

Analisis segmentasi pasar penerbangan domestik untuk menciptakan nilai pelanggan

Sujud Swastoko, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=103066&lokasi=lokal>

Abstrak

Deregulasi di bidang penerbangan tahun 1999 menambah persaingan yang semakin berat dalam bisnis penerbangan di Indonesia. Jumlah penumpang pesawat terbang pada saat deregulasi digulirkan sebanyak 6,6 juta orang, pada tahun 2003 telah mencapai 16 juta orang, bahkan tahun 2004 diperkirakan bisa menembus angka 20 juta penumpang.

Sementara itu setelah kebijakan deregulasi penerbangan dilakukan, sudah 37 izin penerbangan dikeluarkan dan yang beroperasi 24 maskapai penerbangan. Dengan semakin banyaknya perusahaan penerbangan yang mengoperasikan pesawat, khususnya untuk angkutan udara niaga berjadwal di dalam negeri, menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Agar perusahaan penerbangan nasional dapat bertahan, bahkan bisa melakukan ekspansi usaha dengan baik, mereka harus membuat strategi pemasaran dengan menetapkan segmen pasar yang menjadi target. Oleh karena itu, untuk menjawab kebutuhan tersebut dilakukan penelitian dengan mengambil 131 responden terpilih untuk dianalisis.

Dari hasil segmentasi dengan menggunakan analisis kluster terhadap variabel-variabel psikografi, terbentuk dua segmen pasar penerbangan yaitu "Peduli Harga" dan "Peduli Merck". Hasil analisis diskriminan menunjukkan bahwa variabel demografi pendidikan yang membedakan konsumen dalam memilih segmen tersebut. Sedangkan segmentasi terhadap variabel-variabel perilaku dengan menggunakan analisis kluster terbentuk dua segmen pasar, yaitu "Pelayanan Bagus" dan "Harga Tiket Murah". Dari hasil analisis diskriminan, faktor demografi tidak mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih jenis pesawat terbang. Penciptaan nilai pelanggan untuk setiap segmen dilakukan dengan mengacu pada variabel-variabel psikografis perilaku yang membentuk segmen tersebut dan variabel-variabel demografinya.

<hr>

Deregulation over aviation section in 1999 has tightened the competition in commercial aviation business in Indonesia. The amount of flight passengers has also increased from only 6.6 millions in 1999 - when the deregulation package was launched - to 16 millions in 2003, and it is predicted to reach 20 millions of passengers in 2004.

Meanwhile, after the implementation of the deregulation package, there have been 37 airline licenses given and 24 airlines start their operation. With the increasing number of commercial aviation company, especially the domestic scheduled-commercial air transportation, the competition is becoming more and more tight. For that reason, in order to be able to survive and even able to expand the business well, national aviation companies have to set certain marketing strategies by defining the targeted market. To answer the needs, a research has been conducted by taking 131 selected respondents to be analyzed.

The result of segmentation using cluster analysis toward psychographics variables has resulted two market segments of flight passenger; those are "Price-Concerned" and "Brand-Concerned". The discriminant analysis showed that the demographic variable "Educational Background" influences consumers in choosing the segments. On the other hand, segmentation toward behavioral variables by using cluster analysis has created two market segments; those are "Good Service?" and "Low-Priced Tickets". The discriminant analysis over these segments showed that the demographic factors did not influence the consumer behavior in choosing the plane types. Creating customer value for every segment is conducted regarding to the psychographics, behavioral, and demographic variables that created the segments.