

Bisnis Maskapai Niaga Era Sebelum UU Penerbangan Nmr 1 Th 2009

Arista Atmadjati¹, Normalisa²

¹Aviation Management, IULI University, Associate Tower 7th Intermark, BSD, 15310
email: ¹arista.atmadjati@iuli.ac.id,

²Computer Science Engineering, IULI University, Associate Tower 7th Intermark, BSD, 15310
email: ²normalisa@iuli.ac.id

ABSTRACT. *Under the previous aviation regulations before year 2009, scheduled commercial airlines had to own five aircraft and control five aircraft. Whereas in the new rules, airlines only have to own one unit of aircraft and control two units of aircraft. With the new rules, the initial investment for the establishment of a scheduled commercial airline was drastically reduced. Meanwhile, with the new rules, the initial investment for aircraft for the first year is reduced to only around IDR 3 trillion for new jets. It can be cheaper if you use old planes or turboprops. Working Capital other than aircraft such as human resources, systems, other facilities and infrastructure as well as initial administration costs can also be cheaper because the business capacity is smaller. This provision is indeed in accordance with the Government's desire to stimulate investment in scheduled commercial airlines for passengers with AOC 121 (aircraft with 30 seats or more). Considering that in the last 10-15 years, almost no new airlines have appeared. In fact, many airlines have gone bankrupt, such as Adam Air, Batavia Air, Mandala Tiger, Kalstar, Sky Aviation, Riau Airlines, Linus Airways, Merpati and several others. Currently, aviation business in Indonesia are controlled by four airline groups, namely Garuda Group (Garuda and Citilink), Lion Group (Lion, Batik, Wings), Sriwijaya Group (Sriwijaya and NAM) and Indonesia AirAsia. Only 12 airlines of this type remain, out of around 30 airlines registered since 1997. Lion Group and Garuda Group are the two largest with a total market share of more than 80 percent. Before years of 2000 we have about 15 scheduled airlines. Plus Kartika airline, Mandala air, Batavia air, Linus air, Merpati air etc at that era of 2000. This aviation deregulation recalls the 1999-2000 era when the government also deregulated and relaxed investment rules. This resulted in the emergence of many new airlines such as Lion, Adam, Sriwijaya, Batavia and others. The public really seems to be spoiled by the price of airplane tickets which can be very cheap, cheaper than train or bus tickets on the same route. Unfortunately the appearance of these airlines did not last long. In just 10-15 years, they have fallen again for various reasons, both safety and business reasons. As a result, it has an impact on losses for travel agents, airline employees and passengers who have ordered tickets and other related businesses. Apart from that, what is more worrying is that the level of national aviation safety has also dropped sharply After of some terrible accident of aircrash and all Airlines Indonesia banned to fly enter Europe, finally at year 2009 Indonesia government launched Aviation Law nmr.1 year 2009 to reduce strong complaint and to increase safety level.*

Keyword : *aviation law, Safety, service quality, banned cheap Price of air ticket*

1. PENDAHULUAN

Jumlah penumpang udara domestik meningkat signifikan pada tahun 2009 sebesar 16,3 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Padahal, angka itu melebihi target 10 persen yang ditetapkan Dirjen Perhubungan Udara Departemen Perhubungan. Dirjen Perhubungan Udara Herry Bakti S. Gumay, Rabu (10/2) dalam jumpa pers di Jakarta mengatakan, hingga 31 Desember 2009, jumlah penumpang yang berhasil diangkut pada rute domestik dan internasional sebanyak 43,5 juta orang. Pada saat yang sama, total 37,4 juta penumpang diukur pada tahun 2008. "Jumlah penumpang kami lebih cepat dari pertumbuhan ekonomi. Dari sini dapat disimpulkan bahwa bisnis penerbangan di Indonesia berjalan sangat baik. Karena pada saat yang sama negara-negara lain mengalami penurunan akibat krisis ekonomi global kemarin," kata Herry Bakti. Untuk tahun 2010, Kementerian Perhubungan tetap mengharapkan peningkatan penumpang sebesar 10 persen dibandingkan tahun 2009. Direktur Perhubungan Udara, Dr. S. Sunoko menambahkan, dibandingkan maskapai lain, Lion Air memiliki jumlah penumpang domestik terbanyak. Yakni, mencapai 13,3 juta penumpang atau menangani hingga 30,7 persen dari total jumlah penumpang yang diangkut pada 2009. Pada tahun 2008, Lion mengangkut 9,21 juta penumpang. Maskapai terbesar kedua setelah Lion Air adalah Garuda Indonesia yang mampu mengangkut 8,39 juta penumpang atau 19,28 dari jumlah penumpang. Pada 2008, maskapai nasional ini mengangkut 7,66 juta penumpang. Kemudian, di urutan ketiga, Batavia Air mencatatkan penerbangan sebanyak 6,10 juta penumpang atau 14,02 penumpang. "Peningkatan jumlah penumpang domestik menunjukkan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Jadi pertumbuhannya lebih tinggi dari perkiraan pemerintah," jelas Dr. Sunoko. Di sisi lain, ia menambahkan, keadaan ini dipengaruhi oleh pembukaan rute penerbangan baru yang mengikuti ekspansi maskapai melalui pengenalan pesawat baru. Misalnya, kata dr. Sunoko, general manager transportasi saat itu, mengatakan banyaknya penumpang yang berhasil diangkut Lion Air sangat erat kaitannya dengan penambahan armada setiap tahunnya. Terakhir, maskapai swasta berlogo

kepala singa memboyong 3 unit ATR 72-500 untuk melayani penerbangan ke Indonesia Timur. Begitu juga Garuda yang belum lama ini mengumumkan akan menambah sekitar 20 unit pesawat baru. "Maskapai lain seperti Sriwijaya dan Mandala juga tambah lagi," tambahnya. Meski memiliki jumlah penumpang terbanyak, Three mengatakan belum tentu Lion menghasilkan pendapatan terbanyak dibandingkan maskapai lain. "Karena pendapatan tergantung dari tarif dan pendapatan per penumpang," ujarnya.

