



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Garuda Indonesia berdiri dengan nama awal yaitu Indonesian Airways pada tanggal 26 Januari 1949. Dimana pada tahun yang sama tanggal 28 Desember Indonesian Airways berganti nama menjadi Garuda Indonesia Airways, untuk peluncuran nama baru tersebut dilakukan penerbangan perdana untuk menjemput Presiden Soekarno dari Jakarta menuju Yogyakarta.

Seiring dengan berjalannya waktu Garuda Indonesia melakukan revitalisasi dan restrukturisasi berskala besar untuk operasi dan armada. Hal ini mendorong perusahaan untuk mengembangkan program pelatihan yang komprehensif untuk awak kabin dan awak darat Garuda Indonesia dimana mendirikan fasilitas pelatihan khusus di Jakarta Barat dengan nama Garuda Indonesia Training Centre.

Dengan upaya pengembangan usaha, Garuda Indonesia memiliki tim manajemen untuk membuat perancangan bagi masa depan perusahaan dengan tujuan meningkatkan efisiensi kegiatan operasional, membangun kekuatan keuangan yang mencakup keberhasilan perusahaan, menambah tingkat kesadaran para karyawan dalam memahami pelanggan dan yang terpenting memperbaharui dan membangkitkan semangat karyawan Garuda Indonesia.

Untuk mendukung kegiatan operasionalnya, Garuda Indonesia memiliki 5 (lima) entitas anak yang fokus pada produk atau jasa. Pendukung bisnis perusahaan induk yaitu, PT Abacus Distribution System Indonesia, PT Aero Wisata, PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia, PT Aero System Indonesia dan PT Citilink Indonesia. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya,

perusahaan didukung oleh 7.861 karyawan termasuk 2.010 orang siswa yang tersebar di kantor pusat dan kantor cabang.

Pada tahun 2015 Garuda Indonesia mengoperasikan 134 pesawat yang terdiri dari 2 pesawat *Boeing 747-400*, 11 pesawat *Airbus A330-300*, 11 pesawat *Airbus A330-200*, 5 pesawat *Boeing 737 Classic (seri 300/500)*, 76 pesawat *Boeing 737-800 NG*, 15 pesawat *CRJ1000 NextGen*, 8 pesawat *ATR72-600*, 6 pesawat *Boeing 777-300ER*, dan 30 pesawat Citilink yang terdiri dari 24 pesawat *Airbus A320-200*, 5 pesawat *Boeing 737-300* serta 1 pesawat *Boeing 737-400*.

Garuda Indonesia saat ini melayani penerbangan ke 64 destinasi pilihan yang terdiri dari 44 kota di area domestik dan 20 kota di area internasional. Pada tanggal 5 Maret 2014 Garuda Indonesia secara resmi bergabung dengan aliansi global, *SkyTeam*, sebagai bagian dari program perluasan jaringan internasionalnya. Dengan bergabung bersama *SkyTeam*, penumpang Garuda Indonesia kini dapat terbang ke 1.064 tujuan di 178 negara yang dilayani oleh semua maskapai anggota *SkyTeam* dengan lebih dari 15.700 penerbangan per hari dan akses ke 564 *lounge* di seluruh dunia.

Sebagian dari upaya perusahaan untuk terus meningkatkan layanan kepada pengguna jasa, Garuda Indonesia memperkenalkan layanan khas “*Garuda Indonesia Experience*” yang menghadirkan keramahtamahan, budaya dan segala hal terbaik dari Indonesia. Garuda Indonesia juga merupakan salah satu maskapai yang terdaftar sebagai *IATA Operational Safety Audit (IOSA)* yang menerapkan standar keamanan dan keselamatan yang setara dengan maskapai internasional besar anggota *IATA* lainnya.

G A R U D A I N D O N E S I A

N U S A N T A R A

Gambar 2.1 Logo Garuda Indonesia



Logo Perusahaan mengandung arti sebagai berikut:

- Kepala Burung Garuda melambangkan Lambang Negara Republik Indonesia
- Lima (5) Bulu Sayap melambangkan Pancasila
- Warna Biru melambangkan Langit Angkasa.

2.2 Profil Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

Visi perusahaan PT Garuda Indonesia ialah “Perusahaan Penerbangan Pilihan Utama di Indonesia dan Berdaya Saing di Internasional”.

2.2.2 Misi Perusahaan

Misi perusahaan PT Garuda Indonesia ialah :

1. Melaksanakan usaha jasa angkutan udara yang memberikan kepuasan kepada pengguna jasa yang terpadu dengan industri lainnya melalui pengelolaan secara profesional dan didukung oleh sumber daya manusia yang mempunyai kompetensi tinggi.
2. Menghasilkan keuntungan dengan jaringan domestik yang kuat untuk terus meningkatkan pangsa pasar domestik dan

internasional bagi usahawan, perorangan, wisatawan dan cargo termasuk penerbangan borongan.

3. Memiliki bisnis unit yang mendukung produk inti untuk meningkatkan keuntungan serta menghasilkan pendapatan tambahan dari usaha unit pendukung tersebut.

2.2.3 Budaya Perusahaan

Budaya atau nilai perusahaan Garuda Indonesia ialah “*FLY-HI*” (*Efficient & Effective, Loyalty, Customer Centricity, Honesty & Openness, Integrity*):

- 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 PT Garuda Indonesia berupaya menjamin pelanggan memperoleh layanan yang berkualitas.
- b. *Loyalty* : Insan PT Garuda Indonesia dapat melaksanakan setiap tugas yang didelegasikan kepadanya dengan penuh dedikasi, tanggung jawab dan disiplin. Hal ini didasari keyakinan bahwa PT Garuda Indonesia berupaya menjamin konsistensi kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.
- c. *Customer centricity* : Insan PT Garuda Indonesia senantiasa penuh perhatian, siap membantu dan melayani. Hal ini didasari keyakinan bahwa PT Garuda Indonesia berupaya menempatkan pelanggan sebagai pusat perhatian.
- d. *Honesty & openness* : Insan PT Garuda Indonesia harus 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 PT Garuda Indonesia berupaya menjamin keamanan, keselamatan dan kenyamanan pelanggan.

- e. *Integrity* : Insan PT 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 PT Garuda Indonesia berupaya menjamin layanan dan relasinya dengan pelanggan berjalan bersih secara hukum dan moral.

2.2.4 PT Abacus Distribution System Indonesia

PT. Abacus Distribution Systems Indonesia atau Sabre Travel Network Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di penyedia jasa teknologi informasi dan komunikasi. Visi perusahaan adalah menjadi salah satu *GDS (Global Distribution Systems)* dan penyedia jasa teknologi dan komunikasi terdepan di Indonesia. Ruang lingkup kegiatan meliputi bidang jasa sistem komputerisasi reservasi, menyewakan perangkat komputer kepada biro-biro perjalanan, menyediakan fasilitas pelatihan kepada karyawan biro perjalanan dan menyediakan petugas yang dapat membantu mengatasi masalah yang dihadapi oleh biro perjalanan dalam mengoperasikan *Computerized Reservation Systems (CRS)*.

Gambar 2.2 Kantor PT Abacus Distribution System Indonesia



2.2.5 PT Aero Wisata

PT. Aerowisata didirikan di Jakarta pada tanggal 30. Juni 1973 dengan misi mengembangkan usaha jasa yang berkaitan dengan industri pariwisata dan *hospitality*. Untuk mendukung misi ini, Aerowisata memiliki sejumlah anak perusahaan yang bergerak di usaha-usaha perhotelan, jasa boga, transportasi darat dan keagenan serta *tours & travel* .

Untuk bisnis perhotelan PT. Aerowisata mempunyai beberapa Hotel dan *Resort* di Indonesia dan di luar negeri. Dalam bisnis transportasi darat mereka mendirikan sebagian yang bernama AeroTrans yang memiliki beberapa *unit* bus untuk transportasi darat dan yang bisa disewa klien untuk wisata mereka. Tapi bisnis pertama untuk PT. Aerowisata adalah bagian ACS (*Aero Catering Service*) yang fokus menyediakan pelayanan *Inflight* Catering dari beberapa perusahaan penerbangan, termasuk PT. Garuda Indonesia sama Strategic Business Unit mereka Citilink.

Gambar 2.3 Logo PT Aero Wisata



2.2.6 PT Garuda Maintenance Facility AeroAsia

PT. Garuda Maintenance Facility AeroAsia (GMF) merupakan pusat perawatan pesawat Garuda Indonesia. Fasilitas perawatan pesawat ini dibangun di area seluas 115 Ha di kawasan Bandara Soekarno – Hatta Cengkareng. GMF

beroperasi 24 jam setiap harinya yang didukung oleh tenaga-tenaga kerja yang handal.

GMF dilengkapi 3 hanggar yang dapat menampung pesawat berbadan lebar (*wide body*) dan pesawat berbadan kecil (*narrow body*). Selain itu GMF juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang mendukung seperti *workshop*, gudang suku cadang, fasilitas pengolahan limbah dan lain sebagainya. Fasilitas perawatan pesawat ini telah mampu melaksanakan berbagai perawatan jenis pesawat dan beragam tingkat perawatan, bahkan *overhaul* (perawatan besar) sekalipun.

Gambar 2.4 Hanggar PT Garuda Maintenance Facility Aero Wisata



2.2.7 PT Aero System Indonesia

PT. Aero Systems Indonesia, sebelumnya dikenal dengan nama PT. Lufthansa Systems Indonesia, yang berdiri sejak tahun 2005. Pada awal pendiriannya, PT Garuda Indonesia memiliki 51% kepemilikan di perusahaan ini, sementara sisanya sebesar 49% dimiliki oleh Lufthansa *System Group GmbH (LSY)*. Pada tanggal 29 January 2009 terjadi pengalihan saham dari LSG kepada PT. Aerowisata. Ruang lingkup kegiatan ASYST meliputi bidang jasa konsultasi dan rekayasa sistem teknologi informasi serta jasa pemeliharaan kepada perusahaan-perusahaan penerbangan dan industri-industri lainnya.

Bisnis utama dari ASYST adalah menyediakan solusi hosting dengan 3 layanan utama: Layanan perangkat lunak (SaaS) seperti Sistem Pelayanan

Penumpang (PSS) dan model bisnis ERP. Diperkuat dengan Layanan Platform (PaaS) yang terdiri dari Sistem Operasi, *Reverse Proxy*, *Web Server*, *Application Server*, serta layanan *Database*. Layanan utama yang ketiga merupakan Layanan Infrastruktur (Laas). Di sini menyediakan beragam hal yang berkaitan dengan kebutuhan infrastruktur IT. Hal tersebut meliputi server, penyimpanan data, peralatan dan perengkapan jaringan, pusat data, serta *Disaster Recovery Center*. Semua layanan ini dikelola di sebuah pusat data berstandar internasional Tier III dengan tingkat ketersediaan mencapai 99,98%. Agar mampu melayani kebutuhan klien dengan tingkat keberhasilan sangat tinggi, ASYST menggunakan infrastruktur dengan *mainframe* dan area penyimpanan jaringan dengan kapasitas sangat besar.

Gambar 2.5 Logo Perusahaan PT Aero System Indonesia



2.2.8 PT Citilink Indonesia

PT Citilink Indonesia adalah anak perusahaan Garuda Indonesia, didirikan berdasarkan Akta Notaris Natakusumah No. 01 tanggal 6 Januari 2009, berkedudukan di Sidoarjo, Jawa Timur dengan pengesahan dari Menhumkam No. AHU-14555.AH.01.01 Tahun 2009 pada tanggal 22 April. Kepemilikan saham Citilink pada saat didirikan adalah 67% PT Garuda Indonesia dan 33% PT Aerowisata.

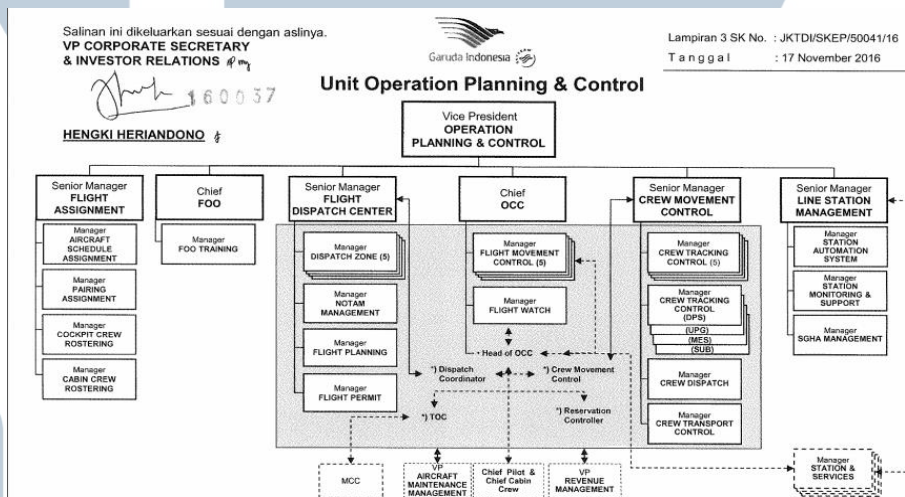
Sebelum bulan Agustus 2012, Citilink telah beroperasi sebagai maskapai berbiaya murah dalam bentuk divisi bisnis Garuda Indonesia. Hanya ada beberapa pesawat dan rute yang dimiliki oleh Citilink.

Gambar 2.6 Logo Perusahaan Citilink



2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2.7 Struktur Organisasi *Operation Planning & Control*



Sumber : Data Perusahaan

Berdasarkan struktur organisasi, penulis akan menjelaskan struktur organisasi perusahaan secara umum di *Operating Planning & Control*. Dengan struktur organisasi tersebut dapat menunjukkan bahwa adanya pembagian kerja yang berbeda terutama pada struktur organisasi di divisi penulis melakukan kerja magang yaitu *Chief OCC (Operation Control Centre)*.

2.4. Hubungan Teori Dengan Pekerjaan Yang Dilakukan

2.4.1 Manajemen

Manajemen didefinisikan sebagai pencapaian tujuan organisasi secara efisien dan efektif dengan mengintegrasikan pekerjaan seseorang melalui *planning, organizing, leading, dan controlling* sumber daya pada organisasi (Kincki & Williams, 2009, p.4). Sementara itu menurut John R.Schermerhorn (2010:17), Manajemen adalah proses perencanaan, dan mengendalikan penggunaan sumber daya untuk mencapai tujuan kinerja.

2.4.2 Manajemen Operasi

Menurut Reid & Sanders (2007:3) Manajemen operasi adalah fungsi bisnis yang bertanggung jawab untuk merencanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan barang dan jasa pada sebuah perusahaan..

Heizer & Render (2014:3), manajemen operasi adalah aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan barang dan jasa melalui proses transformasi dari *input* (masukan) ke *output* (hasil).

Russell & Taylor (2009:2), manajemen operasi adalah kegiatan mendesain, mengoperasikan dan mengembangkan produktivitas sistem agar dapat menyelesaikan suatu pekerjaan.

Stevenson (2005:4), mengatakan bahwa manajemen operasional merupakan pengelolaan sistem dan proses yang menciptakan barang dan jasa.

2.4.3 Jasa

Proses dari produk, dimana suatu proses melibatkan *input* dan menransformasikan sebagai *output* dapat diartikan sebagai jasa. Dua kategori yang di proses oleh jasa adalah orang dan objek. Ada beberapa pendapat para ahli mengenai sebuah jasa.

Menurut Heizer & Render (2014:7) jasa adalah aktivitas ekonomi yang biasanya menghasilkan sebuah produk tidak berwujud, seperti pendidikan, hiburan, pemerintahan, keuangan dan jasa kesehatan.

Menurut Russell & Taylor (2009:184) Jasa adalah suatu tindakan, perbuatan, pertunjukan atau hubungan yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk atau bentuk psikologi untuk pelanggan.

Menurut Reid & Sanders (2007:5) Jasa adalah organisasi yang terutama memproduksi produk tidak berwujud, seperti gagasan, bantuan, atau informasi, dan biasanya memiliki kontak yang dekat dengan pelanggan.

2.4.4 Karakteristik Jasa

Menurut Philip Kotler (2003) pada umumnya jasa memiliki empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi desain program pemasaran di antaranya:

1. Tidak berwujud (*Intangibility*), Karena jasa tidak berwujud. Biasanya jasa dirasakan secara subjektif dan ketika jasa diekspresikan oleh pelanggan seperti pengalaman, kepercayaan dan keamanan.
2. Tidak terpisahkan (*Inseparability*), Biasanya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
3. Bervariasi (*Variability*), Bergantung pada siapa yang memberikannya, kapan dan dimana diberikannya karena jasa sangat bervariasi.
4. Tidak tahan lama (*Perishability*) jasa tidak dapat disimpan. Sifat jasa sangat mudah rusak jadi tidak akan menjadi masalah apabila permintaan tetap berjalan lancar.

Dari penjelasan karakteristik jasa diatas dapat disimpulkan bahwa sifat jasa digambarkan sebagai sifat produk yang tidak bisa di pameran, tidak dapat di simpan dan tidak mudah di pisahkan.

2.4.5 Penjadwalan (*Scheduling*)

Menurut Russell & Taylor (2009:723) Penjadwalan (*Scheduling*) dapat menentukan kapan tenaga kerja, peralatan dan fasilitas dibutuhkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Penjadwalan bertujuan untuk meminimalkan waktu proses, tingkat persediaan, serta penggunaan yang efisien dari fasilitas, tenaga kerja dan peralatan.

Pada dasarnya Jay Heizer & Barry Render (2014:686) Penjadwalan mempunyai empat karakteristik :

1. Minimalisasi waktu penyelesaian, kriteria ini dievaluasi dengan menentukan waktu penyelesaian rata-rata untuk setiap pekerjaan.
2. Maksimalisasi utilitas, kriteria ini dievaluasi dengan menghitung persentase digunakannya fasilitas.
3. Meminimalisasi persediaan barang, kriteria ini dievaluasi dengan menentukan jumlah pekerjaan rata-rata dalam sistem tersebut.
4. Meminimalisasi waktu tunggu pelanggan, kriteria ini dievaluasi dengan menentukan jumlah keterlambatan rata-rata.

2.5 Proses Operasional PT Garuda Indonesia

Dalam pelaksanaan operasional Garuda Indonesia, Operation Control Centre memiliki tugas dan tanggung jawab di dalam melaksanakan pekerjaannya. Tugas dan tanggung jawab Operation Control Centre yaitu:

- Merencanakan agar penerbangan berjalan secara optimal.
- Pengendalian penerbangan agar berjalan sesuai dengan perencanaan dan tepat waktu.
- Pengambil keputusan tertinggi yang berkaitan dengan operasional penerbangan.

