar target, penetapan tempat, bauran pemasaran, serta budget untuk pemasaran.

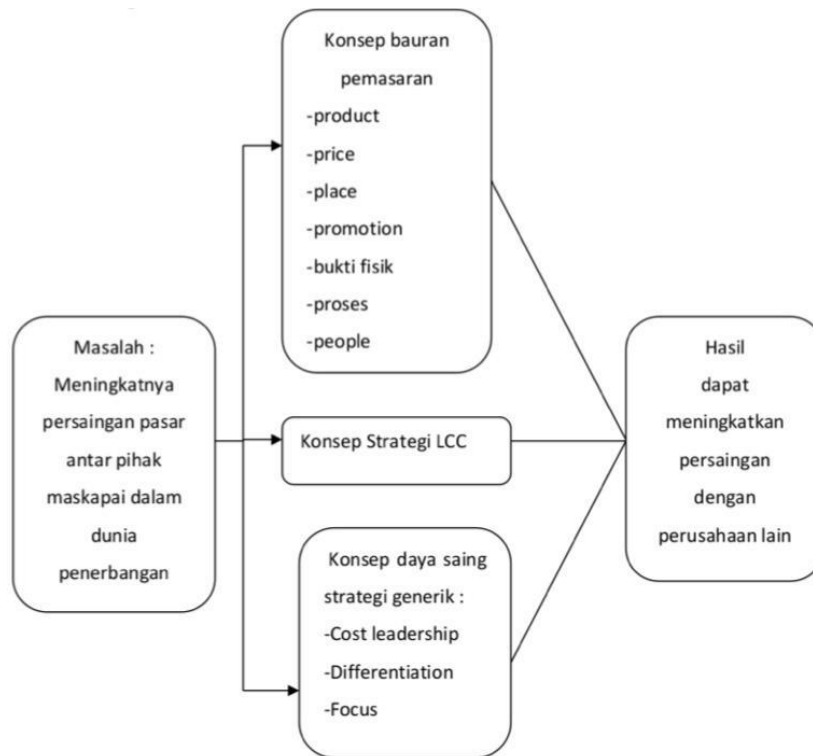
Konsep Low Cost Carriers

Menurut Rahman:16:2003 LCC disebut dengan bugded airline adalah perusahaan navigasi berjadwal (schedule carrier) dengan biaya jauh lebih rendah atau murah dibandingkan perusahaan pada umumnya. Pemakaian Low cost carrier bisa menggeser penurunan tarif pesawat sampai setengahnya. Hal ini ditimbulkan, Low cost carrier ini lebih mengemukakan volume penumpang ketimbang harga seperti diterapkan operator penerbangan kebanyakan. LCC adalah bentuk pembeda produk dari perusahaan navigasi. Pada kenyataannya, perusahaan navigasi yang menggunakan low cost carrier adalah perusahaan yang menggabungkan Direct Air Carrier dengan Indirect Air Carrier Cargo. Tidak ada bentuk yang khusus low cost carrier yang digunakan oleh perusahaan navigasi. Tetapi ada yang menjadi personalitas perusahaan navigasi yang menggunakan low cost carrier.

Daya Persaingan

Porter:2018 menyatakan : "Competiton is the core of succes or failure of firms". Persaingan merupakan inti dari kesuksesan atau kegagalan perusahaan. Terdapat dua sisi yang ditimbulkan oleh persaingan, yaitu sisi kesuksesan karena mendorong perusahaan untuk bisa lebih dinamis dan bersaing dalam menghasilkan produk serta memberikan layanan terbaik bagi pasarnya, sehingga persaingan dianggap sebagai peluang yang sangat memotivasi. Sedangkan sisi lainnya yaitu kegagalan karena akan memperlemah perusahaan- perusahaan yang bersifat statis, takut persaingan dan tidak mampu menghasilkan produk-produk yang berkualitas, sehingga persaingan merupakan ancaman bagi perusahaannya sendiri.

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir

METODOLOGI

Suatu masalah yang memiliki nilai ilmiah di dalam kajian antara lain upaya dapat diketahui bahwa dengan benar mengharapkan adanya ancaman dengan menggunakan suatu struktur tertentu. Struktur yang dimaksud ialah paparan tentang suatu cara bagaimana sesuatu hal tersebut dapat diperoleh, dijabarkan, serta didapatkan suatu hasil dari analisa tersebut.

Dalam penelitian ini digunakan suatu pendekatan yang disebut dengan pendekatan kualitatif. Creswell menyatakan penelitian kualitatif sebagai suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden dan melakukan studi pada situasi yang alami. Penelitian kualitatif ini adalah riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Proses serta makna (perspektif informan) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori ini dimanfaatkan sebagai arahan agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu, ada landasan teori juga yang bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar kajian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian tersebut. Terdapat perbedaan mendasar antara peran landasan teori dalam penelitian kualitatif dan kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif, penelitian berangkat dari teori menuju data, lalu berakhir pada penerimaan atau penolakan terhadap suatu teori yang digunakan. Adapun dalam penelitian kualitatif peneliti bertolak dari sebuah

data, memanfaatkan teori yang ada sebagai penjelasan, dan berakhir dengan suatu teori (Noor, 2011: 34).