Selain rute domestik, rute internasional juga mengalami pertumbuhan penumpang yang tidak terduga. Bahkan, persentasenya jauh lebih tinggi dari dalam negeri. "Kenaikannya 20 persen. Artinya, dari 4,10 juta penumpang pada 2008 menjadi 4,95 juta penumpang pada 2009," lanjut Herry Bakti, Dirjen Angkutan Udara. Pada bagian ini, Garuda Indonesia menduduki puncak daftar maskapai yang mengangkut penumpang terbanyak. Yakni 2,21 juta penumpang atau 44,74 persen dari seluruh penumpang asing yang diangkut. Dibandingkan kinerja Garuda tahun sebelumnya, jumlah penumpang turun 2,35 juta. Di urutan kedua ada Indonesia AirAsia yang berhasil mengangkut tidak kurang dari 1,98 juta atau 40,09 persen. Dibandingkan tahun 2008, jumlah penumpang rute internasional maskapai ini meningkat sebanyak 927.610 penumpang. Lion Air kemudian meraih kesuksesan tertinggi ketiga dengan mengangkut sebanyak 383.584 atau 7,74 persen. Lain halnya dengan Garuda, jumlah penumpang di rute internasional Lion Air turun sebanyak 465.780 penumpang dibandingkan tahun lalu.

2. ISI

Era persaingan sebelum tahun 2009 UU 1 penerbangan 2009 lahir.

Mencermati fenomena industri penerbangan akhir-akhir ini, persaingan rute sektor Surabaya – Jakarta khususnya semakin ketat dan menjadi korban pelemparan handuk oleh Indonesian Airlines (IO). Padahal, fenomena maskapai yang melempar handuk di rute sub-Jkt ini merupakan yang ketiga kalinya sebelum

AWAAIR (QZ) dan Kartika Airline sudah pensiun dari dunia penerbangan. Namun yang juga aneh adalah rute sub jkt sebenarnya bisa memiliki beberapa penerbangan, misalnya Pelta Air (6D), Lion Air (JT), Citilink (CL), Star Air (5H). Padahal, mengelola bisnis maskapai penerbangan penuh dengan risiko karena pengelolaan aset pesawat sangat padat modal namun dengan risiko tinggi dan margin keuntungan yang relatif rendah. Namun pada kenyataannya, sebuah maskapai penerbangan dapat mengelola risiko ini selama menjalankan bisnis maskapai dengan hati-hati dan penuh pertimbangan. Contoh yang menarik adalah contoh IO. Sejak diberlakukannya IO sekitar setahun yang lalu, sebenarnya ada kebijakan yang kemudian mereformasi struktur persaingan harga dalam negeri, yang kita kenal dengan Kepmenhub Th.2002 Cap Price Mei. Peraturan tersebut tidak mengatur batas bawah, hanya batas atas. Bertepatan dengan penerbangan perdana Sub-Jkt, IO juga mengumumkan menjadi maskapai sekelas Garuda, meski IO hanya memiliki dua B-733 dalam armadanya. Karena IO pengunjung langsung di GA Rute Fat Sub Jkt. Maka GA merespon pertama kali (sekitar Mei 2002) dengan tawaran Rp 499.000 sub-Jkt. Di sini IO asli tidak leluasa menikmati jalur gemuk Sub-Jkt. Masalah kembali muncul karena sekitar Juni 2003, sebagai maskapai yang ingin menikmati tarif lebih murah, JT masuk ke rute sub-Jkt dan langsung lepas landas dengan frekuensi 6x/hari, saat itu di atas IO 5x/hari. Meskipun GA 12x/hari dianggap sebagai pemimpin pasar. Di sinilah bencana dimulai, karena semua perhitungan biaya-manfaat dalam industri penerbangan tidak lagi masuk akal. Mengapa tipe pesawat IO Boeing 300 series merupakan tipe yang terbilang baru, yang berarti sewanya cukup mahal dibandingkan dengan sewa pesawat MD-82 milik JT dan Bouraq/BO. Oleh karena itu, untuk mencapai BEP operasional pesawat dengan perhitungan paling sederhana, operator harus memulai

dengan perhitungan. Gambar rute Sub-Jkt (lihat tabel) di bawah;

Tabel 1 Gambar rute Sub-Jkt

Jenis Pesawat	Cost operating/jam	Ttl seat cpty	Harga minimum Yang harus di set-up
B-734	usd. 5.500	132 pax	Rp. 342.000
B-733	usd. 5.000	116 pax	Rp. 353.000
MD-82	usd. 4.000	167 pax	Rp. 197.000
Asumsi 1 usd = Rp. 8.200			

Harga yang ditetapkan di atas untuk BEP mensyaratkan SLF 100 persen. Artinya, jika SLF rata-rata hanya 30%, maka harga minimalnya tentu juga harus dinaikkan. Dari gambar di atas, Anda dapat melihat bahwa JT sebenarnya menjual struktur harga yang memiliki harga paling fleksibel untuk dimainkan. Sebaliknya, IO awalnya memulai harganya pada 350.000 rubel, tetapi dikoreksi hingga menit terakhir dan secara permanen dimulai hanya dengan 270.000 rubel. Di sini, IO mulai merugi berdasarkan perhitungan bisnis dan akhirnya menyerah, dan IO juga dilemahkan oleh masalah ekspansi bisnis melalui kerja sama dengan ONH plus yang sebenarnya menjadi masalah besar. Bagaimana dengan GA yang sebenarnya juga suka membuat penawaran hingga 199.000 rubel (obral barang alias harga bersih), itu saja.

Sebagai maskapai full service, Garuda Indonesia tidak gentar dengan gempuran maskapai baru. Sejarah berdirinya Garuda

Indonesia yang runtuh pada tanggal 26 Januari 1949 sangat erat kaitannya dengan sejarah perjuangan bangsa Indonesia. Di tengah perjuangan bangsa Indonesia mempertahankan kemerdekaannya, Garuda Indonesia mulai menawarkan penerbangan komersial dengan nama "Indonesian Airways". Pesawat Garuda Indonesia pertama yang digunakan adalah DC-3 "Seulawah" (Gunung Emas) yang dibeli oleh rakyat Aceh dan dihibahkan kepada Bung Karno.

Melalui berbagai langkah perbaikan dan pembenahan manajemen baru, Garuda Indonesia belakangan ini berhasil meningkatkan kembali kinerjanya. Pencapaiannya antara lain peningkatan yang sangat signifikan pada akurasi flight plan (akurasi kinerja) (lihat Tabel 5.1.3.2.), peningkatan load factor (lihat Tabel 5.1.3.1.), dan peningkatan pangsa pasar di pasar domestik (lihat Tabel 5.1.4.) dan Garuda sejauh ini tetap menjadi pemimpin pasar di Indonesia. Kini Garuda terbang ke 21 kota di Indonesia (termasuk penerbangan Citilink) dan 19 kota di seluruh dunia, didukung armada sebanyak 57 pesawat.

