BAB II

GAMBARAN PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Garuda Indonesia

PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk atau yang biasa dikenal dengan Garuda Indonesia merupakan maskapai penerbangan nasional yang mengibarkan bendera Indonesia di seluruh dunia dan merupakan salah satu maskapai penerbangan terbaik di Indomesia. Di usianya yang ke-74, atau tiga perempat abad, Garuda Indonesia telah mengalami banyak sekali sejarah.

Awalnya dikenal sebagai Indonesian Airways, maskapai ini mulai beroperasi pada masa pendudukan Belanda di tahun 1940-an. Pada awalnya, pemerintah Indonesia dan maskapai penerbangan Belanda, *Koninklijke Luchtvaart Maatschappij* (KLM), berkolaborasi untuk mendirikan Garuda Indonesia. Pada bulan Desember 1949, Belanda didesak oleh perjanjian Konferensi Meja Bundar (KMB) untuk mengalihkan seluruh aset pemerintah Hindia Belanda kepada pemerintah Indonesia, termasuk maskapai penerbangan KLM *(Koininklijke Luchtvaart Maatschppij-Inter-Insulair Bedrijf)*. Pada tahun 1950, Angkatan Udara Republik Indonesia (AURI) menerima seluruh awak dan pesawatnya kembali ke Indonesia. Presiden Soekarno mengubah namanya menjadi Garuda Indonesia dan menjadikannya sebagai perusahaan milik negara dengan armada 38 pesawat pada tahun yang sama.

Saat ini, dengan menggunakan armada sebanyak 142 pesawat, Garuda Indonesia telah melayani lebih dari 60 rute penerbangan di Indonesia dan di seluruh dunia. Konsep layanan *"Garuda Indonesia Experience"* yang diimplementasikan di seluruh *touch point* layanan penerbangan dengan mengadaptasi nilai *"Indonesian Hospitality"* yang menampilkan keramahtamahan dan kekayaan budaya asli Indonesia merupakan salah satu keunggulan terbaik Garuda Indonesia sebagai maskapai penerbangan nasional yang beroperasi di bawah bendera Indonesia.

Garuda Indonesia mengoperasikan beberapa penerbangan harian langsung dari Jakarta (Bandara Internasional Soekarno-Hatta - CGK) ke Denpasar, Bali (Bandara Internasional Ngurah Rai - DPS). Jumlah penerbangan harian bervariasi, dengan rata-rata sekitar 5 hingga 6 penerbangan setiap harinya. Penerbangan ini berlangsung selama kurang lebih 1 jam 55 menit. Jenis pesawat yang digunakan untuk rute ini meliputi Boeing 737-800 dan Airbus A330-300.

2.2 Visi dan Misi

2.2.1 Visi

"Mengembangkan keramahtamahan Indonesia dan menghubungkan Indonesia dengan dunia untuk menjadi grup penerbangan yang berkelanjutan."

2.2.2 Misi

"Berfokus pada standar keselamatan yang tinggi dan layanan yang berorientasi pada pelanggan yang disediakan oleh karyawan yang profesional dan memiliki semangat tinggi, seraya memperkuat fondasi bisnis melalui pertumbuhan

pendapatan yang kuat, penerapan kepemimpinan biaya, efektivitas organisasi, dan penguatan sinergi grup.”

2.3 Tata Nilai Perusahaan

AKHLAK merupakan seperangkat nilai yang dikembangkan oleh Garuda Indonesia dan diperkenalkan pada tanggal 14 Oktober 2020. Nilai-nilai berikut ini merupakan penjabaran dari nilai-nilai AKHLAK:

1. **A**manah: Garuda Indonesia memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
2. **K**ompeten: Garuda Indonesia terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
3. **H**armonis: Garuda Indonesia peduli dan menghargai berbagai perbedaan.
4. **L**oyal: Garuda Indonesia berkomitmen dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara.
5. **A**daptif: Garuda Indonesia akan terus memunculkan ide-ide baru dan bersemangat untuk mendorong atau menerima perubahan.
6. **K**olaboratif: Garuda Indonesia mendorong kerjasama yang sinergis.

Gambar 2. 1 Logo AKHLAK

Sumber: PT Garuda Indonesia, Tbk

2.4 Logo Garuda Indonesia

Salah satu komponen utama dari identitas visual pada sebuah perusahaan adalah logo, seperti halnya dengan maskapai Garuda Indonesia. Kebanggaan, kepercayaan, dan kualitas layanan yang tinggi yang dipromosikan Garuda Indonesia di sektor penerbangan, semuanya dilambangkan oleh logo yang melambangkan nilai-nilai dan citra perusahaan.

Gambar 2. 2 Logo PT Garuda Indonesia, Tbk

Sumber: PT Garuda Indonesia, Tbk

Berdasarkan logo Garuda Indonesia, Negara Kesatuan Republik Indonesia diwakili oleh kepala burung Garuda. Lima sayap mewakili tujuan perusahaan untuk terus terbang dan mengangkut penumpang ke lima benua (Asia, Australia, Afrika, Amerika, dan Eropa) dilambangkan dengan lima sayap pada logogram. Hal ini juga melambangkan tujuan perusahaan untuk terus "terbang tinggi" dan menatap masa depan dengan menciptakan industri penerbangan yang berkelanjutan dan tangguh. Logo Skyteam menandakan bahwa Garuda Indonesia secara resmi telah bergabung dengan *Skyteam Alliance*, salah satu dari tiga aliansi terbesar di dunia. Garuda Indonesia menggunakan warna biru untuk merepresentasikan keindahan laut dan langit Indonesia sebagai negara kepulauan. Warna hijau tosca untuk merepresentasikan warna alam Indonesia dan warna abu-abu melambangkan warna

netral yang diterapkan pada font logo sebagai hasil dari pembaruan merek. Karena abu-abu adalah warna netral yang lebih mudah beradaptasi, warna ini dapat membantu logo tampak lebih "bersih", modern, dan menyatu dengan skema warna bisnis saat ini.

2.5 Armada dan Wilayah Operasional

Garuda Indonesia sebagai maskapai *full service carrier* memiliki berbagai jenis pesawat yang dipakai yaitu jenis Boeing B737-800NG untuk rute jarak pendek dan regional, Airbus A330-200/300/900neo untuk rute jarak menengah dan Boeing B777-300ER untuk rute jarak jauh.

Tabel 2. 1 Jenis Pesawat Maskapai Garuda Indonesia

Pesawat	Beroperasi	Jumlah Kursi
Airbus A330-200	3 unit	222
Airbus A330-300	16 unit	251
Airbus A330-900neo	3 unit	301
Boeing 737-800NG	39 unit	174
Boeing 777-300ER	8 unit	314
Airbus A330-300F	2 unit	Kargo
Boeing 737-800	1 unit	Kargo
Total	**72 unit**	

Garuda Indonesia terhubung dengan setiap wilayah Indonesia dan dunia, 37 lebih tujuan domestik dan 14 tujuan internasional. Garuda Indonesia mengoperasikan hampir 600 penerbangan setiap harinya. Berikut adalah kota-kota dan negara yang dilayani penerbangan oleh maskapai Garuda Indonesia:

- **Domestik**

No.	Kota	Nama Bandara
1.	Jakarta	Soekarno-Hatta (CKG) & Halim Perdana Kusuma (HLP)
2.	Bandung	Husein Sastranegara (BDO)

3.	Semarang	Jenderal Ahmad Yani (SRG)
4.	Yogyakarta	Yogyakarta (YIA)
5.	Solo	Adi Soemarmo (SOC)
6.	Surabaya	Juanda (SUB)
7.	Malang	Abdulrachman Saleh (MLG)
8.	Denpansar	Ngurah Rai (DPS)
9.	Lombok	Zainuddin Abdul Madjid (LOP)
10.	Kupang	El Tari (KOE)
11.	Makassar	Sultan Hasanuddin (UPG)
12.	Balikpapan	Sultan Aji Muhammad Sulaiman Sepinggan (BPN)
13.	Banjarmasin	Syamsudin Noor (BDJ)
14.	Medan	Kuala Namu (KNO)
15.	Pekanbaru	Sultan Syarif Kasim II (PKU)
16.	Padang	Minangkabau (PDG)
17.	Batam	Hang Nadim (BTH)
18.	Jambi	Sultan Thaha (DJB)
19.	Bengkulu	Fatmawati Soekarno (BKS)
20.	Palembang	Sultan Mahmud Badaruddin II (PLM)
21.	Tanjung Pandan	H. AS. Hanajoeddin (TJQ)
22.	Pangkal Pinang	Depati Amir (PGK)
23.	Palangkaraya	Tjilik Riwut (PKY)
24.	Pontianak	Supadio (PNK)
25.	Manado	Sam Ratulangi (MDC)
26.	Banda Aceh	Sultan Iskandar Muda (BTJ)
27.	Jayapura	Sentani (DJJ)
28.	Kendari	Haluoleo (KDI)
29.	Gorontalo	Jalaluddin (GTO)
30.	Silangit	Silangit (DTB)
31.	Banyuwangi	Banyuwangi (BWX)
32.	Labuan Bajo	Komodo (LBJ)
33.	Samarinda	APT. Pranoto (AAP)
34.	Aek Godang	Aek Godang (AEG)
35.	Yogyakarta	Adi Sutjipto (JOG)
36.	Sibolga	Dr. Ferdinand Lumban Tobing Pinangsori (FLZ)
37.	Lhoksumawe	Malikus Saleh (LSW)
38.	Gunungsitoli	Binaka (GNS)
39.	Tanjung Karang	Radin Inten II (TKG)
40.	Ketapang	Ketapang (KTG)
41.	Majalengka	Kertajati (KJT)
42.	Timika	Mozes Kilangin (TIM)
43.	Putussibau	Pangsuma (PSU)

Sumber: Wikipedia, diakses 2024

- **Internasional**

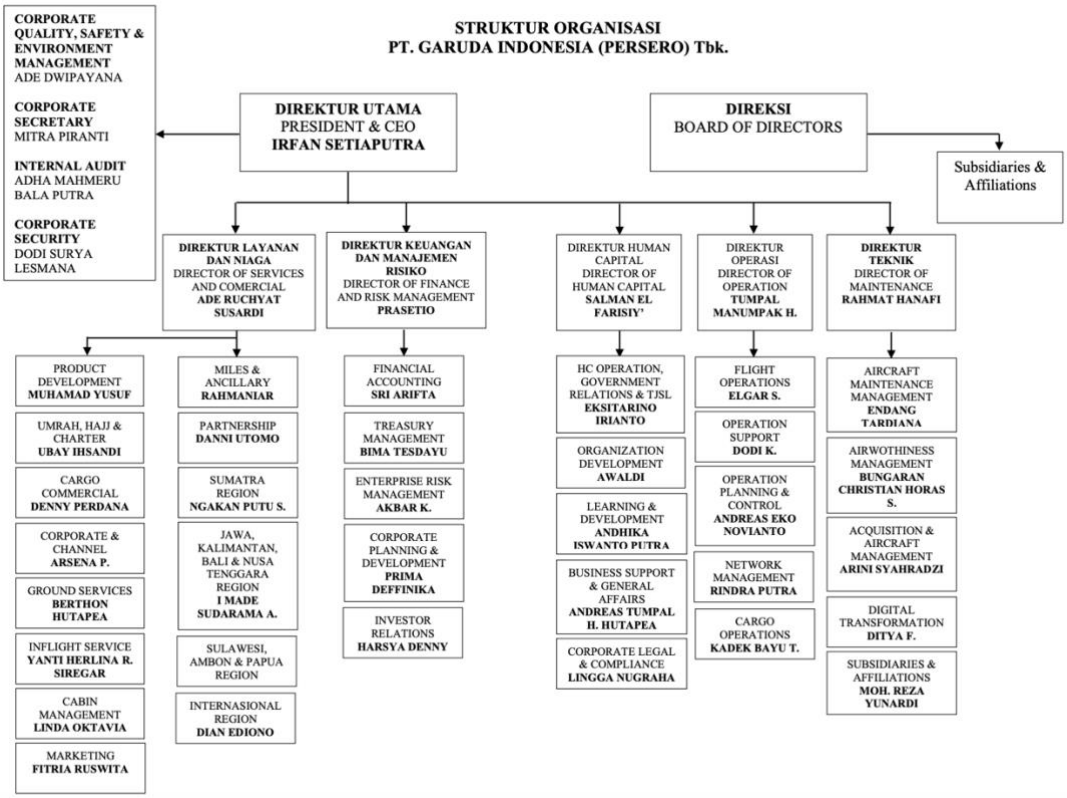
No.	Negara	Nama Bandara
1.	Australia	Sydney (SYD) dan Melbourne-Tullamarine (MEL)
2.	Arab Saudi	Raja Abdulaziz (JED) dan Pangeran Mohammad bin Abdulaziz (MED)
3.	Belanda	*Koninklijke Luchthaven Schiphol* (AMS)
4.	Hongkong	HongKong (HKG)
5.	Jepang	Haneda Kuko (HND) dan Narita Kokusai Kūkō (NRT)
6.	Korea Selatan	Icheon (ICN)
7.	Malaysia	Kuala Lumpur (KUL)
8.	Thailand	Suvarnabhumi (BKK)
9.	Tiongkok	Baiyun Guangzhou (CAN) dan Pudong Shanghai (PVG)

Sumber: Wikipedia, diakses 2024

2.6 Struktur Organisasi

Tanggal 24 Juli 2023, Direktur Utama menerbitkan Surat Keputusan No: JKTDZ/SKEP/50029/2023 tentang Organisasi Induk PT Garuda Indonesia (Persero), yang dikutip dalam struktur organisasi. Struktur organisasi Garuda Indonesia per 31 Desember 2023 adalah sebagai berikut.

Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.



Sumber: PT Garuda Indonesia, Tbk

2.7 Identitas Responden

Responden dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Responden adalah mereka yang berusia minimal 17 tahun, atau lebih, dan telah menggunakan maskapai Garuda Indonesia rute CGK-DPS minimal 2 kali dalam satu tahun. Identitas responden dideskripsikan agar dapat memahami kondisi yang ada di lapangan. Responden yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah 97 orang dan mengisi kuesioner secara *offline* dimana responden cocok dengan kriteria yang dibutuhkan

Latar belakang responden dalam penelitian ini dipastikan dengan menggunakan identitas responden. Usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, pendapatan, dan frekuensi pembelian merupakan faktor-faktor yang digunakan untuk menentukan identifikasi tersebut.

2.7.1 Responden Berdasarkan Usia

Penumpang maskapai Garuda Indonesia pada rute CGK-DPS berada di kategori umur yang beragam dari usia 17-61 tahun, responden berdasarkan usia terdapat pada tabel 2.2 sebagai berikut:

Tabel 2. 2 Tabel Usia Responden

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	17 - 21	21	21.65
2	22 - 32	36	37.11
3	33 - 43	11	11.34
4	44 - 54	20	20.62
5	55 - 61	9	9.28
Total		**97**	**100**

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.2 diatas mayoritas penumpang maskapai Garuda Indonesia rute Jakarta - Bali berusia 22-23 tahun yang berjumlah 36 orang dari 97 total responden dengan presentase 37,11%. Diikuti oleh rentang usia 17-21 yang berjumlah 21 (21,65%) dan rentang usia 44-54 tahun sebanyak 20 responden (20,62%). Hal ini menunjukkan bahwa berbagai kelompok usia menjadi penumpang maskapai Garuda Indonesia rute CGK-DPS dengan mereka yang melakukan perjalanan bersama keluarga, teman, maupun rekan kerja.

2.7.2 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir juga diperlukan untuk melakukan penelitian ini. Hal ini dikarenakan pendidikan dapat mempengaruhi preferensi dan daya tarik pembelian masyarakat. Dengan demikian, hal ini dapat mempengaruhi keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Pada tabel 2.3 dapat dilihat tingkat pendidikan terakhir responden sebagai berikut:

Tabel 2. 3 Tabel Pendidikan Terakhir Responden

No.	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMA/SMK	35	36,08
2	Diploma	12	12,37
3	Sarjana	45	46,39
4	S2/S3	5	5,15
Total		**97**	**100**

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Dari tabel 2.3 dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan terakhir dari penumpang maskapai Garuda Indonesia rute CGK-DPS paling banyak di tingkat Sarjana dengan frekuensi 45 orang dari 97 responden atau sebesar 46,39%. Diikuti dengan tingkat pendidikan SMA/SMK sebanyak 35 orang (36,08%) dan Diploma dengan 12 orang (12,37%). Tingkat pendidikan S2/S3 memperoleh paling sedikit responden yaitu sebanyak 5 orang (5,15%). Hal ini menunjukkan bahwa penumpang yang memiliki tingkat pendidikan Sarjana mayoritas memilih penerbangan dengan maskapai Garuda Indonesia.

2.7.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Minat seseorang dalam memilih produk dan melakukan pembelian dapat dipengaruhi oleh bidang pekerjaan mereka. Karena setiap pekerjaan memiliki persyaratan yang unik. Penghasilan seseorang juga dapat dipengaruhi oleh

pekerjaannya yang akan berdampak pada pengeluaran. Pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel 2.4 sebagai berikut:

Tabel 2. 4 Tabel Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pegawai BUMN/Swasta	42	43,29
2	Pelajar/Mahasiswa	23	23,71
3	Wirausaha	19	19,58
4	PNS/TNI/Polri	5	5,15
5	Lainnya	8	8,25
	Total	**97**	**100**

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Dari tabel 2.4 memperlihatkan bahwa pekerjaan responden dari penumpang maskapai Garuda Indonesia rute CGK-DPS paling banyak berprofesi sebagai karyawan BUMN/Swasta dengan jumlah 42 orang atau sebesar 43,29%. Selanjutnya ada Pelajar/Mahasiswa sebanyak 23 orang (23,71%) dan Wirausaha sebanyak 19 orang (19,58%). Dari hasil data tersebut, menunjukkan bahwa Pegawai BUMN maupun Swasta memilih maskapai Garuda Indonesia sebagai transportasi penerbangan mereka.

2.7.4 Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan

Pendapatan seseorang tidak hanya dapat memengaruhi pengeluaran mereka, tetapi juga dapat memengaruhi keputusan mereka untuk membeli suatu produk. Secara alami, untuk melakukan transaksi pembelian, pelanggan membutuhkan uang untuk membayar harga barang yang diinginkan. Baik pendapatan mereka sendiri dari pekerjaan atau uang saku dari orang tua yang bekerja untuk anak-anak mereka. Pada tabel 2.5 dapat dilihat pendapatan responden sebagai berikut:

Tabel 2. 5 Tabel Pengeluaran Responden per Bulan

No.	Pendapatan	Frekuensi	Presentase (%)
1	≤ Rp 1.000.000	0	
2	> Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	8	8,25%
3	> Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	22	22,68%
4	≥ Rp 5.000.000	67	69,07%
	Total	**97**	**100**

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Tabel 2.5 diatas sebagai tabel pengelompokkan pengeluaran responden per bulan yang menggunakan maskapai Garuda Indonesia rute CGK-DPS. Tabel tersebut menghasilkan mayoritas penumpang memiliki pengeluaran sebesar ≥ Rp 5.000.000 yaitu dengan 67 orang dari 97 responden atau senesar 69,07%. Diikuti dengan rentang pendapatan > Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000 sebanyak 22 orang (22,68%) dan rentang > Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000 sebanyak 8 orang (8,24%).

2.7.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Kategori responden ditentukan berdasarkan frekuensi atau jumlah pembelian penggunaan maskapai Garuda Indonesia rute CGK-DPS yang dilakukan selama satu tahun terakhir. Tabel 2.6 menunjukkan frekuensi pembelian responden sebagai berikut:

Tabel 2. 6 Tabel Frekuensi Pembelian Responden

No.	Pembelian	Frekuensi	Presentase (%)
1	2 - 3 kali	60	61,85
2	4 - 5 kali	13	13,40
3	> 5 kali	24	24,74
	Total	**97**	**100**

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.6 diatas menunjukkan frekuensi pembelian penumpang maskapai Garuda Indonesia rute Jakarta - Bali yang diperoleh sebanyak 97 responden menyatakan bahwa 60 orang dari mereka telah melakukan pembelian sebanyak 2-3 kali dengan presentase 61,85%. Selanjutnya sebanyak 24 orang (24,74%) melakukan pembelian > 5 kali dan 13 orang (13,40%) melakukan pembelian sebanyak 4-5 kali dalam setahun terakhir.