

Abstrak

Industri penerbangan *Low Cost Carrier* memiliki peluang yang besar di Indonesia. Semakin ketatnya persaingan, membuat Citilink harus bisa bersaing dengan *competitor*. Dengan adanya peningkatan jumlah kelas menengah di Indonesia serta tren pengguna maskapai berbiaya murah yang bertumbuh setiap tahunnya yang menjadikan maskapai penerbangan khususnya *low cost carrier* untuk tetap unggul menjadi yang utama.

Keinginan Citilink agar bisa tercapai di periode mendatang, maka dirancang suatu strategi pemasaran jasa untuk 3 tahun ke depan. Perumusan strategi dimulai dari analisis eksternal, internal dan SWOT. Kemudian dilanjutkan perancangan strategi yang berupa STP dan program pemasaran jasa dalam 3 tahun ke depan.

Kata kunci : Industri penerbangan, *Low Cost Carrier*, analisis eksternal dan internal, *SWOT analysis*, *service marketing mix*.