

**BAB II**  
**GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN PT. GARUDA INDONESIA**  
**(PERSERO) Tbk BRANCH OFFICE KOTA SEMARANG**  
**& IDENTITAS RESPONDEN**

**2.1 Sejarah Perkembangan PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk**

PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk adalah maskapai penerbangan nasional yang dimiliki oleh Pemerintah Indonesia (BUMN). Sejarah berdirinya PT Garuda Indonesia bermula pada tanggal 16 Juni 1948. Presiden pertama RI, Ir Soekarno memberikan idennya di depan sejumlah pemuka pedagang Aceh untuk membeli pesawat DC 3 (Dakota) dalam rangka melanjutkan dan meningkatkan revolusi kemerdekaan melawan Belanda. Pidato Soekarno yang berkhayala tersebut dapat memukau dan meyakinkan mereka sehingga dalam tempo dua hari, mereka dipimpin oleh Bapak Djuned Yusuf dan Bapak Said Muhammad Alhabsyi, berhasil mengumpulkan uang sebanyak 130.000 Strait Dollar dan 20 kg emas (Rispan, 2005).

Dengan modal tersebut Opsir Udara II, Wiseko Supomo selaku ketua misi pembelian yang kemudian disusul oleh beberapa pedagang Aceh pergi ke Singapura untuk membeli pesawat DC-3 (Dakota). Pada akhir Oktober 1948 pesawat tersebut dibawa ke Indonesia dan ditempatkan di Maguwo, Yogyakarta. Pesawat tersebut kemudian diberi nama RI 001 "SEULAWAH" (gunung emas) yang diambil dari nama sebuah gunung di Aceh, sebagai ucapan terima kasih kepada rakyat Aceh (Rispan, 2005). Seperti yang diungkapkan Rispan (2005) perusahaan penerbangan bernama Garuda Indonesia Airways dinyatakan berdiri bersamaan dengan pengakuan kedaulatan Republik Indonesia pada tanggal 27

Desember 1949. Tetapi sejarah mencatat bahwa pada tanggal 26 Januari 1949 merupakan hari lahirnya penerbangan niaga Indonesia.

Pada awalnya Garuda Indonesia merupakan hasil kerjasama antara pemerintah Indonesia dengan Koninklijke Luchtvaart Maatschappij (KLM), yang merupakan maskapai Belanda yang kemudian semua sahamnya dimiliki oleh Indonesia pada tahun 1953. Pada tahun 1953, Garuda Indonesia telah berhasil memiliki 27 pesawat berserta staf-staf profesional.

Perkembangan penyedia jasa penerbangan Garuda Indonesia semakin meningkat. Pada tahun 1960-an, Garuda Indonesia mendatangkan tiga pesawat turboprop Lockheed L-188C Electra seiring dengan dibuka-nya rute penerbangan baru ke Hong Kong. Beberapa tahun kemudian, Garuda kembali mendatangkan tiga pesawat baru jenis Convair 990A yang merupakan pesawat yang memiliki kecepatan tinggi dengan teknologi canggih. Dengan pesawat baru ini, Garuda kembali membuka rute penerbangan dari Jakarta ke Amsterdam melewati Kolombo, Bombay, Roma, dan Praha. Tak berhenti sampai di sana, pada tahun 1966, Garuda kembali mendatangkan pesawat jet baru, yaitu Douglas DC-8 dan membeli beberapa pesawat turboprop baru, Fokker F27 guna melayani penerbangan domestik.

Pada awal tahun 1970-an Garuda kembali memperkuat armada-nya dengan membeli beberapa jenis *narrow-body jet* yaitu McDonnell-Douglas DC-9 dan Fokker F28 serta pesawat jenis turboprop Fokker F27 guna mendukung penerbangan domestik. Kemudian pada tahun 1973, guna memenuhi penerbangan internasional, seperti tujuan Eropa, Asia dan Australia, Garuda kembali mengirim

pesawat McDonnell Douglas DC-10-30 dan Douglas DC-8. Selanjutnya untuk penerbangan ke Eropa dan Amerika Serikat Garuda mengoperasikan Boeing 747-2U3B baru-nya.

Setelah kembali menata krisis keuangan yang melanda Garuda. Garuda mulai mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia sejak tanggal 11 Februari 2011. Selain itu, Garuda juga menjadi sponsor dalam pagelaran SEA Games 2011 yang digelar di Jakarta dan Palembang. Pada tahun 2012, Garuda Indonesia juga menjalin kerjasama dengan salah satu klub sepak bola Inggris, Liverpool FC sebagai Partner Resmi Liverpool FC dan Partner Maskapai Penerbangan Global Resmi Liverpool FC.

Dengan pendekatan berorientasi “melayani”, Garuda Indonesia bertujuan menjadi penyedia layanan terdepan bagi wisatawan di negara inisekaligus menyediakan layanan pengiriman barang melalui udara. Grup Garuda Indonesia pada saat ini memiliki lima anak perusahaan yakni PT Aerowisata, PT GMF Aero Asia, PT Abacus Distribution System, PT Gapura Angkasa dan PT Aero System Indonesia Pada bulan Februari 2011, Garuda Indonesia telah menjadi Perusahaan Publik dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Sekarang PT. Garuda Indonesia adalah maskapai penerbangan Indonesia yang berkonsep sebagai *full service airline* (maskapai dengan pelayanan penuh). Dengan mengoperasikan 82 armada untuk melayani 33 rute domestik dan 18 rute internasional termasuk Asia (Regional Asia Tenggara, Timur Tengah, China, Jepang dan Korea Selatan), Australia serta Eropa (Belanda).

Berbagai penghargaan pun telah diterima oleh Garuda Indonesia sebagai bukti dari keunggulannya.”. Pada Juli 2012, Garuda Indonesia mendapatkan penghargaan sebagai “*World’s Best Regional Airline*” dan “Maskapai Regional Terbaik di Dunia”

Selanjutnya pada tahun 2014, Skytrax menobatkan Garuda Indonesia sebagai “*Five Star Airline*” dan sebagai “*The World’s Most Best Improved Airline*”.