Penelitian kualitatif dilakukan dalam kondisi bersahaja dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci. Oleh sebab itu, peneliti harus memiliki bekal teori serta wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi objek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian kualitatif digunakan jika masalahnya belum jelas, mengetahui bahwa makna yang terdapat, untuk memahami interaksi sosial, mengembangkan teori, memastikan kebenaran data dan meneliti sejarah perkembangan (Noor, 2011: 35).

HASIL PENELITIAN

Wawancara

Setiap tahunnya, semua maskapai penerbangan yang memiliki Low cost carrier, telah meningkatkan pemakaian jasanya. Kebutuhan perusahaan penerbangan Low cost carrier di tiap tahun juga mengalami peningkatan. Dengan bertumbuhnya Low cost carrier, tingkat pertumbuhan bisnis penerbangan dengan layanan full service juga ikut naik. Istilah penerbangan “low cost” atau sering disebut LCC masalah model penerbangan dengan strategi penurunan operating cost atau biaya murah. Dengan melakukan efisiensi cost di semua lini.

“...mmmmYa tentu sangat sangat berpengaruh sekali karna penerapan LCC itu kan kita yang buat kita memainkan LCC sehingga eee ada dampak yang ini karna kita mainnya di segmentasi itu gitu di LCC untuk Lion air”

“...OK dan juga eee selain tetap komitmen memberikan harga-harga terjangkau di masyarakat itu salah satu strateginya tetep dengan memperhatikan tarif batas bawah karna kan tarif itu di batasin sama pemerintah ada namanya tarif batas bawah nah untuk sekarang ini Lion banyak bekerja sama dengan pengelola Paskes fasilitas kesehatan dengan memberikan subsidi harga antigen yang murah dan PCR yang murah nah itu untuk strategi eee kita untuk sekarang ini gitu sih.”

Menurut hasil penelitian observasi menyatakan bahwa maskapai atau perusahaan Lion Air dari tanggal 1 September sampai 30 September 2021 diperoleh data bahwa dari kategori pengamatan yaitu strategi pihak maskapai dalam mengatasi persaingan pasar di nilai baik sekali dalam mengatasi persaingan misalkan persaingan dengan maskapai lain yaitu Citilink, keefektifan strategi pemasaran terhadap peningkatan persaingan perusahaan dinilai baik

yaitu baik dari marketing mix maupun strategi generik, pengawasan marketing mix terhadap LCC dinilai cukup baik terutama dalam pengawasan promosi.

Pengawasan menentukan LCC dari segi kualitas yang akan dijual dinilai cukup baik, lalu penerapan bauran pemasaran untuk meningkatkan daya saing dinilai baik, pengawasan penerapan kegiatan promosi untuk meningkatkan daya saing dinilai baik sekali, lalu pengawasan hasil dari strategi pemasaran dinilai baik karena Lion Air mampu mendapatkan hasil atau keuntungan yang maksimal, efektivitas promosi penjualan berjalan dengan lancar dinilai cukup baik, perusahaan menjaga hubungan baik dengan konsumennya dinilai baik, dari segi melayani penumpang dan membantu para penumpang, perusahaan punya keunggulan kompetitif di pangsa pasar dinilai cukup baik, penerapan dalam menentukan promosi penjualan dinilai cukup baik, alur pelayanan dari perusahaan ke konsumen dinilai cukup baik, pengawasan diferensiasi antar produk yang ditawarkan perusahaan dinilai cukup baik serta penerapan target strategi pemasaran perusahaan dinilai baik. Jadi kesimpulan dari observasi ini adalah bahwa penerapan Low cost carrier dan daya saing di nilai cukup baik atau cukup mempengaruhi dalam strategi perusahaan dan pengawasan terhadap pelayanan ataupun low cost carrier di PT. Lion Air cabang Banjarmasin dan juga dari penerapan bauran pemasaran serta penentuan promosi.

PEMBAHASAN

Dalam industri penerbangan untuk saat ini tingkat persaingan antar maskapai penerbangan transportasi udara menjadi meningkat juga semakin tinggi, akibatnya industri jasa penerbangan harus melakukan berbagai inovasi dan menciptakan strategi baru untuk bisa mempertahankan pangsa pasarnya. Terdapat beberapa maskapai penerbangan yang mampu untuk menawarkan berbagai layanan termasuk layanan dengan konsep Low cost carrier.

Peluang industri penerbangan Low cost carrier sbegitu maju dan sangat menjanjikan mengingat potensi pasar yang baik di masa kini maupun di masa mendatang, dengan menggunakan sebuah armada pesawat untuk saat ini yang 21 tahun masa pengoperasiannya, mengunggulkan kemajuan teknologi informasi untuk bisa mengurangi biaya-biaya yang tidak perlu disamping itu juga mengadakan penghematan biaya diberbagai bidang, serta adanya pegawai yang terampil atau ahli. Keuntungan semaksimal mungkin itu akan tercapai dan efisiensi perusahaan akan senantiasa meningkatkan terus-menerus sehingga asas kontinuitas perusahaan dapat dipertahankan.

