

MENGUNAKAN STRATEGY BIAYA RENDAH: SEBUAH KAJIAN LITERATURE

Husnaina Mailisa Safitri

(Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh)

***Abstract** – Airlines industry currently requires companies that can compete globally. And the demands of competition in airlines industry make some companies using "Low Cost" strategy. Low cost or usually called LCC (low cost carrier). LCC is also referred to as Budget Airlines or no frills flight or also called Discounter Carrier. LCC is unique flight model with using strategy reduction cost.*

Keywords: Low Cost Strategy, LCC, Airlines Industry.

Abstrak - Industri penerbangan saat ini menuntut perusahaan agar dapat bersaing secara global. Dan tuntutan akan persaingan di dalam industri penerbangan membuat beberapa perusahaan menerapkan strategi "Low Cost". Istilah Penerbangan "low cost" atau sering disebut LCC (*low cost carrier*). LCC sering juga disebut sebagai *Budget Airlines* atau *no frills flight* atau juga *Discounter Carrier*. LCC merupakan model penerbangan yang unik dengan strategi penurunan *operating cost*.

Kata kunci: Strategi biaya rendah, LCC, Industri Penerbangan.

<p>Pendahuluan</p> <p>Dengan semakin berkembangnya ilmu pengetahuan, perusahaan juga menghadapi persaingan global yang semakin kuat. Maka, pengelolaan kegiatan bisnis harus dapat dilakukan secara profesional. Dalam suatu industri, jarang didapati suatu perusahaan yang tidak mempunyai pesaing. Oleh sebab itu, suatu perusahaan agar dapat bersaing di dalam industri harus dapat menerapkan strategi bisnis yang sesuai. Strategi tersebut akan dikatakan berhasil apabila perusahaan memiliki</p>	<p>banyak pelanggan yang memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan.</p> <p>Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, maka perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi, demikian juga dengan industri penerbangan yang merupakan alat transportasi udara yang menjadi pilihan banyak orang. Namun, masalah harga biasanya sering menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih menggunakan alat transportasi udara. Berdasarkan hal tersebut, maka pembisnis khususnya perusahaan</p>
---	---

penerbangan menerapkan strategi bisnis “*Low Cost*” dalam menjalankan kegiatannya (Chiu, at. al, 2016).

Istilah Penerbangan “*low cost*” atau sering disebut LCC (*low cost carrier*). LCC sering juga disebut sebagai *Budget Airlines* atau *no frills flight* atau juga *Discounter Carrier*. LCC merupakan model penerbangan yang unik dengan strategi penurunan *operating cost*. Dengan melakukan efisiensi cost di semua lini, maskapai melakukan hal-hal diluar kebiasaan maskapai pada umumnya. Biasanya LCC melakukan eliminasi layanan maskapai tradisional yaitu dengan pengurangan catering, minimize reservasi dengan bantuan teknologi informasi sehingga layanan menjadi mudah dan cepat. Pelayanan yang minimize ini berakibat dalam hal penurunan *cost*, namun factor *safety* tetap dijaga untuk menjamin keselamatan penumpang sampai ke tujuan. LCC adalah redefinisi bisnis

penerbangan yang menyediakan harga tiket yang terjangkau serta layanan terbang yang minimalis. Intinya produk yang ditawarkan senantiasa berprinsip *low cost* untuk menekan dan mereduksi operasional cost sehingga bisa menjangkau segmen pasar bawah yang lebih luas (Forgas, at. al, 2010 dalam Rajaguru, 2016).

Sejarah LCC (*Low Cost Carrier*)

Sejarah LCC ini dirintis oleh Maskapai Southwest yang didirikan Rollin King, Lamar Muse dan Herber Kelleher pada 1967. Fenomena Southwest menjadi fenomena kajian bisnis penerbangan yang sangat menarik dibahas di universitas Harvard dan diberbagai sekolah bisnis diseluruh belahan dunia. Efisiensi yang dilakukan mencakup mulai dari harga (murah), teknologi, struktur biaya, rute hingga berbagai peralatan operasional yang digunakan.

Keberhasilan Southwest kemudian banyak ditiru oleh maskapai

lainnya seperti Vanguard, America West, Kiwi Air, Ryanair yang berdiri tahun 1990, Easyjet yang berdiri tahun 1995, Shuttle (anak Perusahaan United Airlines), MetroJet (anak perusahaan USAir), Germanwings, dan Delta Express (anak perusahaan Delta), Continental Lite (anak perusahaan Continental Airlines) (wikipedia.org, 5 juni 2016; Akamawi, et. al, 2015).

Langkah LCC kemudian juga ditiru di Asia dengan munculnya Air Asia di tahun 2000 yang merupakan perusahaan Malaysia yang didirikan oleh Tony Fernandes, lalu di Australia kita mengenal adanya Virgin Blue, Indigo yang berasal dari India, JetStart Asia yang berasal dari Singapore. Sedangkan di Indonesia beberapa pesawat LCC yaitu Lion Air dan Wings Air (wikipedia.org, 5 juni 2016).

Diskusi dan Pembahasan

Perusahaan LCC ini menargetkan Travellers dan juga bisnis

travellers yang berasal dari perusahaan kecil menengah (SME's) yang ingin melakukan perjalanan bisnis sebagai penggunaannya. Perusahaan LCC mengurangi prosedur pelayanan tradisional yang biasanya dilakukan oleh perusahaan penerbangan pada umumnya. Perusahaan percaya bahwa harga yang rendah lebih diutamakan daripada service yang diberikan (Forgas, et. al, 2010 dan Mason, 2001 dalam Rajaguru, 2016). Namun, keamanan dan ketepatan waktu juga merupakan faktor penting yang masih di liat oleh pengguna jasa LCC (Brueckner, 2004 dalam Lin, 2011; Finney, 2006 dalam Berman, 2015). Misalnya saja Air Asia yang menerapkan strategi *Low Cost* namun tetap memberikan yang terbaik kepada penggunaannya.

Sejak tahun 2001, Air Asia telah berkembang secara drastis. AirAsia dilengkapi dengan 72 armada

pesawat terbang, terbang ke lebih dari 61 tujuan domestik dan internasional dengan 108 rute dan beroperasi lebih dari 400 penerbangan setiap hari yang terletak di Malaysia, Indonesia dan Thailand. AirAsia telah menerbangkan lebih dari 55 juta tamu di seluruh wilayah dan terus melebarkan sayapnya untuk membuat jaringan rute yang lebih luas melalui asosiasinya perusahaan, Thai AirAsia dan Indonesia AirAsia (Yvonne, 2008 dalam Sengpoh, 2015).

Selama enam tahun pertama, AirAsia tidak hanya berkembang secara dramatis di industri penerbangan tetapi juga memiliki pencatatan kinerja keuangan yang unggul. Selama periode lima tahun, pendapatan meningkat lebih dari 300%. Jumlah penumpang memiliki meningkat hampir 90% dibandingkan tahun 2003 dan 2007 dan laba juga meningkat signifikan sebesar 98% dari RM3.5 Mil ke RM 278 Mil dibandingkan tahun 2003 dan 2007.

Secara keseluruhan, Air Asia telah berhasil mencapai tren kenaikan kinerja keuangan. Dan hingga saat ini Air Asia adalah perusahaan penerbangan terbaik yang menggunakan strategi *Low Cost* dalam bisnisnya (Sengpoh, 2015).

Kesimpulan

Maka dapat penulis simpulkan bahwa, strategi *Low Cost* atau biasa disebut dengan LCC (*Low Cost Carrier*) yang di gunakan Air Asia sudah sangat baik dan dapat di katakan bahwa Air Asia merupakan *Leading* di dalam industri penerbangan LCC. Biaya tiket perjalanan Air Asia tidak hanya murah, namun juga menawarkan beberapa tujuan destinasi terbaik di seluruh Asia. Akses informasi mengenai harga dan cara pembelian tiket Air Asia juga mudah untuk dipahami. Tidak hanya itu, Air Asia tetap mementingkan keamanan dan ketepatan waktu di dalam setiap perjalanannya. Jarang sekali ada penerbangan Air Asia yang *delay* dan menyebabkan pelanggan

merasa kurang puas akan pelayanan Air Asia. Namun, dalam tulisan saya ini terdapat beberapa keterbatasan. Saya tidak memberikan perbandingan antara Air Asia dengan Perusahaan lain yang juga menggunakan strategi *Low Cost* dalam bisnisnya. Referensi Artikel yang saya gunakan juga sangat terbatas.

Referensi

- Akamavi, K., Mohamed, E., Pellmann, K., & Xu, Y. (2015). Key determinants of passenger loyalty in the low-cost airline business, 46, 528–545. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.07.010>
- Berman, B., Zarb, F. G., & Hall, W. (2015). How to compete effectively against low-cost competitors. *Business Horizons*, 58(1), 87–97. <http://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.09.002>
- Chiu, S., Liu, C., & Tu, J. (2016). Journal of Air Transport Management The influence of tourists' expectations on purchase intention : Linking marketing strategy for low-cost airlines. *Journal of Air Transport Management*, 53, 226–234. <http://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2016.03.010>
- Lin, M. H. (2012). Airlines-within-airlines strategies and existence of low-cost carriers. *Journal of Air Transport Management*, 48(May 2006), 637–651. <http://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2011.11.004>
- Rajaguru, R. (2016). Journal of Air Transport Management Role of value for money and service quality on behavioural intention : A study of full service and low cost airlines. *Journal of Air Transport Management*, 53, 114–122. <http://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2016.02.008>
- Sengpoh, L. (2015). The Competitive Pricing Behaviour of Low Cost Airlines in the Perspective of Sun Tzu Art of War, 172, 741–748. <http://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.427>
- Wikipedia Indonesia. Maskapai Penerbangan Bertarif Rendah. Di unduh pada 12 Juni 2016. <file:///D:/jurnal/low%20cost%20strategy/Maskapai%20penerbangan%20bertarif%20rendah%20%20Wikipedia%20bahasa%20Indonesia,%20ensiklopedia%20bebas.html>