Dengan pendekatan berorientasi “melayani”, Garuda Indonesia bertujuan menjadi penyedia layanan terdepan bagi wisatawan di negara ini sekaligus menyediakan layanan pengiriman barang melalui udara. Grup Garuda Indonesia pada saat ini memiliki lima anak perusahaan yakni PT Aerowisata, PT GMF Aero Asia, PT Abacus Distribution System, PT Gapura Angkasa dan PT Aero System Indonesia Pada bulan Februari 2011, Garuda Indonesia telah menjadi Perusahaan Publik dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### **2.1.1 Sejarah Perkembangan PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk *Branch Office Semarang***

Pada bulan Desember 1995, Garuda Indonesia pertama kali membangun kantor cabangnya di Semarang setelah sebelumnya di *handle* oleh Merpati Airlines yang tidak lain juga merupakan anak perusahaan Garuda Indonesia. Tindakan Garuda Indonesia mengambil alih penerbangan Merpati Airlines ini adalah dikarenakan pada saat itu kota Semarang didominasi oleh perusahaan maskapai penerbangan merek lain yang lebih diminati konsumen. Selain itu, Semarang juga memiliki potensi yang cukup besar. Semarang dianggap sebagai *shuttle service* atau jalur gemuk yaitu, dalam kurun waktu satu hari, jadwal

penerbangan mencapai lebih dari sepuluh kali penerbangan, sehingga Garuda Indonesia membuka cabang di Semarang (Erwin Gozali, Supervisor *Expense/Assets Accounting Garuda Indonesia Branch Office Semarang*. 2013)

## 2.2. Visi dan Misi PT. GARUDA INDONESIA (PERSERO)

- Visi :

Visi adalah rangkaian kalimat yang menatakan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai dimasa depan. Adapun visi Garuda Indonesia yaitu “Menjadi perusahaan penerbangan yang handal dengan menawarkan layanan yang berkualitas kepada masyarakat dunia menggunakan keramahan Indonesia”. Dengan demikian Garuda Indonesia memiliki visi untuk menjadi maskapai penerbangan nasional yang bukan hanya menguasai pasar dalam negeri namun juga merambah ke pasar luar negeri. Visi ini telah diwujudkan oleh Garuda Indonesia dengan cara perusahaan melakukan ekspansi bisnis ke luar negeri melalui dibukanya banyak destinasi penerbangan baru di berbagai negara benua Eropa, Asia, maupun Australia.

- Misi :

Misi adalah rangkaian kalimat yang menyatakan tujuan atau alasan eksistensi organisasi yang memuat apa yang disediakan oleh organisasi kepada masyarakat baik berupa produk atau jasa. Misi Garuda Indonesia yaitu :

“Sebagai perusahaan penerbangan pembawa bendera bangsa (*flag carrier*) Indonesia yang mempromosikan Indonesia kepada dunia guna menunjang pembangunan ekonomi nasional dengan memberikan pelayanan yang professional”

Misi Garuda Indonesia ini dibuat dengan tujuan untuk menjadikan Garuda Indonesia sebagai maskapai penerbangan *flag carrier* yang diperhitungkan di dunia dengan menonjolkan keramahan dan keragaman budaya Indonesia. Cara yang dilakukan oleh Garuda Indonesia dalam misinya ini yaitu dengan mengimplementasikan strategi yang tepat untuk selalu berhasil membukukan keuntungan, dengan cara *operating profit margin* yang lebih baik dari rata-rata industri, sekaligus mempertahankan reputasi yang baik, terpadang dan disegani. Untuk memperoleh reputasi itu, *safety and quality record* haruslah mengesankan tercapai kecelakaan nihil. Selain itu Garuda Indonesia mengimplementasikan strategi untuk memberikan layanan yang memuaskan. Lalu untuk mempromosikan Indonesia kepada dunia Garuda Indonesia mengimplementasikan strategi untuk mengembangkan jaringan rute yang menjangkau lima benua di seluruh dunia, baik penerbangan langsung maupun melalui kerja sama aliansi strategis dengan maskapai lain. Kemudian Garuda Indonesia juga mengimplementasikan strategi pelayanan yang unik, yang membedakan dari maskapai penerbangan lain. Dalam rangka mewujudkan misi tersebut, perusahaan menghadirkan nuansa nuansa keramahan Indonesia sebagai sesuatu yang khas pada setiap rute yang dilayani Garuda Indonesia sehingga perjalanan terbang bersama Garuda Indonesia menjadi sebuah pengalaman yang spesial.

### **2.3 Budaya Perusahaan PT. GARUDA INDONESIA (Persero) Tbk**

Budaya perusahaan terdiri dari serangkaian tata nilai dan praktek kerja yang disumbangkan oleh anggota group atau perusahaan yang memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku anggotanya. Sehingga budaya

perusahaan berupa tata nilai yang menjadi pegangan pegawai sebagai anggota organisasi dalam menjalankan kewajiban dan perilakunya di dalam organisasi.

### **2.3.1 Tata Nilai Perusahaan ‘FLY-HI’ pada PT. GARUDA INDONESIA (Persero) Tbk**

Tata nilai perusahaan (*corporate values*) adalah perilaku, prinsip atau konsep tertentu yang dianggap sangat penting oleh organisasi. Tata Nilai diakui sebagai kekuatan dalam mengintegrasikan struktur, proses dan strategi dalam mencapai tujuan jangka panjang. Kehadiran tata nilai yang dikemas dengan apik terbukti membuat organisasi berkarakter dan mampu menunjukkan eksistensinya sehingga membentengi perusahaan dari berbagai krisis.

#### **Gambar 2.1 Tata Nilai PT. GARUDA INDONESIA**



Sumber : PT. Garuda Indonesia, 2017

Tata Nilai Perusahaan yang disebut sebagai ‘FLY-HI’ terdiri dari: *eFficient & effective, Loyalty, Customer CentricitY, Honesty & openness*, dan *Integrity*. Berikut merupakan tata nilai yang dianut oleh Garuda Indonesia :

#### *a. Efficient & effective*

Insan Garuda Indonesia senantiasa melakukan tugas yang diembannya secara teliti, tepat dan akurat dalam waktu sesingkat mungkin dan tenaga serta biaya seefisien mungkin tanpa mengorbankan kualitas. Hal ini didasari keyakinan bahwa Garuda Indonesia berupaya menjamin pelanggan memperoleh layanan yang berkualitas.

b. *Loyalty*

Insan Garuda Indonesia dapat melaksanakan setiap tugas yang didelegasikan kepadanya dengan penuh dedikasi, tanggung jawab dan disiplin. Hal ini didasari keyakinan bahwa Garuda Indonesia berupaya menjamin konsistensi kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan

c. *Customer Centricity*

Insan Garuda Indonesia senantiasa penuh perhatian, siap membantu dan melayani. Hal ini didasari keyakinan bahwa Garuda Indonesia berupaya menempatkan pelanggan sebagai pusat perhatian.

d. *Honesty & openness*

Insan Garuda Indonesia harus selalu jujur, tulus dan ikhlas dalam menjalankan seluruh aktivitasnya dan melakukan komunikasi dua arah yang jelas dan transparan dengan memperhatikan prinsip kehati-hatian, serta tetap menjaga kerahasiaan. Hal ini didasari keyakinan bahwa Garuda Indonesia berupaya menjamin keamanan, keselamatan dan kenyamanan pelanggan.

e. *Integrity*

Insan Garuda Indonesia harus menjaga harkat dan martabat serta menghindarkan diri dari perbuatan tercela yang dapat merusak citra profesi dan perusahaan. Hal ini didasari keyakinan bahwa Garuda Indonesia berupaya menjamin layanan dan relasinya dengan pelanggan berjalan bersih secara hukum dan moral.

#### **2.4. Logo PT. GARUDA INDONESIA (Persero) Tbk.**

Logo merupakan suatu gambar atau sekadar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara,

lembaga/ organisasi dan hal lainnya yang dianggap membutuhkan hal singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Logo berfungsi sebagai identitas perusahaan, logo menjadi salah satu tanda pengenal yang efektif sehingga mudah di identifikasikan dan di ingat oleh masyarakat. Logo dapat dijadikan sebagai daya tarik tersendiri bagi para konsumennya karena apabila logo bagus dan menarik maka akan membuat konsumennya senang dan penasaran dengan produk yang kita tawarkan. Dengan logo suatu konsumen dapat melihat bagus tidaknya suatu perusahaan tersebut. Logo dapat dijadikan sebagai ciri khas dari perusahaan itu sendiri karena logo yang baik dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumennya. Berikut merupakan logo perusahaan Garuda Indonesia yang telah digunakan sejak tahun 2009 hingga saat ini :

### **Gambar 2.2 Logo PT. GARUDA INDONESIA**



Sumber : PT. Garuda Indonesia, 2017

Logo Sayap Alam memasuki fase pertumbuhan yang berkesinambungan dan strategi lompatan besar, pada tahun 2009 Garuda Indonesia memperbaharui identitas perusahaan agar menjadi lebih modern dan segar. Hal ini diwujudkan dengan logo “Sayap Alam” yang disematkan pada bagian ekor armadanya. Program ini juga dilengkapi dengan modernisasi armada, yaitu dengan

mendatangkan pesawat baru Boeing 737-800NG, Airbus A330-200, dan Bombardier CRJ1000 NextGen. Kini Garuda Indonesia memperkenalkan konsep layanan baru yaitu “*Garuda Indonesia Experience*”. Dalam konsep baru ini, Garuda Indonesia menggabungkan keramahan dan suasana khas Indonesia, yang berakar pada budaya bangsa.

Lalu tambahan logo Skyteam di bawahnya merupakan tanda bahwa Garuda Indonesia merupakan anggota dari Aliansi Skyteam.

## **2.5 Lokasi Perusahaan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk**

Dalam strategi pemasaran, adanya pemilihan lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Begitu juga sebaliknya, jika lokasi usaha yang dipilih tidak strategis maka penjualan pun juga tidak akan terlalu bagus.

Lokasi kantor pusat PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk terletak di Jl. MI. Area Perkantoran Gedung Garuda City Center, Soekarno-Hatta Internasional Airport Cengkareng 19120-Indonesia P.O.Box 1004. Sedangkan lokasi *Branch Office* Semarang terletak di Gedung BPD Jateng Lantai 1 dan 3 Jalan Pemuda No. 142 Kota Semarang Jawa Tengah.

## **2.6 Layanan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk**

PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk, memiliki banyak sekali produk dan layanan yang dapat dinikmati oleh pelanggannya, produk yang ditawarkan oleh PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk diantaranya adalah :

## 1. Jasa Penerbangan

Saat ini Garuda Indonesia memiliki tiga hub di Indonesia. Pertama adalah hub bisnis yang berada di Bandara Soekarno-Hatta, Jakarta. Kedua adalah hub di daerah pariwisata yang berada di Bandara Ngurah Rai, Denpasar, Bali. Kemudian untuk meningkatkan frekuensi penerbangan ke bagian timur Indonesia, Garuda Indonesia juga memiliki hub di Bandara Sultan Hasanuddin, Makassar, Sulawesi Selatan. PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. adalah maskapai pertama dan terbesar di Indonesia, Untuk penerbangan domestik Garuda Indonesia memiliki sejarah operasional terpanjang dan saat ini memiliki jaringan rute yang paling luas dibandingkan dengan maskapai penerbangan Indonesia lainnya. Per 30 September 2010, Garuda Indonesia mengoperasikan sekitar 814 layanan penumpang penerbangan berjadwal domestik pergi-pulang setiap minggu dan melayani 31 tujuan untuk penerbangan domestik yaitu Banda Aceh, Medan, Pekanbaru, Batam, Padang, Palembang, Pangkalpinang, Bandar Lampung, Jambi, Jakarta, Yogyakarta, Solo, Semarang, Ampanan, Makassar, Manado, Palangkaraya, Pontianak, Banjarmasin, Balikpapan, Kupang, Kendari, Biak, Jayapura, Timika, Ambon, Ternate, dan Palu. Sedangkan untuk penerbangan internasional, per 30 September 2010 Garuda Indonesia mengoperasikan sekitar 165 penerbangan internasional pergi-pulang setiap minggu dan melayani 19 tujuan internasional, yaitu : Bangkok, Hongkong, Kuala Lumpur, Singapura, Nagoya, Tokyo, Osaka, Seoul. Guangzho, Beijing, Shanghai, Melbourne, Perth, Sydney, Jeddah, Riyadh, Damman, Dubai, dan Amsterdam.

## 2.7 Armada PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk

Garuda Indonesia sebagai maskapai penerbangan full service pertama dan tertua di Indonesia selalu menjaga kualitas pelayanan demi menjaga kepercayaan konsumen. Salah satu hal yang dilakukan adalah dengan merevitalisasi armada pesawatnya. Armada pesawat yang terdiri dari berbagai jenis pesawat tersebut secara konsisten mengalami penyegaran dan peremajaan demi terciptanya kenyamanan bagi pelayanan.

Peremajaan armada tersebut terdiri dari berbagai tipe mulai dari jenis Boeing B737-800NG yang telah distandarlisasi dan Bombardier CRJ1000NextGen untuk rute jarak pendek dan regional, Airbus A330-200/300 untuk rute jarak menengah. Boeing B777-300ER untuk rute jarak jauh, dan Airbus A320-200 untuk Citilink. Sebagai catatan Garuda Indonesia saat ini memiliki lebih dari 100 pesawat baru dengan usia 0-5 tahun yang terdiri dari: Boeing 777-300 ER, Boeing 737-800 NG, Airbus A320-200, Airbus A330-300, CRJ 1000 NextGen, dan ATR 72-600 dengan rata-rata usia armada pada April 2015 adalah 5,4 tahun ([www.garuda-66ndonesia.com](http://www.garuda-66ndonesia.com), 2015). Peremajaan armada Garuda Indonesia dilakukan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan, efisiensi biaya operasi, serta menjamin kualitas pemeliharaan (*maintenance*) pesawat agar dapat meminimalisir terjadinya kejadian (*incident*) dan kecelakaan (*accident*) penerbangan.

## **2.8 Struktur Organisasi PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk *Branch Office Semarang***

Struktur organisasi menunjukkan kerangka dan perwujudan pola setiap hubungan di antara fungsi-fungsi, bagian-bagian, dan posisi-posisi maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan, tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi (Handoko, 2008: 34)

Pembagian kerja dilakukan guna menghindari kemungkinan terjadinya tumpang tindih pekerjaan pada seseorang atau departemen. Pembagian pekerjaan dapat dilakukan melalui departemen terbesar sampai pada unit-unit terkecil dengan *job description* masing-masing pekerjaan yang jelas. Pembagian kerja merupakan kunci dari penyelenggaraan kerja agar nantinya tidak terjadi inefisiensi kerja dan mensiasati kemampuan karyawan yang terbatas dalam mengerjakan pekerjaan yang bukan bidangnya.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh F.W Taylor (dalam Sutarto, 1993: 18), struktur organisasi Garuda Indonesia Branch Office Semarang menggunakan bentuk organisasi fungsional, yaitu organisasi yang disusun berdasarkan sifat dan macam kerja yang dilakukan. Pembagian kerja didasarkan pada “spesialisasi” yang sangat mendalam dan setiap pejabat mengerjakan tugas atau pekerjaan sesuai spesialisasinya. Untuk mengetahui bagian-bagian yang terkait satu sama lain dalam bentuk bagan, struktur organisasi pada PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk Branch Office Semarang dapat dilihat di bawah ini :

- a) *General Manager*
- b) *General Affairs Supervisor*
- c) *Sales & marketing manager*
- d) *Supervisor Sales Executive*
- e) *Supervisor Sales Office (Semarang, Kudus, dan Pekalongan)*
- f) *Reservation Supervation*
- g) *Cargo Sales Supervisor*
- h) *Manager Station & Service*
- i) *Duty Manager Operation*
- j) *Duty Manager Service*
- k) *Supervisor Cargo Handling*
- l) *Manager Finance*
- m) *Supervisor treasury*
- n) *Supervisor Sales Accounting*
- o) *Supervisor Expense and Asset Accounting*

### **2.8.1 Job Description Pegawai PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk Branch Office Semarang**

Tugas pokok dan fungsi serta uraian mengenai jabatan structural pada PT. Garuda Indonesia Branch Office Semarang berdasarkan susunan struktur organisasi adalah sebagai berikut :

#### **1. General Manager**

*General Manager* adalah jabatan tertinggi di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk Branch Office Semarang. Fungsi utamanya adalah mengelola bisnis dan mengupayakan pencapaian *target key performance indicator* yang telah ditetapkan. Memastikan operasional bisnis perusahaan di kantor cabang melalui pengelolaan fungsi *marketing & sales, station & service*, serta fungsi pendukung lainnya guna memastikan pencapaian *sales dan revenue*, serta layanan yang berkualitas secara efisien dan efektif. Adapun tugas pokok *General Manager* adalah sebagai berikut :

- a) Mewakili kepentingan perusahaan di wilayah kantor kerja cabang menjadi tanggung jawab, dengan tetap mengacu pada kebijakan kepada *Area Management*
- b) Memastikan tercapainya *sales dan revenue pax, cargo, & mail* kantor cabang, GTP dan kinerja stasiun
- c) Memastikan penataan dan pengembangan *sales coverage area* kantor cabang
- d) Mengusulkan pengembangan produk
- e) Memastikan implementasi program pengembangan bisnis dan local promotion untuk meningkatkan *pax & cargo traffic* dan PID

- f) Mengawasi dan melaporkan pelaksanaan dan efektifitas promosi corporate yang terjadi di kantor cabang dan mendukung kegiatan sales dan pelayanan di kantor cabang
- g) Mengawasi, mengendalikan dan optimalisasi seluruh *channel distribution* berupa *direct distribution office (own office/town office, sales & service office, on-line payment, web sales, dll)* dan *in-direct distribution (agency: sub agent, IATA/ non IATA agent)* yang telah ditunjuk (*appointed branch office*).
- h) Mengusulkan suatu area (daerah/kota/negara) yang berpotensi menghasilkan penjualan untuk ditambahkan kepada wewenang *branch office* untuk melakukan kegiatan sales (*sales coverage*) melalui saluran distribusi yang ada (usulan menunjuk agent, GSA, atau membuka kantor cabang sendiri/*own office*)
- i) Memastikan pengelolaan operasional dan layanan *station* yang memenuhi standar keselamatan dan keamanan penerbangan (*IQSA Compliance* dll)
- j) Mengusulkan pengendalian biaya *overhead* dan operasional kantor cabang
- k) Memastikan implementasi layanan sesuai standar perusahaan pada setiap rangkaian proses-proses layanan atau di seluruh *touch point* dengan pelanggan *branch office* (*service 4 star plus-SKYTRAX rating*)
- l) Memastikan program *customer loyalty* (*GGF, EC, Communities*)
- m) Mengawasi seluruh *outstanding agent* agar tidak menjadi *bad debt* di *branch office* menjadi tanggung jawab.

Wewenang utama dari *General Manager* adalah sebagai berikut :

- a) Memberikan usulan *Area Management* mengenai penggantian pejabat pada *branch office* yang menjadi tanggung jawab
- b) Melaksanakan perjanjian/kerjasama dengan pihak ketiga di wilayah kerjanya (yang memiliki *brand image* yang setara). Dengan nilai kontrak yang disertakan dengan kewenangan *general manager* (GM) sesuai manual pengadaan
- c) Melakukan kegiatan *marketing campaign* dan promosi lokal di *branch office* yang menjadi tanggung jawab sesuai dengan yang telah disetujui *Area Management*
- d) Menggunakan/merealisasikan anggaran biaya/investasi untuk *branch office* yang menjadi tanggung jawab sesuai yang telah ditetapkan /disetujui oleh *Area Management*, dengan tetap memberikan laporan pertanggungjawaban ke *Area Management*
- e) Membuat keputusan perjanjian/kerjasama dengan pihak ketiga (yang telah disetujui oleh *Area Management*) pada *branch office* yang menjadi tanggung jawabnya
- f) Membuat keputusan perjanjian/kerjasama dengan pihak ke tiga (yang telah disetujui oleh *Area Management*) pada *branch office* yang menjadi tanggung jawabnya.

## **2. *Supervisor General Affairs***

*Supervisor General Affairs* merupakan bagian yang memastikan perencanaan, koordinasi, pengendalian, dan evaluasi seluruh kegiatan pengelolaan kesekretariatan, kerumah tanggaan/pemeliharaan asset, pengadaan lokal terbatas (lokal *line replishment*), protokoler, dan pengelolaan administrasi kepegawaian kantor cabang di areanya

Tugas pokok *Supervisor General Affairs* adalah sebagai berikut :

- a) Memastikan pengelolaan kerumah tanggaan/perawatan pengelolaan aset perusahaan
- b) Memastikan pengelolaan kesekretariatan, aktivitas protokoler dan event yang diselenggarakan di area
- c) Mengendalikan biaya-biaya *general affairs*
- d) Memastikan pengelolaan pengadaan barang dan jasa lokal sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- e) Memastikan pengelolaan *general affairs* di seluruh kantor cabang di areanya

## **3. *Manager Marketing & Sales***

*Manager Marketing & Sales* mempunyai tanggung jawab untuk memastikan berjalannya operasional bisnis perusahaan di kantor *branch office* melalui pengelolaan fungsi *marketing* serta pengendalian kinerja tenaga penjual di kantor cabang guna mengoptimalkan pencapaian *sales revenue branch office*.

Tugas pokok *Manager Marketing & Sales* adalah sebagai berikut :

- a) Memastikan implementasi dan penjualan *pax, cargo, mail branch office*

- b) Memastikan pelaksanaan evaluasi dan pengajuan strategi harga yang kompetitif berdasarkan *traffic demand* namun tetap mengacu pada rute profitabilitas yang positif
- c) Menjamin terkondisinya penanganan *claim & complain* dengan unit terkait
- d) Memastikan dilakukannya analisis terhadap pengembangan *sales coverage*
- e) Memastikan dilakukannya *marketing & competitive* analisis di branch office
- f) Memastikan adanya koordinasi dan pengawasan terhadap aktivitas penjualan dan pelayanan *sales office*
- g) Menjamin terlaksananya koordinasi, pengelolaan, dan pengendalian kegiatan penjualan dan pelayanan setiap *sales & service office* yang berada di wilayah kerjanya
- h) Memastikan dilakukannya analisa dan evaluasi perkiraan situasi pasar, *market share* dan *market growth* di wilayah kerjanya

❖ ***Supervisor Sales Executive***

*Supervisor Sales Executive* mempunyai tugas untuk memastikan operasional bisnis perusahaan di *branch office* melalui pengelolaan fungsi sales guna memastikan pencapaian *sales & revenue branch office*.

Tugas pokok *Supervisor Sales Executive* adalah sebagai berikut :

- a) Memastikan dilakukannya analisa dan evaluasi perkiraan situasi pasar, *market share*, dan *market growth* di wilayah kerjanya
- b) Memastikan dilakukannya penjualan *pax (passenger) branch office*

- c) Memastikan pelaksanaan evaluasi dan pengajuan strategi harga yang kompetitif berdasarkan *traffic demand* namun tetap mengacu pada rate *profitability* yang positif
- d) Menjamin terodinasinya penanganan *claim & complain* dengan unit terkait
- e) Menjamin terlaksananya koordinasi, pengelolaan, dan pengendalian kegiatan penjualan dan pelayanan setiap *sales & service office* yang berada di wilayah kerjanya

❖ ***Supervisor Sales Office (Semarang, Kudus, dan Pekalongan)***

Tugas *Supervisor Sales Office* adalah mengawasi segala kegiatan yang ada di kantor penjualan tiket masing-masing kantor cabang (Semarang, Kudus, dan Pekalongan)

Tugas pokok *Supervisor Sales Office* adalah sebagai berikut :

- a) Menangani prosedur tagihan *no show* dan *cancellation fee*
- b) Melayani permintaan *past date investigation* (PDI)
- c) Menangani prosedur *irregularity flight*
- d) Pelayanan grup reservasi
- e) Penerbitan teguran reservasi
- f) Menangani *pre flight check individual booking, queue function, unsynchronize passanger name record*, dan reservasi penumpang
- g) Melaksanakan pendekatan ke perusahaan dan pemerintah untuk program kerjasama
- h) Memelihara dan menjaga hubungan dengan konsumen, agen, dan sub agen
- i) Sosialisasi dan mengedukasi produk perusahaan kea gen dan sub agen

### ❖ *Supervisor Reservation*

*Supervisor Reservation* mempunyai tugas sebagai pengawas segala kegiatan pelayanan dan penjualan yang berhubungan dengan penawaran tiket, *city check in*, dan aturan administrasi kantor sesuai dengan aturan kebijakan perusahaan.