Perusahaan pelayanan Lion air navigasi yang menggunakan konsep Low cost carrier dalam beberapa tahun terakhir ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat di dalam hal jumlah penumpang, frekuensi penerbangan, dan

rute penerbangan. Harga tiket yang disediakan pun mampu dijangkau oleh konsumen tingkat menengah kebawah menjadi salah satu alasan Low cost carrier digemari oleh masyarakat atau di kalangan kebawah.

Penerapan konsep Low cost carrier pada Perusahaan Lionair adalah salah satu strategis pemasaran yang digunakan untuk bisa mempertahankan pasar dan memperluas pangsa pasar. Meski begitu banyak pengurangan harga pada biaya operasional, akan tetapi Perusahaan Lion Air tetap memperhatikan dan tetap meningkatkan kualitas pelayanan, ketepatan waktu, kepercayaan pelanggan, fasilitas yang nyaman, serta kemudian bagi konsumen untuk bisa mendapatkan informasi yang terkait akan begitu berpengaruh pada proses menggunakan jasa yang bersangkutan.

Harga tiket yang murah itu menjadi daya tarik kuat bagi sebuah perusahaan untuk meraih pelanggan, mengingat harga tiket alat transportasi lain yang sering kali dianggap lebih mahal dengan waktu tempuh lebih lama. Kemudahannya ialah kecepatan serta harga yang terjangkau menjadi strategi perusahaan Low cost carrier dalam memenangkan pasar di dunia transportasi udara.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil dari penelitian maka penulis menyimpulkan bahwa konsep LCC sangat memberikan dampak yang positif terhadap perkembangan pangsa pasar moda transportasi udara. Mengingat jika dulu moda transportasi udara hanya dapat dinikmati oleh kalangan menengah keatas saja. Namun dengan kehadiran konsep LCC maka seluruh lapisan masyarakat dapat menikmati layanan moda transportasi udara khususnya maskapai Lion Air yang telah mengaplikasikan konsep LCC. Berdasarkan hasil dari penelitian maka penulis ingin memberikan saran kepada pemerintah Indonesia untuk lebih proaktif saat mendukung dan mengembangkan kesiapan maskapai Low cost carrier di Indonesia, terutama Maskapai Lion Air baik dari segi peraturan, pengawasan, serta harus bisa dalam menjamin iklim persaingan usaha yang sehat. Mengingat model bisnis Low cost carrier di Indonesia masih tergolong sangat baru, perkembangan maskapai Low cost carrier sebaiknya tetap diawasi lebih intensif. Lalu penulis sangat mengharapkan adanya peningkatan pengawasan dari lembaga yang memiliki tugas dan tanggung jawab. Dan juga untuk kampus STTKD maupun Taruna/Taruni, pengetahuan dan ilmu ini bisa menjadi bermanfaat dan bisa dikembangkan dikemudian hari.

PENELITIAN LANJUTAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dikemukakan beberapa implementasi serta saran pada penelitian selanjutnya diantaranya yakni berikut :

1. Hasil penelitian membuktikan bahwa penerapan konsep LCC memberikan dampak positif terhadap kemajuan maskapai penerbangan dengan harga yang lebih murah membuat seluruh lapisan masyarakat dapat menikmati moda transportasi udara khususnya Lion Air. Maka diharapkan konsep ini terus dikembangkan dengan mengevaluasi pelayanan dan tetap mengutamakan factor keselamatan
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat melakukan pengkajian lanjutan terhadap variabel selain penerapan LCC dan Daya Persaingan pada Maskapai Lion Air di Banjarmasin.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada penyusunan penelitian ini banyak pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan yang sangat mendukung dalam penyusunan penelitian ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada keluarga, rekan rekan serta orang-orang tersayang yang telah memberaikan dukungan serta bantuan dalam penyusunan penelitian ini. Penyusunan penelitian ini digunakan sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program studi D-IV Manajemen Transportasi Udara Sekolah Tinggi Teknologi kedirgantaraan. Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik serta saran bagi peneliti maupun peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Lubis, A. N. (2004). *strategi pemasaran dalam persaingan bisnis*. Sumatera Utara

Porter, Michael E. 2007. *Strategi Bersaing*. AlihBahasa; Sigit Suryanto.

Tangerang: KARISMA publishing Group

Roels Ni made sri puspa dewi, N. m. (2016). Karakteristik dan motivasi wisatawan domestik pengguna Low cost carrier pada maskapai penerbangan Lion Air di Bandara Ngurah Rai Bali.

Tjiptono, Fandy, Georgius Chandra dan Dedi Andriana, 2008. *Pemasaran*

Strategik. Yogyakarta : Penerbit ANDI

Moleong 2007:6. " pendekatan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif."