

Penerapan marketing mix pada PT. Merpati Nusantara Airline

Komala Anwar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20303565&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penerapan Marketing Airline ditujukan baik Mix pada PT Merpati Nusantara untuk meningkatkan load factor Merpati maupun untuk meningkatkan market share Merpati. Hal ini penting mengingat ketatnya persaingan antar sesama perusahaan penerbangan yang ada. Dipilihnya PT Merpati Nusantara Airline sebagai objek penelitian karena perusahaan ini merupakan perusahaan penerbangan yang paling luas wilayah operasinya, yaitu meliputi seluruh Indonesia dengan memberikan penerbangan komersial dan perintis. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan turunnya load factor, usaha-usaha yang dilakukan perusahaan, gambaran penerapan marketing mix dalam upaya mengadaptasi persaingan yang terjadi dan memberikan alternatif pemecahan pada perusahaan sehingga diharapkan perusahaan ini dapat mengatasi masalah yang dihadapi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan marketing mix pada PT Merpati Nusantara Airline ditujukan untuk meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat dan untuk menghadapi perusahaan penerbangan lainnya dengan mengkombinasikan variabel marketing mix yaitu memperbaiki struktur rute dengan mengurangi rute-rute tidak potensial, memperbaiki pelayanan dengan meningkatkan pengawasan produksi, memperbaiki distribusi melalui pendidikan dan pelatihan tenaga-tenaga non teknis pada agen penjualan serta memperbaiki promosi dengan melakukan kegiatan periklanan yang lebih intensif. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa usaha perbaikan marketing mix akan mempengaruhi peningkatan load factor penumpang yang diikuti pula dengan meningkatnya jumlah penumpang yang diangkut.