Tugas pokok *Supervisor Reservation* adalah sebagai berikut :

- a) Mengawasi aktivitas ticketing di reservasi, meyakinkan bahwa aktivitas dilaksanakan dengan benar dan sesuai dengan aturan perusahaan
- b) Melakukan laporan penjualan tiket harian
- c) Melakukan reservasi grup
- d) Memonitor jumlah penumpang go share dan no share setiap harinya
- e) Mengimplementasikan rencana dan strategi pemasaran yang dirumuskan oleh kepala kantor cabang
- f) Melakukan pembinaan dan pengembangan SDM yang berada di bawah tanggung jawab

### ❖ *Supervisor Cargo Sales*

*Supervisor Cargo Sales* mempunyai tanggung jawab memastikan operasional bisnis perusahaan di *branch office* melalui penjualan fungsi jasa kargo guna memastikan pencapaian *sales & revenue branch office*.

Tugas pokok *Supervisor Cargo Sales* adalah sebagai berikut :

- a) Memastikan dilakukannya penjualan jasa cargo & mail
- b) Menjamin terkodinasinya penanganan *claim & complain* dengan unit terkait

- c) Memastikan pelaksanaan evaluasi dan pengajuan strategi harga yang kompetitif berdasarkan *traffic demand* namun tetap mengacu pada *rotate profitability profit*
- d) Menjamin terlaksananya koordinasi, pengelolaan, dan pengendalian kegiatan penjualan dan pelayanan setiap *sales & service office* yang berada di wilayah kerjanya
- e) Memastikan dilakukannya analisa dan evaluasi perkiraan situasi pasar, *market share*, dan *market growth* di wilayahnya

#### **4. Manager Station & Service**

*Manager Station & Service* bertugas memastikan berjalannya operasional bisnis perusahaan di branch office melalui pengelolaan fungsi operasional dan *service* di stasiun *branch office* yang dilakukan baik oleh PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk maupun dengan bantuan pihak ketiga (*ground handling*) guna memastikan pencapaian kinerja stasiun dan SLA pihak ketiga, serta memenuhi *Standart Aviation Safety & Security*

Tugas pokok *Manager Station & Service* adalah sebagai berikut :

- a) Memastikan dilakukannya koordinasi dengan unit terkait dalam hal pengelolaan dan pengendalian pencapaian *on time performance flight*
- b) Memastikan implementasi layanan sesuai dengan *standard* dan *level target service* yang ditetapkan perusahaan pada setiap rangkaian proses layanan atau pada seluruh *touch point* dengan pelanggan di stasiun yang menjadi tanggung jawab
- c) Memastikan tercapainya pengendalian biaya operasional di stasiun

- d) Memastikan aktivitas kestasiun sesuai dengan regulasi (IOSA dan peraturan lainnya)
- e) Melaksanakan layanan konsumen, *complain*, dan *claim* bagasi
- f) Memastikan pelaksanaan layanan *pre journey* untuk menjaga kualitas layanan sesuai standar pelayanan yang ditetapkan dan melaporkan *service failure* yang terjadi atas dasar keluhan pelanggan
- g) Menjamin keberhasilan pencapaian performa stasiun
- h) Mengawasi implementasi layanan *pre flight*, *post flight*, menyelesaikan dan melaporkan irregularities layanan di stasiun *branch office*
- i) Mengkoordinasikan, mengendalikan, dan mengevaluasi kegiatan layanan kepada konsumen dalam situasi *peak season*, penerbangan haji, *charter flight*, dan atau VVIP guna meningkatkan kepuasan pelanggan
- j) Memastikan penyelesaian permasalahan yang berkaitan dengan irregularitas dengan tetap melakukan control atas dampak biaya yang timbul.

#### ❖ ***Duty Manager Operation***

Merupakan bagian yang bertanggung jawab terhadap kelancaran sistem penerbangan maskapai penerbangan Garuda Indonesia di bandara. Bagian ini mempunyai 2 shift yaitu siang dan malam

Tugas pokok *Duty Manager Operation* adalah sebagai berikut :

- a) Melakukan komunikasi dengan *captain cabin/pilot* terkait *traffic* di bandara

- b) Memberikan pengarahan kepada staf/petugas di Bandara ketika pesawat hendak mendarat
- c) Menangani kesiapan dan mengkoordinasikan pesawat ketika hendak *take off* maupun *landing*

❖ ***Duty Manager Service***

Tugas pokok *Duty Manager Service* adalah sebagai berikut :

- a) Melakukan pengawasan dan bertanggung jawab untuk kegiatan airport yang meliputi *tiket sales / cargo sales* di airport, *operation lead control-crew assistance, check in, ramp handling, cargo handling, dan lost and found /arrival hall*
- b) Memberi pengarahan, teguran lisan maupun tertulis kepada *ground handling* pihak ketiga yang ditunjuk PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk apabila tidak memenuhi klausa perjanjian yang telah disepakati
- c) Memberikan penilaian prestasi terhadap staff oprasional di airport
- d) Koordinasi dengan teknisi untuk kelancaran operasi pesawat
- e) Mengusulkan kepada kepala perwakilan, staff airport yang akan mengikuti kursus sesuai dengan bidangnya
- f) Membuat serta memperbaiki *operation procedure* (prosedur operasional di bandara )
- g) Melaporkan perwakilan *catering up lify, air craft handling, advice note(AHAN)*, pihak ketiga, *fuel flight irregularity report, stock document* setiap sebulan sekali kepada perwakilan

### ❖ *Supervisor Cargo Handling*

Merupakan bagian pengawasan dan penanganan cargo yang ada di bandara. Adapun tugas pokok *Supervisor Cargo Handling* adalah sebagai berikut:

- a) Menentukan jumlah keluar masuk cargo di bandara
- b) Memonitor kinerja petugas dalam menangani cargo di bandara
- c) Menerima layanan cargo oleh pelanggan atau agen yang ingin mengirimkan paket atau barang
- d) Penanganan *uploading/downloading* terkait barang yang dikirim melalui cargo

### 3. *Manager Finance*

Manager Finance memastikan berjalannya operasional perusahaan di branch office melalui pengelolaan fungsi *finance (accounting, treasury, budgeting, dan asset management)* dan pengendalian pengeluaran *branch office* guna memastikan tercapainya pengeluaran yang efektif dan efisien.

Berikut tugas pokok manager *finance* adalah sebagai berikut :

- a) Memastikan pengelolaan aktivitas perbendaharaan (*treasury*), penganggaran (*budgeting*) dan asset di *branch office*
- b) Memonitor dan mengevaluasi pelaksanaan kebijaksanaan penjualan untuk travel agent maupun kantor penjualan sendiri
- c) Mengendalikan dan menyetujui pengeluaran dan pembayaran
- d) Memastikan pengelolaan aktivitas akuntansi (*accounting*)
- e) Memastikan pengelolaan BSP/ADM/ACM, pajak, piutang, *refund*, *deposit/advance payment* di *branch office*.