Tabel 2. JUMLAH ARMADA GARUDA INDONESIA

JENIS PESAWAT	JUMLAH YANG DIMILIKI
Boeing 747 sering 400 , tempat duduk 405	3
Boeing 737 seri 400,tempatduduk 136	26
Boeing 737 serie 300,tempat duduk 110	14
Boeing 737 serie 500,tempat duduk 96	5
Airbus A330 serie 300,tempat duduk 293	6

Boeing 737 Citilink serie 300,tempat duduk 148	3
Total	57

Sumber : Garuda Inflight Magazine , edisi Juni 2005

Situasi Persaingan Bisnis Penerbangan di Indonesia

Sejak deregulasi perjalanan udara komersial pada tahun 2001 dan dimulainya penyewaan pesawat yang lebih murah setelah pengeboman WTC New York pada 11 September 2001, banyak maskapai penerbangan komersial di Amerika Serikat bangkrut dan banyak dari pesawat mereka telah disewakan ke negara dunia ketiga. . . termasuk Indonesia.

Sehingga harga sewa pesawat turun hingga 50% dan angin segar ini menguntungkan para pebisnis Indonesia yang sibuk membuka maskapai baru di Indonesia. Sejak tahun 2001, bermunculan maskapai-maskapai baru seperti Lion Air, Batavia Air, Sriwijaya Air, Celebes Air, Adam Air, Kartika Airline, Jatayu Air dan Star Air, memanfaatkan secara nyata beberapa regulasi yang dikeluarkan pemerintah termasuk SKEP DirJEN HUB. Udara SKEP/35/IV/2003 tentang suku bunga acuan batas bawah. Regulator negara, dalam hal ini Kementerian Perhubungan, hanya mengacu pada batas bawah tarif tetap untuk rute tersebut, yang berarti tidak ada perang tiket antar maskapai.

Untuk mengilustrasikan betapa menantang dan berkembangnya pasar domestik, di bawah ini adalah gambaran pertumbuhan pasar yang terjadi di Indonesia sejak pemerintah mengeluarkan regulasi "ringan" untuk penerbangan komersial. Jumlah penumpang dan kargo yang diangkut oleh Garuda Indonesia ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. JUMLAH PENUMPANG DAN CARGO YANG DIMUAT GARUDA INDONESIA

Tahun	Penumpang	Cargo
1991	5.468.591	115.719.996
1992	5.576.577	119.977.458
1993	5.478.290	134.086.431
1994	5.796.349	146.891.903
1995	6.269.153	159.344.694
1996	6.845.744	164.371.708

1997	7.308.428	192.728.576
1998	5.042.198	87.306.774
1999	5.213.085	117.925.573
2000	5.975.239	136.413.070
2001	6.611.629	51.017.669
2002	6.887.536	132.196.000
2003	7.229.072	138.978.000

Sumber ; website www.garuda-indonesia.com

Tabel di atas secara statistik menjelaskan bahwa sejak tahun 1991 jumlah penumpang dan kargo yang diangkut oleh Garuda mengalami peningkatan “bertahap”, baru pada tahun 1998 jumlah penumpang dan kargo mengalami penurunan karena terjadi krisis keuangan di Indonesia pada tahun 1998 yang juga mempengaruhi lalu lintas udara. , dimana lalu lintas udara lambat dan kegiatan ekspor juga mengalami penurunan sehingga menyebabkan turunnya lalu lintas penumpang dan kargo pada tahun 1998. Pada tahun 2001, pasar mulai tumbuh kembali akibat deregulasi industri penerbangan oleh pemerintah Indonesia.

Presentasi Garuda Indonesia

Untuk mengukur keberhasilan manajemen Garuda dalam mengelola bisnis penerbangan, terdapat beberapa metrik yang biasa diukur dalam industri penerbangan. Indikator-indikator ini dapat, misalnya, berbentuk: Muatan penumpang, ketepatan waktu dan jumlah penumpang dan kargo yang diangkut (faktor payload).

Passenger Load Factor (Seat Load Factor-SLF) Mengenai *Passenger Load Factor* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. PASSENGER LOAD FACTOR (SEAT LOAD FACTOR-SLF) PESAWAT GARUDA INDONESIA

	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	AVG
2000	67	68	69	66	58	70	75	74	77	77	77	66	73
00	22	23	35	55	22	77	11	05	22	22	27		
2000	68	65	67	61	57	75	75	70	14	59	64	56	66

01	01	04	09	02	05	09	01	04	08	07	04	02
20	66	67	66	66	77	77	77	77	65	66	66	66
00	01	03	04	05	07	08	09	09	06	04	06	06
02	47	08	05	04	07	03	05	00	02	08		
	88	45	20	07	08	02	06	05	06			
20	66	65	66	67	77	77	77	77	66	66	66	66
00	64	26	75	86	43	33	43	49				
03	62	23	04	04	07	07	07	03	05	02	08	
	12	29	06	09	09	07	07	01	07	09		
20	76	66	66	67	77	77	77	77	66	67	67	67
00	26	65	96	84	44	24	41	22				
04	35	09	09	01	09	06	07	00	06	00		
	38	32	68	22	57	35	99					

Sumber : website www.garuda-indonesia.com

Tabel di atas menunjukkan faktor muatan penumpang atau keterisian kursi, yaitu angka yang menunjukkan faktor muatan di pesawat, biasanya dinyatakan dalam persentase. Tabel di atas menunjukkan bahwa load factor pesawat Garuda sedikit menurun pada tahun 2001 dan 2002 Garuda.

Pada tahun 2003 dan 2004, utilisasi pesawat mulai meningkat karena Garuda juga berani menetapkan beberapa harga promosi pada rute-rute yang persaingannya ketat, misalnya. B. Rute Jakarta - Surabaya, Jakarta - Medan, Jakarta - Yogya dan lainnya.

On Time Performance, Mengenai On time Performance dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. ON TIME PERFORMANCE PESAWAT GARUDA INDONESIA

	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	AVG
2000	89	90	87	85	90	86	90	92	90	90	90	90	89
00	88	82	82	19	90	03	05	00	01	06	03		
2000	89	91	91	93	93	91	90	92	90	91	86	89	91
01	08	05	01	05	04	06	05	07	09	01	01	01	01

2002	84	82	97	90	93	81	81	82	81	83	81	81	81	81
0
2	4	2	7	0	3	1	1	2	3	1	1	1	1	7
2003	81	86	80	88	82	85	80	89	86	80	84	87	86	84
0
3	1	6	2	5	9	2	5	0	9	6	3	5	7	
2004	77	76	74	77	81	78	78	81	85	84	88	88	89	
0
4	5	0	5	5	2	2	1	3	7	8	0	4	3	

Sumber : website www.garuda-indonesia.com

Tabel di atas merupakan salah satu faktor yang membuat pelanggan Garuda memutuskan untuk membeli layanan Garuda, yaitu tingkat on time performance dan keberangkatan (OTP). Harga OTP Garuda relatif bagus dibandingkan dengan rata-rata industri penerbangan komersial. Menurut IATA (International Airline Association), standarnya adalah 85%. Sementara itu, antara tahun 2000 hingga 2003, OTP penerbangan Garuda masih relatif di atas standar IATA sebesar 85%, baru pada tahun 2004 tingkat OTP turun menjadi 79,3; Salah satu alasannya mungkin pada tahun 2004 banyak pesawat pergi ke hanggar untuk pemeliharaan, meninggalkan banyak pesawat yang tidak siap terbang.

pangsa pasar

Meskipun beberapa maskapai baru mulai tumbuh pada tahun 2001, tabel di bawah ini menunjukkan bahwa secara nasional, Garuda masih menguasai pangsa pasar domestik sebesar 40,15%, bahkan pangsa pasar kedua adalah Merpati Airline dengan 19,7%, yang memiliki jaringan maskapai yang luas, terutama Indonesia Timur, diikuti pemain lama nomor 3, Mandala Airline dan nomor 4. maskapai Buraq. Pangsa pasar penumpang Garuda Indonesia setelah 2 tahun berdirinya maskapai penerbangan bertarif murah tersebut dapat dilihat dari tabel di bawah ini: Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut setelah maskapai *low cost exist* 2 tahun sbb :

Tabel 6. MARKET SHARE PENUMPANG GARUDA INDONESIA

Mas kap ai	199 9	200 0	200 1	200 2	200 3	M ar ket
------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------------

						Sh are
Garuda	3.3 37. 490	3.8 61. 287	4.4 09. 891	4.67 9.56 6	5.63 1.86 8	40 ,1 5 %
Merpati	1.4 93. 521	1.6 90. 805	1.9 51. 237	2.30 5.18 6	3.40 8.61 3	19 ,8 7 %
Lion Air		43. 455	181 .68	833. 883	3.07 8.85 8	7, 57 %
Mandal a	819 .13 4	1.0 15. 056	1.2 43. 880	1.68 1.51 3	2.01 1.29 0	12 ,4 0 %
Buraq	598 .49 1	713 .01 4	521 .88 1	1.10 2.36 5	1.62 4.30 0	8, 35 %
Star Air			77. 548	373. 610	699. 315	2, 10 %
Pelita		32. 769	244 .22 8	303. 783	151. 892	1, 34 %
Dirgant ara	116 .84 5	123 .44 4	127 .89 6	107. 269	108. 538	1, 06 %
Airmar k			36. 651	36.0 87	19.0 95	0, 76 %
Bayu air		26. 449	42. 213	4.67 3		0, 13 %
Awair		116 .29 1	208 .37 6	26.7 49		0, 64 %
Kartika			51. 215	45.6 74		0, 17 %
Jatayu			71. 359	360. 609		0, 78 %
Jumlah	6.3 65. 481	7.6 22. 570	9.1 68. 059	12.3 33.0 35	19.0 95.1 70	

Sumber : *Dynamic of Airline Management*, Rasmanto, Kriston ,halaman 162.,th.2004 (Jumat, 6 Juni 2003)

3. RUTE SURABAYA-JAKARTA, STUDI KASUS

Jika Anda punya waktu ke bandara Juanda sekarang. Terminal domestik yang sangat sibuk. Terutama pada hari Minggu dan Senin. Suasananya seperti di terminal bus. Bagaimana tidak, di bandara yang biasanya memiliki suasana eksklusif, kini penuh dengan perjalanan PR (sebutan halus agen bandara). Penumpang dan pendampingnya tidak mengikuti protokol dari otoritas masing-masing, dan pertemuan itu menjadi sia-sia. Fenomena apa ini, mengapa orang biasanya bepergian dengan pesawat mahal sekarang karena begitu mudahnya orang memilih jalur perjalanan udara?

Tonggak Lonjakan

Sebelum adanya penurunan tarif referensi kepada Direktur Pelaksana Perhubungan Udara Nomor SKEP/35/-IV/2003 yang memberikan tarif referensi rencana untuk setiap rute domestik, perang tarif dimulai sekitar Mei 2002 ketika Garuda Indonesia (GA) memberlakukan harga promosi Sub-JKT sekali jalan Rp 499.000 dengan tujuan diterbitkan adalah untuk membendung arus Indonesian Airlines (IO) dengan membuka rute SUB-JKT pada Juni 2002. Meskipun kami mempertimbangkannya berdasarkan tarif referensi DIRJENHUB. Pada tahun 2003 harga minimum Sud-Jkt sekarang adalah Rp 268.000. Jadi harga penawaran pertama untuk GA adalah Rp 499.000 dan untuk maskapai lain - Mandala/RI, Bouraq/BO saat ini pada tahun 2003 harganya sekitar Rp. 450.000, masih jauh di atas tarif minimum.

Namun ketika Lion Air (JT) masuk rute sub-Jkt pada Oktober 2002 dengan enam kali penerbangan sehari, langsung mencapai harga Rp 290.000. Ini akan memicu perang tarif terbuka, dan itu tidak sehat, karena perkembangan harga pasti akan turun perlahan. Terakhir, pada Mei 2003, Bali Air mengumumkan harga Sub-Jkt termurah di Rp 205.000.

Namun jika dicermati, meski terjadi perubahan dari akhir 2002 hingga sekarang, perang bea cukai sebenarnya sudah tidak terkendali, antara lain karena terlalu banyak kursi dibanding permintaan penumpang. di sub-Jkt penumpang dari kereta api dan kapal ke angkutan umum. Sekitar 2 gambar terlihat dari tabel.

Tabel 7. Situasi Traffic penumpang Sub-Jkt

	Th. 2001	Th. 2002	Kenaikan %	Th.2002
Freq terbang/hari	17 x	36 x	218 %	Banyak pemain
Jml Penumpang/hari	1.800	3.100	172 %	Baru masuk tengah dan Akhir 2002
Supply seat/hari	2.125	4.500		

Sumber: *PAP.I.2003*

Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa dalam 2 tahun terakhir, khususnya tahun 2003, terdapat penawaran operasi sebanyak 4500 kursi/hari dibandingkan dengan jumlah penumpang Sub-Jkt rata-rata 2.3100 orang. tidak secara khusus mencakup tahun 2002, sehingga situasi pasar pada tahun 2002 tidak begitu stabil, karena banyak maskapai baru yang memasuki rute Surabaya-Jakarta pada tahun 2002, antara lain Indonesia Airline (IO), Lion Air (JT), Bali Air (6D) dan ini -Tahun juga ada rebooking kereta api dan kapal penumpang ke pesawat dengan memanfaatkan harga promo-moment yaitu harga pengenalan maskapai baru sub jkt yang harga iklannya tidak pernah bisa naik sampai sekarang Edisi DIRJEN HUBDAR NO.35. /2003 dari suku bunga acuan pada bulan April 2003. Lantas mengapa para operator sangat ingin memasuki pasar Surabaya Jakarta? Malah menyebarkan rumor bahwa salah satu pemain kuat rute Indonesia Barat, Batavia Air, sedang mempersiapkan penerbangan untuk beralih ke rute baru Sub-Jkt? Ternyata statistik memprediksi bahwa pada tahun 2003 pertumbuhan penumpang di rute sub-Jkt meningkat sebesar 50% dibandingkan tahun 2002. Hal ini menjadi indikasi bahwa meskipun data pada tabel menunjukkan suplai penumpang, beberapa maskapai masih ingin memperoleh keuntungan. satu rupiah di jalur panas ini, tapi sebenarnya operator penerbangan Sub-Jkt tidak hanya mengangkut penumpang dari Surabaya tapi hanya GA dan JT, CT. , BLN, dimaksudkan untuk mengangkut penumpang dari Surabaya, sedangkan Bo, RI, 6D, MZ, 5H hampir

seluruhnya merupakan penumpang gabungan transit plus subdescent. Jadi masih ada gap pasar penumpang Surabaya. Ini adalah salah satu analisis pasar detail yang digunakan IO saat memasuki rute SUB-JKT. Hanya saja, produk IO tidak konsisten dan jalur Surabaya-Jakarta terhenti perang harga.

Jadi walaupun operator baru mencoba menjajaki jalur ini, masih ada celah, namun jenis pesawat yang digunakan harus diperhatikan karena membutuhkan perhitungan biaya operasional. Jika melihat pesawat bekas Batavia Air di inventarisnya, itu adalah pesawat tua dan B-737-200 B-727 yang digunakan oleh BO dan RI. Jadi saya curiga Batavia Air juga bermain-main dengan tarif. dengan batas minimal referal, karena jika harga mahal pasti JT akan memblokirnya dengan harga murah.

Pada tahun 2003, saya merasa operator sub jkt belum berkurang secara signifikan, sehingga perang tarif (lantai acuan) akan terus menjadi persyaratan bagi operator jalan sub jkt. Selain itu, GA sebagai pemimpin pasar meningkatkan frekuensi penerbangan pada bulan Juni 2003 dari 12 x sehari menjadi 14 x sehari dan 3 x sehari pesawat berbadan lebar Air Bus / AB 330 dengan total kapasitas +/- 300 set. Penyebab masalah, maskapai lain menaikkan harga. Karena mereka takut pelanggannya akan turun jika harga naik. Ujung-ujungnya mereka tetap main murah demi bertahan hidup, lalu main Surabaya-Jakarta di udara. (Senin 16 Juni 2003).

4. SERANGAN AGRESIF MASKAPAI MODAL ASING KE PASAR DOMESTIK

Topik yang kami bahas di atas sebagai judul tidak mencerminkan sikap alergi terhadap “kelahiran” maskapai baru di Indonesia, yang sejak awal menimbulkan kontroversi di kalangan maskapai niaga Indonesia. Seperti yang kita ketahui bersama, Air Asia yang berbasis di Kuala Lumpur, Malaysia mengakuisisi perusahaan dalam negeri bernama Awair sekitar setahun yang lalu, yang mana Air Asia menyuntikkan darah baru (capital injection) dan akhirnya Awair diubah menjadi PT. Air Asia Indonesia (AAI) - yang sejak awal beroperasi di Indonesia, mendeklarasikan AAI sebagai maskapai

penerbangan yang didedikasikan sepenuhnya dengan konsep low cost carrier.

Pertanyaan penulis adalah – benarkah dalam praktiknya AAI Airlines justru menggunakan konsep LCC?

Maskapai murah harus hemat

Sesampainya di Bandara Syamsudin Noor, penulis asal Banjarmasin ini sempat berbincang dengan manajer perusahaan soil treatment ternama Tanah Air, dimana sang manajer melaporkan pencurian Air Asia Indonesia. Ceritanya begini – benar pengalaman AAI di ground time, pembersihan material perawatan di kabin dilakukan oleh awak kabin (pramugari), jadi AAI setidaknya bisa menekan biaya perawatan material pembersih di pesawat. kabin Inilah contoh sikap mental yang patut diacungi jempol.

Contoh lain, mereka dapat menghemat bahan bakar karena waktu penerbangan mereka sangat singkat, seperti 25 menit, karena badan pesawat mereka sempit, mereka tidak menyediakan in-flight catering - jadi tidak ada waktu untuk makan, tidak ada waktu untuk bersih-bersih. ke atas Operasional layanan, sehingga karena penghematan dan penghapusan hal-hal di atas, tidak mengherankan jika ground time AAI mengalami penurunan dibandingkan seluruh maskapai penerbangan Indonesia. Selain itu, penghematan ground time ini pada akhirnya akan meningkatkan load factor (faktor muat jam terbang) Air Asia yang relatif ideal - sangat tinggi - menurut AAI news, pesawat Boeing 737 mereka bisa mencapai 12 jam per hari - optimal dan sangat ideal memuat faktor , dibandingkan dengan rata-rata load factor maskapai Indonesia yang masih sekitar 8 jam - jadi sebenarnya bisa ditingkatkan lagi. Karena okupansi maksimum ini - AAI bisa menetapkan tarif super murah misalnya - mereka memiliki harga satu arah dari Jakarta ke Surabaya, hanya Rp. - Jangan main-main dengan harga AAI, padahal menurut kita cuma satu Trick, Trick. dan strategi kebijakan penetapan harga maskapai - dan semua trik AAI diberi harga jauh di bawah harga referensi yang diusulkan pemerintah. Kementerian Perhubungan Republik Indonesia. Nah, Air Asia Indonesia memang merupakan upaya Low Cost Carrier (LCC) dalam hal penghematan biaya, penghematan operasional di tempat dan

tarifnya - mereka cukup sukses di dua area di atas. Tapi benarkah demikian, AAI - adalah mungkin untuk menghemat uang secara permanen di semua anggaran. Menurut informasi kami, AAI memiliki (memiliki) anggaran periklanan yang luar biasa besar dalam kegiatan periklannya. Kami menyadarinya sejak mereka mulai sebagai PT. Air Asia Indonesia - setahun yang lalu - metrik mereka sangat intens dan konsisten baik di bawah maupun di atas garis.

Awalnya, AAI sangat gencar beriklan hanya di koran-koran besar di Indonesia.

Dalam praktiknya, AAI melakukan iklan taktis dengan harga iklan dan iklan sebagai kampanye penetrasi di pasar domestik Indonesia selama 6 bulan. Mungkin karena AAI awalnya melayani destinasi perkotaan lain di Indonesia, misalnya: Rute ke Jakarta Padang, Jakarta Batam - cukup iklan dari bawah.

Dengan pertumbuhan pasar AAI yang mulai merambah ke kota-kota niaga misalnya dengan penerbangan Jakarta-Surabaya, Jakarta-Denpasar (Bali), AAI bergerak di bidang periklanan melalui media (TV) sejak semester kedua.) di hampir semua saluran televisi di tanah air.

Pertanyaannya adalah - berapapun budget mereka, besar atau kecil, apakah masih sesuai dengan misi mereka sebagai maskapai penerbangan bertarif rendah? Sekarang, jika melihat waktu tayang iklan mereka di TV, perhitungan kita sudah mencapai titik - anggaran AAI < Air Asia Indonesia } mengiklankan setidaknya 273 miliar rupiah per tahun di media TV Indonesia, dengan asumsi bahwa rata-rata tarif iklan untuk iklan mereka sampai saat ini (tarif siaran TV terbaik) adalah: 5 juta dalam 10 detik (rata-rata durasi iklan pendek mereka adalah 10 detik) x 25 tempat/hari x 365 hari x 4 saluran TV = 228 miliar - itu angka terendah yang kami hitung - ternyata anggaran iklan mereka masih besar - AAI terus beriklan di surat kabar terkenal yang menghabiskan setidaknya seperlima dari anggaran periklanan di televisi, mis. bisa menghabiskan total hampir 278 miliar uang iklan umum setahun - tidak main-main - untuk kursus penerbangan LCC. hampir tidak mungkin maskapai swasta bersaing di dalam negeri dengan jumlah tersebut.

Melihat data empiris periklanan AAI yang ekstensif, tentu saja AAI juga membutuhkan

iklan yang ekstensif karena permintaan pasarnya yang terus meningkat dan dana konglomerat Malaysia yang luar biasa kuat, dan di negara ini sikap pengusaha penerbangan tidak langsung terpengaruh. Tahun 2006 secara alami akan meningkatkan pasar domestik, yang diharapkan tumbuh sebesar 20% pada tahun 2005, AAI akan menikmati posisi sebagai perusahaan tuan rumah.

Tantangan dan peluang sudah di depan mata, masih ada pekerjaan yang harus dilakukan dalam pertumbuhan lalu lintas penumpang domestik, tinggal bagaimana operator domestik bisa berkembang dan terus menjadi tuan rumah di negaranya sendiri.

Tarif murah penerbangan saat ini masih sangat diminati masyarakat

Paling lambat tanggal 10 Juni 2005 Menteri Perhubungan menerbitkan Harga Acuan No. 36//2005, yang pada intinya menyatakan bahwa pemerintah sebagai otoritas pengawas lalu lintas udara Indonesia menetapkan harga referensi yang lebih rendah yang harus dijual oleh semua maskapai penerbangan fixed-line. Maskapai berjadwal di Indonesia. Dan saat itu, banyak pemerhati dan penulis penerbangan niaga tanah air yang sangat yakin tarif penerbangan di Indonesia akan memasuki babak baru, yaitu tanpa penurunan harga (perang tarif). Bahkan, sejak Keputusan Menteri No. 35 Tahun 2005 tanggal 10 Juni 2005, iklim penerbangan komersial di Tanah Air mulai menunjukkan hasil. Pada tanggal 15 Juni 2005, Star Air yang sebelumnya ambruk kembali terbang, begitu pula dengan Bouraq Airline, yang juga mengaktifkan kembali (sementara tidak terbang) beberapa rute yang sebelumnya tidak aktif, dan kami tampaknya sangat yakin bahwa perang bea cukai Indonesia akan pecah. sudah selesai

Bahkan, kemajuan dalam memperbaiki struktur harga setelah Tarif Rujukan (2005) terbukti karena ketika Kementerian Perhubungan menerbitkan Tarif Rujukan pada 10 Juni 2005, angkutan udara sedang berada pada puncaknya. High season (musim ramai) hingga pertengahan Juli 2005, kemudian datangnya liburan sekolah yang tidak sesuai waktunya, sehingga musimnya lebih panjang hingga 17 Juli 2005 - anak sekolah datang. Sehingga saat itu sulit

untuk mengatakan bahwa tarif acuan dapat secara langsung memperbaiki struktur tarif udara Indonesia. Pengalaman penerbangan saya setelah peak season pada akhir Juli 2005 menunjukkan bahwa perang bea cukai benar-benar terjadi lagi, harga menurut tarif referensi untuk Surabaya - Jakarta sekali jalan harus ditetapkan pada tingkat harga terendah Rp 303.000 tidak termasuk wajib. pajak dan biaya. Namun jika kita datang langsung ke bandara, realita di lapangan para calo tiket akan dengan mudah menawari kita tiket spektakuler seharga Rp 230.000 nett, artinya sudah termasuk pajak dan biaya wajib. Bayangkan saja maskapainya. menerima deposit kurang lebih Rp 200.000, artinya selisih Rp. 103.000 dari tarif referensi. Contoh perang tarif di rute lain, misalnya Banjarmasin - Jakarta untuk sekali jalan seharusnya 314.000 rubel, tetapi banyak operator yang berani menurunkan harga menjadi 250.000 rubel, apalagi sekarang kita memasuki musim sepi - itu sepertinya tidak mungkin untuk tidak melakukan hal ini. Temukan tarif parg yang tidak terulang di semua rute.

