

ABSTRAK

Garuda Indonesia merupakan maskapai yang merupakan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) dan juga *flag carrier* di Indonesia yang mengemban amanah untuk menghubungkan berbagai wilayah di Indonesia dan luar negeri dalam hal transportasi udara. Dalam perkembangannya, di tahun 2020 perusahaan mengalami penurunan kinerja signifikan akibat pandemi virus Covid-19 yang membatasi perjalanan penumpang di seluruh dunia. Hal ini berdampak pada penurunan pendapatan Garuda Indonesia sebesar 70% di tahun 2020 (Garuda Indonesia, 2021). *International Air Transport Association* (2021) memprediksi bahwa kondisi penerbangan seperti 2019 akan pulih pada tahun 2024 karena peningkatan vaksinasi yang menyebabkan pelonggaran kembali perjalanan di dunia. Hal tersebut mengindikasikan bahwa maskapai harus mempersiapkan strategi terbaik untuk mengoptimalkan pendapatan dari penumpang dan kargo melalui peningkatan kinerja manajemen hubungan pelanggan dan penjualan. Rumusan strategi terbaik membutuhkan peran manajer dalam pengambilan keputusan atas informasi yang kredibel dari *big data* yang dimiliki perusahaan. *Big data analytics* merupakan faktor kunci dalam hal penciptaan informasi bisnis yang kredibel karena dapat mengumpulkan, mengintegrasikan, menganalisis dan menyajikan data. Oleh karena ini, penelitian ini menganalisis kemampuan manajer dalam *big data analytics* di Garuda Indonesia yang diharapkan dapat memberikan peningkatan kinerja yang signifikan, khususnya ketika kondisi bisnis penerbangan kembali normal di tahun 2024.

Metoda penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner dan observasi langsung terhadap kondisi penggunaan *big data analytics* pada 3 divisi kantor pusat yang berhubungan dengan manajemen hubungan pelanggan dan penjualan serta manajer di kantor cabang area domestik Garuda Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah melihat apakah *big data analytics* sudah secara umum dan sering digunakan serta mendapatkan masukan dan saran dari manajer terkait *big data analytics* untuk Garuda Indonesia.

Hasil penelitian manajer di kantor pusat sudah intensif menggunakan *big data analytics* dalam hal pengambilan keputusan serta manfaat yang signifikan pada peningkatan kinerja manajemen hubungan pelanggan dan terjadinya pertumbuhan penjualan. Pada kantor cabang, manajer terkendala karena *platform big data analytics* yang belum lengkap, sehingga dibutuhkan kemampuan analisis yang mendalam dalam membuat kebijakan. Semua manajer sepakat diperlukan pembelajaran terkait *big data analytics* ini agar memberikan manfaat yang signifikan bagi peningkatan kinerja.

Kata kunci: *big data analytics*, manajer, manajemen hubungan pelanggan, penjualan, Garuda Indonesia.

ABSTRACT

Garuda Indonesia is an Indonesia BUMN's (State-Owned Enterprise) airline and a flag carrier that carries the mandate to connects various regions in Indonesia and abroad in terms of air transportation. In its development, in 2020, the company experienced a significant decline in performance due to the Covid-19 virus pandemic which limited passenger travel around the world. It has an impact on Garuda Indonesia's revenue, declined by 70% in 2020 (Garuda Indonesia, 2021). The International Air Transport Association (2021) predicts that aviation conditions such as 2019 will recover in 2024 due to vaccination which lead to further easing of travel in the world. This indicates that airlines must prepare the best strategy to optimize revenue from passengers and cargo through improving customer relationship management and sales performance. The formulation of the best strategy requires the role of managers in making decisions on credible information from big data owned by the company. Big data analytics is a key factor in creation of credible business information because of collecting, integrating, analyzing, and presenting data. Therefore, this study analyzes the ability of managers in big data analytics at Garuda Indonesia which is expected to provide a significant increase in performance, especially when aviation business conditions return to normal in 2024.

The research methods used in this study were interviews, questionnaires, and direct observation of the conditions of using big data analytics in 3 divisions of the head office related to customer relationship management and sales as well as managers at domestic branch offices of Garuda Indonesia. The purpose of this research is to see whether big data analytics is commonly and frequently used and to get input and suggestions from managers regarding big data analytics for Garuda Indonesia.

The results of the research of managers at the head office have intensively used big data analytics in terms of decision making and have significant benefits in improving customer relationship management performance and the occurrence of sales growth. At branch offices, managers are constrained because the big data analytics platform is not yet complete, so in-depth analysis skills are needed in making policies. All managers agree that learning about big data analytics is needed to provide significant benefits for improving performance.

Keywords: big data analytics, manager, customer relationship management, sales, Garuda Indonesia.