### ❖ **Supervisor Treasury**

Menjabarkan, melaksanakan, dan mengkoordinasikan aktivitas perbendaharaan. Tugas pokok *Supervisor Treasury* adalah sebagai berikut:

- a) Memonitor dan mengevaluasi *stock document* angkutan berharga bagasi dan cargo
- b) Mengelola pengiriman jaminan setempat, jaminan tetap, bank garansi, pelunasan piutang, hasil penjualan agen bagasi dan cargo, serta termasuk hasil usaha lainnya
- c) Memonitor uang tunai, giro dan cek yang sudah dicek dan disetor, dikliring ke bank
- d) Mengevaluasi dan mendapatkan pembayaran setoran penjualan agen pasasi dan cargo sesuai dengan jatuh tempo pembayaran
- e) Memberitahukan kea gen atas pembayaran dengan giro yang kliringnya ditolak bank, agar dibayar tunai/*cash*
- f) Menyiapkan penerbitan *irregularities letter*
- g) Mengatur pembayaran utang dan biaya operasional lainnya
- h) Menyiapkan, menyimpan, dan mencairkan cek, bilyetgiro, bank garansi atas persetujuan atasan
- i) Mengusulkan permintaan dana untuk biaya operasional dan non operasional

### ❖ **Supervisor Sales Accounting**

Menjelaskan, melaksanakan, mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan akuntansi penjualan. Tugas pokok *Supervisor Sales Accounting* adalah sebagai berikut :

- a) Mengevaluasi dan menyiapkan konsep usulan penghapusan piutang
- b) Mengevaluasi laporan utang secara periodic
- c) Mengkoordinasi, memonitor, dan mengevaluasi pencatatan transaksi penjualan
- d) Melaksanakan tindak lanjut terhadap *irregularities letter*
- e) Menganalisa, mengendalikan penjualan refund ticket dan *replacement ticket* pasasi dan cargo

❖ ***Supervisor Expense and Asset Accounting***

Bertanggung jawab melaksanakan, menjabarkan, menkoordinasikan, dan mengarahkan pelaksanaan pencatatan transaksi, biaya, hutang, kas/bank, serta aktiva tetap. Tugas pokok *Supervisor Expense and Asset Accounting* adalah sebagai berikut :

- a) Memonitor dan mengevaluasi pencatatan biaya yang harus dibayar (*accrued expense*)
- b) Memonitor dan mengevaluasi saldo utang (*account payable*)
- c) Memonitor dan mengevaluasi pencatatan saldo rekening bank dan *cash on hand* /dengan saldo fisik
- d) Evaluasi pencatatan transaksi yang berhubungan dengan biaya , utang, kas/bank, dan aktiva tetap serta aktiva lainnya

- e) Mengontrol dan memonitor pengeluaran uang muka pegawai dan pertanggungjawabannya
- f) Memonitor, mengevaluasi, dan menyiapkan laporan pembayaran PPN dan PPh
- g) Mengevaluasi dan menyiapkan laporan aktiva tetap

## 2.8.2 Sumber Daya Manusia PT. Garuda Indonesia Airlines (Persero) Tbk *Branch Office Semarang*

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian baik secara posisi maupun tugas yang ada pada perusahaan dalam menjalin kegiatan operasional untuk mencapai tujuan, bagaimana pekerjaan dibagi, dikelompokkan, dan dikonfirmasi secara formal. Berikut ini disajikan tabel 2.1 mengenai jumlah karyawan PT.Garuda Indonesia (Persero) Tbk *Branch Office Semarang* yang mengkoordinir kegiatan perusahaan Garuda Indonesia *Branch Office Semarang*

**Tabel 2.1**  
**Jumlah Karyawan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk *Branch Office Semarang***

No	Jabatan	Jumlah
1	General Manager	1
2	General Affair	1
3	General Affairs Analyst	1
4	Secretary General Manager	1
5	Receptionist	1
6	Manager Station and Service	1
7	Staff Station and Service	11
8	Manager Marketing and Sales	1
9	Staff Marketing and Sales	42
10	Manager Finance	1
11	Staff Finance	7
12	Office Boy	8
13	Doorman	2
	Total	78

Pada bab ini disajikan data yang diolah dari hasil penelitian dalam bentuk tabel-tabel yang meliputi tentang persepsi atau penelitian responden mengenai variabel *experiential marketing*, *emotional branding*, *brand trust* dan *repurchase* melalui kuesioner. Berdasarkan data-data tersebut diharapkan mampu

memberikan gambaran mengenai *experiential marketing* dan *emotional branding* terhadap *repurchase* melalui *brand trust* sebagai *variable intervening*.

Penelitian ini berlangsung di Kota Semarang dengan konsumen Garuda Indonesia sebagai responden penelitian dengan jumlah kuesioner 100 buah. Hasil jawaban tersebut selanjutnya digunakan untuk mendapatkan tendensi jawaban responden mengenai kondisi masing-masing variabel penelitian .

## **2.9 Identitas Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Garuda Indonesia di Kota Semarang yang melakukan keputusan pembelian jasa Garuda Indonesia Rute Semarang-Jakarta. Pendekatan yang dilakukan untuk mengambil sampel yaitu dengan datang langsung ke Bandara Ahmad Yani Semarang di bagian Kedatangan dan Keberangkatan selanjutnya melakukan wawancara menggunakan instrument kuesioner. Berdasarkan data yang telah diisi responden, dapat diketahui identifikasi responden berdasarkan jenis kelamin, Umur, Status Marital, Pendidikan Terakhir, Pekerjaan, Penghasilan perbulan, Frekuensi Penggunaan. Penggolongan tersebut dilakukan untuk mengetahui latar belakang dan heterogenitas pembelian kembali (*repurchase*) jasa Garuda Indonesia di Kota Semarang.

### 1.) Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin adalah bentuk fisik yang membedakan antara laki-laki dengan perempuan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui perbandingan antara jumlah responden laki-laki dan perempuan. Perbandingan tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.2 berikut :

**Tabel 2.2**  
**Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	55	55
2	Perempuan	45	45
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 2.2 diatas, dapat diketahui bahwa responden yang melakukan pembelian kembali jasa Garuda Indonesia Rute Semarang-Jakarta mayoritas adalah berjenis kelamin laki-laki yakni sebanyak 55 responden (55 %) dan sisanya perempuan sebanyak 45 responden (45%).