Dalam periklanan juga, maskapai penerbangan tidak segan-segan menggunakan tindakan promosi yang jelas di luar musim. Bayangkan ada tarif lebih untuk orang awam yang hanya Rp. Namun, tarif yang dipublikasikan dengan harga yang tidak wajar hanyalah gimmick (strategi harga penawaran) dengan jumlah kursi yang terbatas.

Sehingga konsumen tidak berharap terlalu banyak dari tarif yang dikenakan untuk iklan jenis ini. Karena itu juga sangat sulit didapat dan annual pass berlaku sampai satu hari. Tapi apa inti dari menggunakan tarif promosi (trik)? dan bagaimana dengan suku bunga acuan? Apakah sebenarnya penyediaan kursi terlalu tinggi dibandingkan dengan permintaan saat ini, apalagi jika melihat statistik jumlah penumpang udara di Indonesia yang menunjukkan peningkatan lebih dari 20 persen setiap tahun dari tahun 1999 hingga 2004. Penumpang udara di Indonesia pada 1999 - 6,3 juta, 2000 - 7,56 juta, 2001 - 9,072 juta, 2002 - 12,3 juta, 2003 - 19,1 juta dan 2004 - 24 juta. Secara teoritis, didukung oleh statistik di atas, seharusnya tidak ada alasan untuk perang tiket pesawat di Indonesia mengingat sejak tahun 1999 rata-rata peningkatan penumpang lebih

dari 20% setiap tahun, yang merupakan jumlah yang sangat signifikan bagi maskapai penerbangan untuk beroperasi di Indonesia. pasar transportasi udara komersial. Perusahaan. Lalu ada perang bea cukai yang berlanjut hingga saat ini. Selain itu, komponen utama harga avtur hingga saat ini belum turun, bahkan diperkirakan harga avtur akan naik menjadi USD. Sebagian besar maskapai penerbangan berada dalam kisaran 3-5%. Perang tarif muncul karena pelanggan melakukan perjalanan dalam satu tahun, itu adalah siklus, di Indonesia lho saat orang sibuk saat liburan sekolah, Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru, begitu pun ketika jumlah penumpang bertambah. Indonesia cukup signifikan namun lalu lintas pemudik tumbuh subur pada jam-jam sibuk, di luar liburan sekolah dan hari raya keagamaan, banyak di luar jam sibuk dimana maskapai penerbangan harus mengisi kursi pesawatnya, salah satunya adalah penerbitan tiket promosi ini secara berlebihan.

Harga avtur masih tinggi. Hambatan terbesar untuk mencapai margin keuntungan dalam bisnis penerbangan saat ini adalah harga AV yang selalu tinggi. Sebelumnya, sebelum krisis harga avtur, komponen avtur menyumbang sekitar 30% dari total biaya maskapai, namun sejak kebangkitan avtur, komponen avtur mencapai 50% dari total biaya maskapai. Total biaya. Harga promosi yang stabil tentu sangat bertolak belakang dengan industri penerbangan yang rakus akan keuntungan. Tapi kenapa operator sepertinya tidak pernah menghentikan harga promosi mereka. Sistem harga penerbangan domestik sekarang sangat rumit, dan salah satu cara untuk menyelamatkan diri dari kebangkrutan akibat perang harga adalah maskapai penerbangan domestik sudah memiliki sistem subkelas dalam kebijakan harga mereka. Sistem subclassing yang populer di Eropa pada tahun 1980-an diperkenalkan di Indonesia oleh Garuda Indonesia pada tahun 2001 dan saat ini mekanisme harga jual tiket pesawat dengan menggunakan sistem subclassing ini terbukti cukup handal untuk menyelamatkan maskapai. n pendapatan Jadi jika Anda terbang ke Surabaya dan tarifnya jauh lebih murah di sebelah tempat duduk Anda, itu adalah penerapan downclassing. Atau adakah alasan lain mengapa penyelenggara mengiklankan dengan agresif

tanpa henti, karena hukum rimba juga berlaku untuk lalu lintas udara - bunuh pesaing lainnya. Jadi mari kita pintar-pintar, kita bisa memilih harga yang tepat jika ingin terbang dengan pesawat. Syukurlah kami cukup beruntung untuk memesan tarif murah

Diploma

Tentunya jika kita melihat gencarnya iklan *above the line* di media TV Air Asia Indonesia, kita dapat dengan mudah memahami bahwa perkembangan *low cost airlines* di Indonesia akan semakin populer, dan hal ini juga ditegaskan oleh pernyataan beberapa maskapai penerbangan. . ahli -CEOs-world dikutip dari beberapa pernyataan. Penampilannya baru-baru ini di media televisi global sebagai berikut:

"Kami akan terus mendominasi pasar maskapai penerbangan bertarif rendah Amerika selama bertahun-tahun yang akan datang, meskipun akan menelan biaya \$200 untuk membeli Avtur pada tahun 2006. Maskapai bertarif rendah terbesar di Amerika Serikat Southwest Airlines - Mr. Garry Kelly" - hingga wawancara eksklusif dengan jaringan bisnis terkenal CNBC pada 31 Maret 2006. Komitmen salah satu penerbangan murah di Amerika Serikat tersebut tentu akan mengilhami semua *operator LCC (low cost carrier)* di semua penjuru dunia , mengingat Southwest selama ini menjadi *patron bisnis* semua penerbangan LCC .

Apalagi trend penerbangan LCC yang memakai pesawat *narrow body* – mayoritas jenis pesawat Boeing serie 737 - hegemoni Boeing dikuatkan lagi oleh statement salah satu Vice President Boeing Airplanes , Mr.Larry Dickensen -- pada waktu kehadirannya di Asian Aero Space bulan Februari 2006 di Singapore mengatakan “ Trend penerbangan di masa mendatang adalah *point to point* yang akan sangat *comfortable* memakai pesawat jenis *narrow body* –yakni jenis Boeing 737 seri NG(next generation) dan seterusnya . Kami menyebut B 737 NG adalah pesawat jenis *small medium airplanes* .Kami di Asia kali ini mendapat order pembelian puluhan pesawat B 737 NG diantaranya baru saja di tanda tangani kontrak pembelian 10 B 737 NG dengan Space Airways di India .. Pesawat *narrow body* kami di desain lebih irit bahan bakar pula” Demikian kata kata

setengah promosi dari VP Boeing Airplanes tersebut .

