

INTISARI

Industri perusahaan penerbangan domestik di Indonesia tumbuh dengan pesat, dengan jumlah perusahaan penerbangan yang semakin banyak. Pertumbuhan ini diikuti dengan persaingan tajam yang ditandai dengan adanya perang tarif seperti menetapkan tarif yang sangat murah, diskon harga yang tinggi, dan kemudahan untuk mendapatkan tiket. Oleh karena itu peran Garuda Indonesia Travel Fair (GATF) adalah sebagai salah satu strategi pemasaran dalam penjualan tiket murah.

Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui seberapa penting peran Garuda Indonesia *Travel Fair* terhadap penjualan tiket Garuda Indonesia kepada masyarakat. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui wawancara, studi pustaka, dan observasi langsung guna mempelajari dan melihat secara nyata bagaimana proses penjualan tiket murah Garuda Indonesia *Travel Fair* khususnya pada stan Aerotravel Yogyakarta.

Hasil analisa terbukti bahwa pelaksanaan GATF kembali digelar tahun 2016 bertujuan untuk melayani masyarakat untuk berwisata pada periode tertentu. Aerotravel Yogyakarta sebagai biro perjalanan wisata dan sebagai anak perusahaan Garuda Indonesia *Group* membuka peluang dengan cara membuka stan. Pada GATF 2015 berlangsung 03 - 05 April berlokasi di Ambarukmo Plaza. Berbeda dengan tahun lalu, GATF 2016 berlangsung 29 April – 01 Mei di Jogja City Mall. Perbandingan GATF 2015 dengan 2016 terjadinya peningkatan penjualan pada tiket domestik. Untuk tiket *international* terjadi penurunan dari tahun 2015 dibandingkan dengan 2016.

Kata kunci : Aerotravel Yogyakarta, Garuda Indonesia *Travel Fair*, Pemasaran, Yogyakarta

ABSTRAK

Domestic airline industry in Indonesia is growing up with a number of airline companies. This growth followed by sharp competition marked by fare wars as set very low rates, high discount price, and the easiness of getting a ticket. Therefore the role of Garuda Indonesia Travel Fair (GATF) is one of the marketing strategies in the sale of cheap tickets.

The purpose of writing this final project is to find out how important the role of Garuda Indonesia Travel Fair on Garuda Indonesia ticket sales to the public. Data collection method used is through interviews, literature review, and direct observation to study and appreciate the reality of how the process of selling cheap tickets on the 2016 Yogyakarta Garuda Indonesia Travel Fair via booth Aerotravel.

The results of the analysis proved that the implementation of the GATF was held back in 2016 aiming to serve the community for a tour at a certain period. Aerotravel Yogyakarta as a travel agency and a subsidiary of Garuda Indonesia Group got opportunities to participate by opening a booth. In 2015 GATF hold on April 3-5 located in Ambarukmo Plaza. In contrast to last year, GATF 2016 hold in April 29 till May 01 at Jogja City Mall. Comparing with last year, ticket selling in the 2016 GATF was increase in domestic ticket sales, but decrease for international tickets.

Keywords: *Aerotravel Yogyakarta, Garuda Indonesia Travel Fair, Marketing, Yogyakarta*