## 2) Umur Responden

Umur adalah rentang kehidupan yang diukur dengan tahun, dikatakan masa awal dewasa adalah usia 18 tahun sampai 40 tahun, dewasa madya adalah 41 sampai 60 tahun, dewasa lanjut > 60 tahun. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui gambaran umur responden yang ditampilkan pada Tabel 2.3 berikut :

**Tabel 2.3**  
**Umur Responden**

No	Umur	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	18-24 Tahun	7	7
2	25-34 Tahun	35	35
3	35-50 Tahun	45	45
3	>50 Tahun	13	13
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 2.3 diatas, maka diketahui bahwa latar belakang responden berdasarkan umur memperlihatkan bahwa jumlah terkecil terdapat pada kategori umur 18-24 tahun dengan jumlah 7 responden (7%) dan jumlah terbanyak kategori umur antara 35-50 tahun dengan jumlah 45 responden (45%). Hal tersebut karena usia tersebut merupakan kategori usia produktif kerja.

### 3) Status Marital Responden

Status marital adalah salah satu dari beberapa pilihan yang menggambarkan hubungan seseorang dengan lainnya yang signifikan, seperti belum menikah, menikah, janda, dan duda. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui gambaran umur responden yang ditampilkan pada Tabel 2.4 berikut :

**Tabel 2.4**  
**Status Marital Responden**

No	Status	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Belum Menikah	31	31
2	Menikah	60	60
3	Janda	4	4
4	Duda	5	5
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 2.4 diatas, maka diketahui bahwa latar belakang responden berdasarkan status marital memperlihatkan bahwa jumlah terkecil yaitu janda dengan jumlah 4 responden (4%) dan jumlah terbanyak yaitu memiliki status marital menikah dengan jumlah 60 responden (60%).

#### 4) Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan terakhir adalah tingkatan pendidikan yang telah diselesaikan oleh seseorang. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir responden terendah adalah SMA dan tertinggi adalah Pasca Sarjana. Adapun jumlah responden berdasarkan pendidikannya dapat dilihat pada Tabel 2.5 berikut :

**Tabel 2.5**  
**Pendidikan Terakhir Responden**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Tamat SMA	6	6
2	Akademi/Diploma	19	19
3	Sarjana	58	58
4	Pasca Sarjana	17	17
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 2.5 diatas, maka diketahui bahwa sebagian besar pelaku pembelian kembali jasa Garuda Indonesia Rute Semarang-Jakarta di Kota Semarang berpendidikan terakhir Sarjana dengan jumlah sebanyak 58 responden (58%) sedangkan untuk jumlah paling kecil responden berpendidikan terakhir tamat SMA sebanyak 6 responden (6%).

### 5) Pekerjaan Responden

Pekerjaan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang demi mendapatkan imbalan baik berupa uang maupun jabatan. Pekerjaan akan menentukan kemampuan seseorang dalam memenuhi kebutuhannya. Setiap responden dalam penelitian ini memiliki pekerjaan yang berbeda-beda. Adapun jumlah responden berdasarkan jenis pekerjaannya dapat dilihat pada Tabel 2.6 berikut:

**Tabel 2.6**  
**Pekerjaan Responden**

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	5	5
2	Pegawai Swasta	37	37
3	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	21	21
4	Wiraswasta	22	22
5	TNI/POLRI	15	15
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 2.6 diatas, maka diketahui bahwa sebagian besar pengambil keputusan pembelian kembali jasa Garuda Indonesia berprofesi sebagai Pegawai Swasta yakni sebanyak 37 responden (37%). Hal tersebut karena keperluan dinas kerja bagi mayoritas Pegawai Swasta yang mengharuskan melakukan perjalanan dinas ke Jakarta. Sedangkan untuk jumlah yang terkecil berstatus pelajar/mahasiswa yakni sebanyak 5 responden (5%).

## 6) Penghasilan Responden

Penghasilan adalah imbalan yang didapatkan oleh seseorang karena melakukan suatu pekerjaan tertentu. Melalui jawaban responden dapat diketahui pula penghasilan responden dalam satu bulan. Adapun Penghasilan responden dapat dilihat dalam Tabel 2.7 berikut:

**Tabel 2.7**  
**Penghasilan Responden**

No	Penghasilan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< Rp. 2.000.000	3	3
2	Rp. 2.000.000 - Rp.4.000.000	6	6
3	> Rp.4.000.000 - Rp.7.000.000	48	48
4	> Rp.7.000.000	43	43
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 2.7 diatas, maka diketahui bahwa sebagian besar pengambil keputusan penggunaan ulang jasa Garuda Indonesia di Kota Semarang berpendapatan dari Rp.4.000.000-Rp.7.000.000 setiap bulannya yakni sebanyak 48 responden (48%). Hal tersebut karena pertimbangan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan Garuda Indonesia yang merupakan *full service airline*. Sedangkan untuk responden dengan jumlah yang terkecil berpenghasilan <Rp 2.000.000 yakni sebanyak 3 responden (3%).

### 7) Frekuensi Terbang dalam 6 Bulan Terakhir

Frekuensi menggunakan maskapai penerbangan Garuda Indonesia menunjukkan seberapa sering responden menggunakan maskapai penerbangan Garuda Indonesia dalam kurun waktu enam bulan terakhir. Berikut ini disajikan data mengenai frekuensi terbang menggunakan maskapai penerbangan Garuda Indonesia dalam kurun waktu enam bulan terakhir.

**Tabel 2.8**  
**Frekuensi Terbang**

No	Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	2-3 kali	59	59
2	4 kali	26	26
3	5 kali	12	12
4	>5 kali	3	3
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Berdasarkan Tabel 2.8 dapat disimpulkan bahwa responden yang menggunakan jasa maskapai penerbangan Garuda Indonesia didominasi dengan tingkat frekuensi terbanyak sebanyak 2-3 kali dalam enam bulan terakhir dengan sebanyak 59 responden (59%). Sedangkan frekuensi paling sedikit dalam enam bulan terakhir menggunakan Garuda Indonesia sebanyak >5 kali yakni 3 responden (3%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang menggunakan maskapai penerbangan Garuda Indonesia termasuk dalam kategori jarang.