

Efektifitas pemilihan strategi promosi budget airlines di Indonesia : studi kasus Air Asia dan Lion Air

Taufik Zainurramadhani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=96633&lokasi=lokal>

Abstrak

Belakangan ini sektor penerbangan terutama di Indonesia mengalami turbulensi yang cukup besar. Dari mulai banyak perusahaan besar bertumbangan sampai dengan banyaknya pelanggaran regulasi yang dilakukan oleh maskapaimaskapai nakal. Terlepas dari itu semua ada satu hal yang perlu diberi sambutan hangat yaitu hadirnya beberapa maskapai baru yang menawarkan harga tiket yang sangat murah untuk jasa transportasi yang mereka sediakan. Para maskapai ini kemudian dikenal dengan istilah budget airlines.

Dilihat dari bisnis model yang mereka usung sudah seharusnya mereka mengawasi dan menutup berbagai macam pos-pos pemborosan yang biasa terjadi disebuah airlines demi untuk memberikan fasilitas mewah kepada para penumpangnya. Dampak hal ini dapat dilihat dari tidak adanya makanan selama perjalanan bahkan untuk beberapa maskapai mereka tidak lagi menggunakan tiket. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah biaya advertising khususnya sales promo.

Sampai saat ini ada dua tipe sales promo yang sering digunakan oleh budget airlines, sweepstakes dan discounting. Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan bahwa benar keputusan perusahaan untuk menggunakan sales promo sebagai sarana komunikasi tidak sia-sia, dan mencari bentuk sales promo mana dari kedua tipe yang populer yang paling efektif untuk budget airlines.

Tipe diskon memang memiliki kelebihan karena sesuai dengan konsep budget airlines yaitu memberikan harga yang serendah-rendahnya kepada konsumen. Akan tetapi tipe ini sudah sering diberikan oleh reguler airlines selama ini. Dilain pihak tipe sweepstakes menawarkan suatu bentuk baru dari sebuah sales promo di maskapai penerbangan. Dengan menawarkan hadiah yang besar tentunya dapat merangsang konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkannya.

Dalam melakukan penelitian digunakan dua maskapai yang merepresentasikan kedua bentuk sales promo yaitu Indonesia Air Asia dan Lion Air.

In the past few years aviation sector especially in Indonesia has experience a huge turbulence. It was started from the fall down of many company to a number of violation that have been done by rebellious airlines. Regardless the negative side of aviation evolution, the presence of new airlines which offer low price tickets should be welcomed. This kind of airlines is known as budget airlines.

From the business model point of view, they should supervise and reduce many Luxurious facility for their passengers. The effect of this kind of policy is a flight without frills such as food and beverages or even a flight without seat numbers. For some airlines they use electronic registration to reduce the using of flight tickets. Other thing budget airlines should notice is an advertising budget especially sales promo.

There are two popular types of sales promo that often used by budget airlines; sweepstakes and discounting. This research is conducted to prove that sales promo are the best decision to be taken and to find which sales promo is the most effective to be executed by budget airlines.

The discount type is in line with the budget airlines' concept which is to provide the lowest price for the customers. But this type is already done by regular airlines. On the other side, sweepstakes give a new kind of value of sales promo in the airlines company. By giving the customers a chance to win a Lot of prizes, sweepstakes can stimulate customers to use the budget airlines services.

This research is using two budget airlines companies which will be representing two kinds of sales promo. The airlines are Indonesian Air Asia and Lion Air.</i>