



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN-PT NO:468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Strategi *Low Cost Carrier* PT. Indonesia AirAsia**

Skripsi

Oleh

Francisca Felicia Febriani

2014320063

Bandung

2018

No. Kode	: AB FEB 4/18
Tanggal	: 16 Mei 2018
No. Ind.	: 8154 - FISIR / SKR 35887
Divisi	:
Hadiah / Bell	:
Dari	: FISIR



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN-PT NO:468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Strategi *Low Cost Carrier* PT. Indonesia AirAsia**

Skripsi

Oleh

Francisca Felicia Febriani

2014320063

Pembimbing:

Sanerya Hendrawan, Drs., MA., Ph.D.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Francisca Felicia Febriani  
Nomor Pokok : 2014320063  
Judul : Analisis Strategi *Low Cost Carrier* PT. Indonesia AirAsia

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Kamis, 04 Januari 2018  
Dan dinyatakan LULUS

**Tim Penguji**  
**Ketua sidang merangkap anggota**  
Gandhi Pawitan, Ph.D

:   
\_\_\_\_\_

**Sekretaris**  
Sanerya Hendrawan, Drs., MA., Ph.D.

:   
\_\_\_\_\_

**Anggota**  
Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

:   
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



## Surat Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Francisca Felicia Febriani  
NPM : 2014320063  
Jurusan/ Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Analisis Strategi *Low Cost Carrier* PT. Indonesia  
AirAsia

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 21 Desember 2017



Francisca Felicia Febriani



## ABSTRAK

Nama : Francisca Felicia Febriani  
NPM : 2014320063  
Judul : Analisis Strategi *Low Cost Carrier* PT. Indonesia AirAsia

---

Murahnya harga tiket Pesawat Udara saat ini hampir menyamai harga tiket Kereta Api, fenomena tersebut sangatlah menarik. Semenjak berdirinya perusahaan penerbangan dengan strategi *Low Cost Carrier* yang dapat menjual harga tiket lebih murah, kebanyakan masyarakat beralih transportasi.

Ide awal *Low Cost Carrier* didapatkan dari perusahaan penerbangan *Southwest Airlines*. *Low Cost Carrier* ini adalah salah satu strategi untuk mengefisienkan biaya dan mengefektifkan seluruh kegiatan operasi sehingga harga tiket pesawat bisa murah. Lalu ide ini dituangkan tahun 2000 pada perusahaan AirAsia yang berasal dari Malaysia. AirAsia pun mampu bersaing dengan strategi *Low Cost Carrier* ini dan mampu menjadi pilihan bagi konsumen yang ingin berlibur dengan harga murah.

Fokus penelitian ini adalah; *Pertama*, apa yang melatarbelakangi AirAsia dalam memilih strategi kebijakan bisnis *Low Cost Carrier* pada pasar penerbangan di Asia khususnya di Indonesia? *Kedua*, bagaimana strategi AirAsia untuk dapat menjual tiket pesawat dengan harga murah dibandingkan dengan maskapai lain? *Ketiga*, bagaimana pencapaian efektivitas dari strategi yang diusung oleh AirAsia? *Keempat*, bagaimana cara AirAsia dapat mempertahankan posisi sebagai market leader melalui strategi *Low Cost Carrier*, yang pada saat ini juga sudah dilakukan oleh banyak maskapai penerbangan lain?

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah studi kasus dengan jenis penelitian deskriptif analitis. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan studi dokumen untuk mendapatkan sekunder data mengenai, teori-teori, data-data terkini seputar masalah yang diteliti dan data dari perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis Industri, analisis kompetitif 5 kekuatan (*five forces by Porter*), strategi keunggulan bersaing, value chain, *business model canvas*, *Balance ScoreCard*, analisa PESTEL, analisa SWOT, analisa matriks IFAS-EFAS.

Berdasarkan dari hasil pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti, industri penerbangan di Indonesia mengalami persaingan yang cukup ketat, posisi perusahaan juga berada pada kuadran I, II dan IV yaitu pada posisi bertumbuh dan berkembang dengan strategi yang cocok adalah strategi integrasi dan strategi intensif. Pada evaluasi efektifitas kinerja perusahaan pada *Balance Scorecard* terhadap 4 perspektif menghasilkan kinerja perusahaan sangatlah baik dan menunjang untuk terus maju dan berkompetisi di dalam industri penerbangan di masa yang akan datang.



## ABSTRACT

Nama : Francisca Felicia Febriani  
NPM : 2014320063  
Judul : Analisis Strategi *Low Cost Carrier* PT. Indonesia AirAsia

---

*The phenomenon on how drastically low airline fares compare to train tickets fares are very interesting. With the strategy of Low Cost Carrier carried by airline companies that cause the low fares of airline tickets, it attracts many people to go with airplane.*

*The idea of Low Cost Carrier itself started by the Southwest Airlines. Low Cost Carrier is one of the strategy to lower down the cost of the ticket by running the company effectively and efficient. By the year 2000, Air Asia the airline from Malaysia applied the strategy of Low Cost Carrier and is able to compete by providing the options for people to have a low price tickets to go on vacations.*

*The focus of this research is divided into several parts; First, What's Air Asia background in using the strategy of Low Cost Carrier in the airline market in Asia especially in Indonesia? Second, What's the strategy Air Asia used to actually provide people with an affordable airline tickets compare to other airline company? Third, how effective the strategy is once it's applied by Air Asia airline based on its achievements? Fourth, How does Air Asia keeping its company as the market leader by applying the strategy of Low Cost Carrier while other airline companies also does the similar strategy?*

*The research method used by the researcher is case study with descriptive analytics research type. The researcher gathered the data from observation and document study to get secondary data about theories, recent data and data from company. Industry analysis, five forces analysis by Porter, competitive advantage analysis by Porter, value chain analysis, business model canvas, Balance Scorecard analysis, PESTEL analysis, SWOT analysis and IFAS-EFAS Matrix are the analytical methods has been used by the researcher.*

*After doing the analysis, the researcher concludes that the company's position is on quadrant I,II and IV which is the position of grow and build so the right strategy for AirAsia are intensive strategy and integrative strategy. In evaluating the effectiveness of the company's performance on Balance Scorecard on 4 perspectives resulted in the company's performance is very good and support to continue to advance and compete in aviation industry in the future.*



## **Kata Pengantar**

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan banyak kasih dan sayang-Nya kepada kita, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. Skripsi ini berjudul “Analisa Bisnis PT. Indonesia AirAsia”.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah guna untuk memenuhi salah satu syarat untuk bisa menempuh gelar sarjana untuk Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Khatolik Parahyangan.

Didalam pengerjaan skripsi ini peneliti telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh sebab itu, disini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Sanerya Hendrawan, Drs., MA., Ph.D, selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dalam penyusunan Skripsi ini hingga selesai.
2. Dosen-dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis dan Dosen-dosen Mata Kuliah Umum, Universitas Khatolik Parahyangan yang telah banyak memberikan ilmu pendidikan, pengalaman berbisnis dan lain-lain selama 7 semester ini.
3. Kedua orang tua. Ayah Paulus Mangun Mulyadi dan Ibu Maria Theresia Lucyanawati Suhertan yang telah membesarkan, membimbing dan mendoakan peneliti hingga saat ini. Terutama untuk Ibu yang selalu menjadi kekuatan, panutan bagi peneliti serta segala nasehat, cinta,

perhatian, kesabaran dan kasih sayang serta doa yang tentu takkan pernah dapat dibalas sampai kapanpun.

4. Kedua kakak kandung peneliti, Christian Cahyady dan Anastasia Sheila Febrina, yang telah memberikan perhatian, kasih sayang, motivasi dan untuk seluruh doa.
5. Intan Bereani Wiguna, selaku sahabat yang banyak meluangkan waktu untuk menemani, tak sungkan memberikan kritik dan saran selama 10 tahun ini.
6. Eklesia Fransiska, selaku sahabat yang selalu ada menemani peneliti selama 6 tahun ini, berikut dengan segala nasehat dan kritik yang bisa membangun semangat peneliti.
7. Eugenie Febby, selaku sahabat yang selalu membantu dan menemani dari semester 1 hingga semester 7 ini, juga membantu untuk penulisan skripsi ini baik saat tukar pikiran dan hal-hal prosedural terkait tentang skripsi ini.
8. Adelia Winata, selaku sahabat yang selalu membantu dan menemani dari semester 1 hingga semester 7 ini, juga membantu untuk penulisan skripsi ini baik saat tukar pikiran dan hal-hal prosedural terkait tentang skripsi ini. Selain itu banyak membantu mengarahkan untuk kehidupan baru yang akan datang.
9. Agnes Kusmana, selaku sahabat yang menemani dari kelas 11 hingga saat ini dan membantu berbagi pemikiran dalam skripsi ini.



10. Thessa Lavaera, selaku sahabat yang selalu membantu dan menemani dari semester 1 hingga semester 7 ini, juga membantu untuk penulisan skripsi ini baik saat tukar pikiran dan hal-hal prosedural terkait tentang skripsi ini.
11. Ida Ayu, selaku teman dekat yang selalu membantu dan menemani dari semester 1 hingga semester 7 ini, juga membantu untuk berbagi pemikiran dalam skripsi ini.
12. David Andirana, Natasha, Hannah Vicotria, Imam Ferdiansyah, Mutia Ellena, Leonora Agatha, Rilda Silalahi, Anastasia Fredicia, Lola Sihombing, Natalia Nadia, Marina, Ajeng Amanda, Bonita, Nurfitriana, Diana Cintia, Silvia Lolyta selaku teman-teman dekat yang menemani selama 7 semester ini dalam hal belajar bersama, tugas berkelompok dan selalu mengisi hari-hari peneliti selama di FISIP UNPAR.
13. Aldi, Samgar Firtandi dan Hendro, Ray Sutanie, selaku teman-teman dekat yang selalu menemani saya dari semester 1 hingga saat ini dan selalu menghibur saya dikala sedang jenuh. Terutama untuk Umi yang selalu memberikan banyak semangat untuk saya.
14. Untuk seluruh mahasiswa dan mahasiswi FISIP UNPAR terutama untuk jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang tidak dapat diucapkan satu-persatu.

Bandung, 2017

Penulis,



## Daftar Isi

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>iii</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>ix</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB 1 Pendahuluan</b> .....	<b>2</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>2</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>5</b>
<b>1.4 Kegunaan penelitian</b> .....	<b>5</b>
<b>1.5 Sistematika Penelitian</b> .....	<b>5</b>
<b>BAB 2 Kerangka Teori</b> .....	<b>7</b>
<b>2.1 Latar Belakang Model <i>Low Cost Carrier</i> AirAsia</b> .....	<b>7</b>
2.1.1 Pengantar Industri .....	7
2.1.2 Analisa Kompetitif 5 Kekuatan Porter .....	9
<b>2.2 Strategi Penetrasi AirAsia dengan Menjual Tiket Pesawat Murah</b> 13	
2.2.1 Strategi Keunggulan Bersaing (Porter) .....	13
2.2.2 <i>Value Chain</i> .....	16
2.2.3 Model Bisnis .....	21
<b>2.3 Efektivitas Strategi AirAsia</b> .....	<b>28</b>
2.3.1 Evaluasi Strategi .....	28
<b>2.4 Strategi Defensif dalam Mempertahankan Kondisi Pasar</b> .....	<b>32</b>
2.4.1 <i>PESTEL Analysis</i> .....	32
2.4.2 <i>SWOT Analysis</i> .....	33
2.4.3 Internal-Eksternal Matriks .....	36

2.4.4	Langkah Strategis untuk Menghadapi Peluang Pertumbuhan Industri .....	38
<b>BAB 3</b>	<b>Metode Penelitian.....</b>	<b>41</b>
3.1	Tipe penelitian.....	41
3.2	Peran peneliti.....	41
3.3	Lokasi Penelitian.....	42
3.4	Sumber dan jenis data.....	42
3.5	Prosedur Pengumpulan Data.....	42
3.6	Teknik Analisis Data .....	43
3.6.1	Analisis Value Chain .....	43
3.6.2	Model Bisnis .....	46
3.6.3	Balanced Scorecard .....	53
3.6.4	Analisis PESTEL.....	54
3.6.5	Analisis Five Forces Model – Porters.....	54
3.6.6	Analisis Industri: Matriks Evaluasi Faktor Eksternal dan Internal.....	55
3.6.7	Matriks Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman (SWOT) .....	62
3.7	Pengecekan Keabsahan Temuan.....	63
<b>BAB 4</b>	<b>Objek Penelitian.....</b>	<b>64</b>
4.1	Sejarah Perusahaan AirAsia .....	64
4.2	Sejarah Perusahaan AirAsia Indonesia .....	65
4.3	Visi, Misi dan Nilai-nilai AirAsia .....	66
4.4	Cara AirAsia merealisasikan Visi dan Misi .....	71
4.5	Penghargaan yang Telah Diraih AirAsia .....	73
4.6	Struktur Organisasi AirAsia.....	74
4.7	Struktur Korporasi AirAsia.....	76
<b>BAB 5</b>	<b>Analisa dan Pembahasan .....</b>	<b>78</b>
5.1	Latar Belakang Model <i>Low Cost Carrier</i> AirAsia.....	78
5.1.1	Analisa Industri.....	78
5.1.2	Analisa Lima Kekuatan ( <i>5 Forces</i> ).....	83

<b>5.2</b>	<b>Strategi Penetrasi AirAsia dengan Menjual Tiket Pesawat Murah</b>	<b>95</b>
5.2.1	Strategi Keunggulan Bersaing .....	95
5.2.2	<i>Value Chain</i> .....	100
5.2.3	Model Bisnis .....	111
<b>5.3</b>	<b>Efektivitas Strategi AirAsia</b> .....	<b>123</b>
<b>5.4</b>	<b>Strategi Defensif dalam Mempertahankan Kondisi Pasar</b> .....	<b>128</b>
5.4.1	Analisa PESTEL .....	129
5.4.2	Analisa SWOT .....	136
5.4.3	Internal-Eksternal Matriks .....	156
5.4.4	Langkah Strategis untuk Menghadapi Peluang Industri .....	160
<b>BAB 6</b>	<b>Kesimpulan dan Saran</b> .....	<b>166</b>
<b>6.1</b>	<b>Kesimpulan</b> .....	<b>166</b>
<b>6.2</b>	<b>Saran</b> .....	<b>168</b>
6.2.1	Saran implikasi manajerial .....	168
6.2.2	Saran untuk penelitian selanjutnya .....	170
	<b>Daftar Pustaka</b> .....	<b>171</b>
	<b>Lampiran</b> .....	<b>178</b>

## Daftar Tabel

Tabel 2-1 Channels Business Model Canvas.....	24
Tabel 2-2 SWOT Analysis.....	36
Tabel 3-1 Channels Business Model Canvas.....	49
Tabel 3-1 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal .....	57
Tabel 3-2 Matriks Evaluasi Faktor Internal .....	59
Tabel 3-3 SWOT Analysis.....	63
Tabel 5-1 Pariwisata Bali Indonesia .....	81
Tabel 5-2 Low Cost Carrier Busniess Model .....	112
Tabel 5-3 Business Model Canvas AirAsia .....	115
Tabel 5-4 Financial Performance AirAsia .....	123
Tabel 5-5 Income Statement AirAsia .....	137
Tabel 5-6 Income Statement AirAsia .....	140
Tabel 5-7 SWOT Analysis AirAsia .....	151
Tabel 5-8 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal .....	156
Tabel 5-9 Matriks Evaluasi Faktor Internal .....	158

## Daftar Gambar

Gambar 2-1 Model Lima Kekuatan (Five Forces Model) .....	12
Gambar 2-2 Competitive Advantage .....	14
Gambar 2-3 Value Chain Analysis .....	17
Gambar 2-4 The Business Model Canvas.....	21
Gambar 2-5 Efisiensi dan Nilai Busniess Model Canvas .....	28
Gambar 2-6 Internal-Eksternal Matriks .....	37
Gambar 3-1 Internal-External (IE) Matrix.....	61
Gambar 4-1 AirAsia Indonesia Shareholders .....	66
Gambar 4-2 “The Ties that Bind” .....	69
Gambar 4-3 Struktur Organisasi AirAsia .....	74
Gambar 4-4 Struktur Korporasi AirAsia.....	77
Gambar 5-1 Jumlah Penumpang Maskapai Penerbangan Tahun 2016 .....	82
Gambar 5-2 Gambar pertumbuhan penumpang maskapai penerbangan di Indonesia Tahun 2016.....	91
Gambar 5-3 Five Forces Model pada AirAsia.....	93
Gambar 5-4 Low Cost Carrier Business Model.....	112
Gambar 5-5 Revenue AirAsia 2016.....	136
Gambar 5-6 Revenue Decrease AirAsia Indonesia .....	138
Gambar 5-7 Operating Profit AirAsia.....	139
Gambar 5-8 Internal-External (IE) Matriks AirAsia .....	160

## Lampiran

Lampiran 1 Logo AirAsia .....	177
Lampiran 2 Logo AirAsia Indonesia.....	177
Lampiran 3 Aktivitas AirAsia untuk penjualan <i>online ticketing</i> .....	178



## BAB 1

### Pendahuluan

#### 1.1 Latar Belakang

Murahnya harga tiket Pesawat Udara saat ini hampir menyamai harga tiket Kereta Api jarak dekat, kondisi tersebut sangat menarik. Menggunakan Pesawat Udara telah menjadi *trend* dan pilihan masyarakat Indonesia. Hal ini merupakan fenomena yang berdampak pada peningkatan permintaan masyarakat Indonesia untuk tiket pesawat khususnya hari-hari besar. Karena fenomena ini, perang harga tiket murah banyak menjadi strategi jitu bagi industri maskapai penerbangan dalam memenangkan pasar transportasi ini.

Inovasi untuk memenangkan perang harga tiket pertama kali dicetuskan oleh *Southwest Airlines* yang dirintis oleh Rollin King, Lamar Muse dan Herber Kelleher pada tahun 1967. Strategi yang dilakukan oleh *Southwest Airlines* adalah *Low Cost Carrier*. Strategi yang dilakukan adalah melakukan efisiensi pada harga, teknologi, struktur biaya, rute hingga berbagai peralatan operasional yang digunakan, sehingga harga tiket pesawat yang dijual dapat murah dan bersaing dengan maskapai lain.

Keberhasilan *Southwest Airlines* 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) dan Delta Express (anak perusahaan Delta), Continental Lite (anak perusahaan Continental Airlines).



Langkah Low Cost Carrier kemudian juga ditiru di Asia dengan munculnya Air Asia di tahun 2000 yang bermarkas di Malaysia. Dengan tagline "*Now Everyone Can Fly*", AirAsia melayani kota-kota utama di 11 negara Asia dan membuat maskapai penerbangan AirAsia tidak asing ditelinga dan dimata khalayak. Ditambah lagi dengan banyaknya media promosi yang gencar dilakukan oleh perusahaan ini dengan menawarkan harga dengan semurah-murahnya. Dulu hingga kini, kita sering melihat iklan di televisi atau di beberapa media seperti, media cetak maupun media internet yang memuat penawaran harga tiket pesawat Air Asia yang sangat murah. Tak heran maskapai penerbangan ini kini banyak dilirik oleh masyarakat yang ingin berlibur dengan budget liburan yang minim.

Hanya dalam waktu satu tahun saja Tony Fernandes selaku CEO AirAsia berhasil memperbaiki prestasi AirAsia dan memperoleh keuntungan serta membuka rute baru penerbangan AirAsia dengan langkah *Low Cost Carrier*. Hal ini membuat AirAsia banyak mendapatkan penghargaan sebagai maskapai penerbangan bertarif rendah terbesar di Asia yang berkembang pesat sejak tahun 2001. Saat ini AirAsia melayani lebih dari 140 rute di 23 negara, serta memiliki hampir 100 armada dan memperkerjakan sejumlah 8.000 karyawan di seluruh dunia. AirAsia terus membuka jalan bagi penerbangan berbiaya terjangkau lewat solusi inovatif, proses efisien dan pendekatan yang baru dalam usaha ini. (Republika, 2010)

Kini saham Air Asia ini tidak hanya dimiliki oleh Malaysia saja, namun dimiliki juga oleh Filipina, Thailand, India dan Indonesia. Untuk di

Indonesia pada tahun 2004, maskapai penerbangan ini berafiliasi dengan maskapai penerbangan AWAIR (*Air Wagon International*) yaitu, sebuah maskapai penerbangan berbiaya rendah yang berbasis di Jakarta, Indonesia. Seiring berjalannya waktu, pada Desember 2005 AWAIR pun berganti nama menjadi PT. Indonesia Air Asia dan menjadi operator anak perusahaan Indonesia dalam AirAsia Group (Malaysia, Jumpstart Malaysia, n.d.), (Agustine, 2015). Maskapai ini tercantum dalam Kategori 1 oleh pemerintah Indonesia untuk kualitas keselamatan penerbangan.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Fokus utama penelitian ini adalah:

- Apa yang melatar belakangi AirAsia dalam memilih strategi *kebijakan Low Cost Carrier* pada pasar penerbangan di Asia khususnya di Indonesia?
- Bagaimana strategi AirAsia untuk dapat menjual tiket pesawat dengan harga murah dibandingkan dengan maskapai lain?
- Bagaimana pencapaian efektivitas dari strategi yang diusung oleh AirAsia?
- Bagaimana cara AirAsia mempertahankan posisi sebagai market leader melalui strategi kebijakan *Low Cost Carrier*, yang pada saat ini juga sudah dilakukan oleh banyak maskapai penerbangan lain?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam makalah ini adalah untuk mengetahui, mempelajari dan memahami strategi jitu yang diterapkan pada maskapai penerbangan AirAsia, sehingga dapat membuat Airasia memenangkan industri penerbangan dengan konsep *Low Cost Carrier*. Selain itu, penulisan makalah ini bertujuan untuk melihat dampak pada kondisi pasar penerbangan akibat adanya strategi *Low Cost Carrier* yang kini banyak diterapkan oleh banyak perusahaan penerbangan demi merebut pangsa pasar.

### 1.4 Kegunaan penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisa fenomena *Low Cost Carrier* guna mengetahui, mempelajari dan memahami perkembangan maskapai penerbangan berbiaya murah ini di Indonesia khususnya pada PT. Indonesia AirAsia. Dalam kaitannya dengan pertumbuhan penumpang pesawat dan persaingan antar maskapai penerbangan di dalam industri.

### 1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika pada penelitian ini adalah terdiri dari enam bab. Bab *satu* menjelaskan tentang latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian dengan sistematika penelitian yang telah dirancang oleh peneliti. Bab *dua* menjelaskan tentang kerangka teori yang disusun untuk membantu menjawab fokus penelitian yang ada. Bab *tiga* menjelaskan

tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Bab *empat* menjelaskan tentang objek penelitian yang akan menjadi fokus utama penelitian. Bab *lima* menjelaskan tentang pembahasan untuk menjawab fokus penelitian yang tertera pada bab satu dengan menganalisa data-data dan mengolahnya sehingga dapat menjawab fokus penelitian. Terakhir, pada bab *enam* peneliti memberikan kesimpulan dan saran terhadap objek dan hasil penelitian yang diteliti.