Kenyataan di lapangan pada pasar regional ASEAN dan di domestik Indonesia – kehadiran maskapai berkonsep *Low Cost Carrier(LCC)* semakin nyata kehadirannya . Kita lihat contoh maskapai yang secara murni menerapkan LCC adalah PT.Air Asia Indonesia yang sudah merambah kota kota kedua di Indonesia seperti pada ruta Jakarta – Padang , dan sebentar lagi tanggal 25 April 2006 Air Asia Indonesia akan juga memasuki rute Jakarta – Banjarmasin.

Memang salah satu cirri cirri maskapai LCC yang murni mempunyai konsep LCC biasanya memasuki rute ke kota kota nomor dua (*second tier city*) –ya contohnya pada kasus rute ke Padang , Banjarmasin (rencana tanggal 25 April 2006) karena pertimbangan bahwa di kota kota nomor dua(*second tier*) biaya *ground handling* lebih murah daripada misalnya memasuki kota Denpasar atau Surabaya.

LCC yang murni juga biasanya mempunyai *ground time* sangat pendek daripada maskapai yang *full service* , hal ini dikarenakan LCC tidak menyediakan *Catering* (makanan berat diatas pesawat) sehingga LCC bisa memangkas waktu *ground handling* nya dan sekaligus menghemat *ground time* sekaligus meningkatkan *utilisasi* pesawat. Salah satu *item ground handling* yang dipangkas juga pada penerbangan LCC adalah *item cleaning service* pada saat *ground time* karena pramugarai maskapai LCC pada saat landing di suatu kota juga berkewajiban dan bertugas untuk membersihkan *cabin interior* termasuk mengecek kebersihan *lavatory*. Kenapa hal ini bisa –karena LCC tidak menyediakan *catering* di cabin maka secara otomatis kadar kebersihan pesawat relatif terjaga dengan baik jadi tidak memerlukan jasa *cleaning service cabin* yang kompleks seperti pada umumnya maskapai *full service* .

5. KESIMPULAN

Nah jika dilihat beberapa penghematan yang dilakukan LCC yang konsisten seperti contoh kasus Air Asia Indonesia maka tidak bisa dipungkiri bahwa hampir semua operator penerbangan di Indonesia sebenarnya masih berkonsep Penerbangan ber tariff Murah bukan berkonsep penerbangan ber biaya Murah .

Karena kenyataannya bahwa semua maskapai masih memerlukan jasa *full service cleaning service* pada *ground time*, masih memberikan catering –walaupun kadarnya diturunkan ke makanan ringan (permen dan minuman mineral saja—ini yang paling bisa ditekan hematnya), masing masing mempunyai *call center* – ini cost nya besar juga –jadi maskapai berkonsep *low cost* di tanah air air masih rancu dalam meng *adopt konsep low cost carrier*, karena kenyataan dilapangan, maskapai maskapai di Indonesia masih memberikan *full service* seperti masing masing maskapai mempunyai *call center*, masih menggunakan *paper tiket* – Garuda Indonesia per 1 Maret 2006 sudah menggunakan Electronic Tiket seharusnya kalau mau irit pergunakan saja *electronic tiket (paperless)*, masih menggunakan jasa *cleaning service* pesawat (saya dengar dari salah satu Direktur Ground handling ternama di tanah air – Air Asia Indonesia tidak menggunakan jasa *cleaning service* –pramugari mereka yang mernagkap membersihkan pesawat pada waktu *ground time*) –berapa biaya yang dapat dihemat, maka tidak heran kalau tiket Air Asia bisa begitu murah karena mereka bisa menghemat item item cost yang tidak perlu.

Semangat *cost awareness* inilah yang harus pula ditiru oleh semua maskapai domestik di Tanah air apalagi maskapai swasta di Indonesia selalu mengembar gemborkan juga maskapai yang berbasis *low cost carrier* tetapi pada pelaksanaannya kami kira masih sebagai maskapai bertarif murah saja. Mengingat dreregulasi penerbangan komersial sipil di Indonesia pintunya sudah dibuka lebar oleh Pemerintah sebagai konsekuensi arus globalisasi maka maskapai swasta Indonesia harus cepat cepat berbenah diri, introspeksi ke manajemen internal -- jangan sampai terulang nasib seperti Bouraq Airline dan Star Air yang sudah *collapse* – dimana kambing hitamnya selalu biaya avtur yang dituding biang keladinya padahal sebenarnya sangat kental pengelolaan *cost structure* nya padahal yang jelas masih tidak profesionalnya maskapai

mengelola biaya biaya rutin nya. Melihat prediksi ke depan bahwa *low cost carrier* akan semakin diminati pasar domestik dan regional maka *operator* penerbangan domestik harus segera berbenah diri sehingga maskapai kita dapat menjadi raja di negeri sendiri.

Rekomendasi

a. di era tahun 1999 sampaidengan 2008 walaupun diakui jumlah maskapai berjadual diindonesia saat itu mencapai sekitar 15 maskapai, namun diakui masih banyak yang belum sehat manajemannya sehingga berakibat persaingan di lapangan menjadi tidak sehat yang berakibat sebagai berikut :

0 Banyaknya terjadi kecelakaan fatal pesawat misalnya : nyasarnya pesawat Adam air yang harusnya rute jakarta ke Makassar namun kenyataannya Adam Air landing ke bandara Tambolaka di di NTB karena radar rusak .

b. Beberapa kecelakaan fatal maskapai Lior air, Adam air dan Garuda indobesuia tahun 2007 adalah salah satu akibat miss manajemen internal dan kontrol regulator yang lemah saat tahun tahun 2007 sehingga maskapai indonesia di banned tidak boleh terbang ke Eropa akobat buruknya level safety kita saat itu .

c. Setelah terbitnya Undang undang tahun 2009 di harapkan maskapai niaga indonesia akan menjadi lebih terorganisir dan menjaga level safety dan pelayanannya.

Referensi:

- Atmadjati, arista, Booming terbang, 2009, Kala publisher sidoarjo
- Atmadjati, arista. Dinamika bisnis maskapai di indonesia era 2003 s.d 2015, Deepublish Jogja edisi th 2009.
- www. dephub.go.id /dijen hubud,2009
- lap tahunan Garuda indonesia. Th 2000
- bps.go.id
- knkt.go.id
- ap.1 dan ap2 .go.id