UNIVERSITAS
GADJAH MADA
EVALUASI IMPLEMENTASI STRATEGI FULL SERVICE CARRIER PT. GARUDA INDONESIA, TBK DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN INDUSTRI PENERBANGAN DOMESTIK
NI GUSTI AYU KETUT N, Harsono, Dr., M.Sc. DBA
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

PT. Garuda Indonesia, Tbk sebagai maskapai *flight carrier* Indonesia yang menerapkan konsep pelayanan *Full Services Carrier* (FSC) mulai merasakan dampak dari ketatnya persaingan di lingkup domestik. Pertumbuhan maskapai *Low Cost Carrier* (LCC) tidak dapat dipungkiri mulai menjadi ancaman bagi PT. Garuda Indonesia, Tbk karena dapat dikatakan maskapai LCC merupakan produk substitutif. Hal ini terlihat dari pertumbuhan jumlah penumpang maskapai LCC yang cenderung lebih tinggi. Salah satu faktor yang membedakan antara maskapai FSC dengan LCC adalah jenis layanan yang ditawarkan. Persaingan ketat dalam lingkup domestik sebaiknya dapat dilawan dengan kualitas pelayanan level eksklusif yang dapat meningkatkan preferensi pilihan masyarakat kelas menengah ke atas untuk tetap memilih terbang dengan maskapai pembawa nama bangsa ini. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi pada implementasi strategi pelayanan *Full Services* PT. Garuda Indonesia, Tbk. Apabila kualitas pelayanan yang ditawarkan ternyata tidak memberikan *added value* yang sesuai dengan harga yang ditetapkan perusahaan, maka hal tersebut dapat mengancam *sustainability* PT. Garuda Indonesia dalam persaingan di lingkup domestik.

Metode penelitian yang diterapkan adalah metode kualitatif. Kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan data-data, hasil pengamatan dan wawancara terhadap 9 narasumber dari unit analisis. Penelitian dilakukan dengan menganalisis 10 tugas dasar dalam pengimplementasian strategi yang sukses berdasarkan pada teori Thompson & Strickland. Setelah melakukan analisis tersebut, maka selanjutnya akan dilakukan pengukuran *Key Performance Indicator (KPI)*.

Berdasarkan hasil penelitian didapat fakta bahwa konsep pelayanan strategi *full services* masih belum optimal dirasakan oleh penumpang. Hal ini dikarenakan masih terdapat permasalahan dari tiga sisi Pelayanan yaitu *Pre-Flight* (Pelayanan *Check-In Counter*), *Inflight Services* (*Food & Beverages (F&B)* dan *Cabin Services*), dan *Post Flight Services* (*Baggage Services*). Permasalahan yang sering muncul pada area pelayanan tersebut meliputi lamanya waktu *check-in*, lamanya pengantaran bagasi, kualitas hidangan *F&B* yang kurang memuaskan *customer*, pelayanan dari pramugari yang terkadang dinilai kurang ramah dan *Delay* penerbangan yang disebabkan oleh pemenuhan kebutuhan *service*. C*orrective Action* yang dapat dilakukan oleh PT. Garuda Indonesia, Tbk untuk dapat meningkatkan *performance* dari ketiga sisi pelayanan tersebut yaitu dengan membuat pola perhitungan jumlah *check-in counter* yang aktif pada jam operasional baik periode *peak* maupun *low season*, menambah jumlah unit BTT serta menambah jumlah staf yang mengoperasikannya, mempercepat proses akselerasi kenaikan kualifikasi *rating* Pramugari, dan peningkatan fungsi pengawasan terhadap kualitas *inflight services* khususnya *Food and Beverages.*

Kata Kunci: *Evaluation Strategy, Key Performance Indicators, Full Service Carrier, Low Cost Carrier, Competitive Advantage*

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
EVALUASI IMPLEMENTASI STRATEGI FULL SERVICE CARRIER PT. GARUDA INDONESIA, TBK DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN INDUSTRI PENERBANGAN DOMESTIK
NI GUSTI AYU KETUT N, Harsono, Dr., M.Sc. DBA
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

PT. Garuda Indonesia, Tbk as the flight-carrier airline of Indonesia which implement the concept of service: Full Services Carrier(FSC) began to experience the effects of intense competition in the domestic area. The growth of Low Cost Carrier (LCC) can't be denied started to become a threat to PT. Garuda Indonesia, Tbk since it can be said that LCC is a substitutive product. It can be seen from the increasing number of LCC passengers. One of the factors that differentiate between FSC than LCC is the type of services offered. The strict competition in the domestic area should be combated with an exclusive level of service quality that can improve people's choice preferences of upper middle class to still choose to fly with the airline carrying the name of this nation. Therefore, it is necessary to evaluate the implementation of the service strategy Full Services PT. Garuda Indonesia, Tbk. If the quality of service offered did not provide added value in accordance with the price set by the company, then it can threaten the sustainability of PT. Garuda Indonesia in competition in the domestic area.

The research method applied is qualitative method. The criteria used in this research are by comparing data, observations result and interviews with nine speakers from the unit of analysis. The study was conducted by analyzing 10 of the basic tasks in the implementation of a successful strategy is based on the theory of Thompson & Strickland. After doing the analysis, then the next will be the measurement of Key Performance Indicator (KPI).

Based on the results obtained the facts that the concepts of service strategy of full services are still not optimal felt by passengers. This is because there is still a problem from three sides, namely Pre-Flight Services (Service Check-In Counter), Inflight Services (Food & Beverages (F & B) and Cabin Services), and Post Flight Services (Baggage Services). Problems often arise in the service area covers the length of time of check-in, baggage delivery duration, quality dishes F & B unsatisfactory customer, service of flight attendants who are sometimes considered less friendly, and flight delay caused by fulfillment service. Corrective Action that can be done by PT. Garuda Indonesia, Tbk to be able to improve the performance of the three sides of these services is to create a pattern calculation of the number of check-in counters are active on the operating hours both of peak periods or low season, increase the number of units BTT and increase the number of staff who operate it, accelerate the rising process of flight attendant qualification rating and increased oversight of the quality of inflight services in particular Food and Beverages.

Keywords: *Evaluation Strategy, Key Performance Indicators, Full Service Carrier, Low Cost Carrier, Competitive Advantage*