Selain memiliki tugas dan tanggung jawab dalam melaksanakan pekerjaannya, Garuda Indonesia juga memiliki filosofi operasional yang harus diperhatikan, yaitu :

- Keselamatan dan keamanan, sebagai operator penerbangan yang memiliki sertifikat IOSA, Garuda Indonesia mengedepankan aspek service, safety dan security. Aspek keamanan adalah salah satu elemen penting yang harus dijalankan secara konsisten dan komprehensif dalam industri penerbangan, dan sebagai bentuk kepedulian akan keselamatan, Garuda Indonesia telah mendapatkan sertifikasi IATA Operational Safety Audit (IOSA). Hal ini membuktikan bahwa maskapai ini telah memenuhi standar internasional di bidang keselamatan dan keamanan.
- Peraturan, Garuda Indonesia sebagai maskapai penerbangan nasional harus melaksanakan keteraturan setiap aktifitasnya didasari oleh regulasi dan sistem produksi yang berlaku, sesuai dengan ketentuan CASR (Civil Safety Regulation).
- Pelayanan, Garuda Indonesia adalah maskapai penerbangan Indonesia yang berkonsep sebagai full service airline (maskapai dengan pelayanan penuh), dengan Garuda Indonesia mengutamakan kepuasan pelanggan.
- Ekonomis, segala bentuk operasi Garuda Indonesia senantiasa mengutamakan aspek ekonomis, namun tetap mengutamakan atau berpedoman kepada tiga filosofi lainnya.

Pada PT Garuda Indonesia terdapat proses penjadwalan atau *planning* selama sebulan kedepan atau di sebut sebagai *Assignment Periode* yang bertujuan untuk mengoptimalkan pesawat dan crew. Dalam *Assignment Periode* akan melakukan *publish schedule* setiap akhir bulan, yang nantinya akan di kontrol setiap saat oleh *Tracking Periode*. *Tracking Periode* bertugas untuk mengontrol jadwal yang sudah di *publish* tersebut selama 72 jam yaitu untuk hari ini, besok dan lusa.

Dalam proses penjadwalan atau *planning* untuk mengoptimalkan pesawat dan crew, harus memastikan *pairing* yang ada tesusun dengan rapih agar tidak ada *pairing* yang *open* atau *pairing* yang belum terisi pada saat

publish. *Pairing* ialah pola penjadwalan *crew* dan pesawat yang terdiri dari satu tujuan atau lebih yang berawal dari *base* hingga kembali ke *base*.

Garuda Indonesia memiliki lima *base* yang ada di Indonesia, yaitu : Cengkareng (CGK), Denpasar (DPS), Surabaya (SUB), Ujung Pandang (UPG), dan Kualanamu (KNO). Serta terdapat *base* internasional yaitu : Pudong (PFG), Narita (NRT), Osaka (FIX), Incheon (ICN), Kanton (CAN), dan Pei-Ching (PEK).

Untuk memastikan masing masing *pairing* tersebut berjalan lancar sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, maka *Operation Control Centre* inilah yang mempunyai peran untuk mengontrol operasional penerbangan Garuda Indonesia. Unit-unit yang berperan di dalam *Operation Control Centre* ialah :

- *Flight movement control*, berwenang untuk me-reroute penerbangan, membatalkan penerbangan dan membuat penerbangan baru setelah berkoordinasi dengan unit-unit yang terkait. *Flight Movement Control* bertugas untuk memastikan setiap penerbangan berjalan dengan lancar sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.
- *Crew Movement Control*, divisi ini bertugas untuk mengontrol dan memonitor segala aspek yang berhubungan dengan *crew*, meliputi jam kerja *crew*, jam terbang *crew*, jadwal libur *crew*, dan *crew* sakit. *Crew control* juga bertugas untuk menghitung *rest hour crew*.
- *Flight Following*, bertugas untuk berkomunikasi langsung dengan awak pesawat. Dan komunikasi ini menggunakan 2 metode yaitu melalui pesan suara atau pesan singkat.
- *Technic Operation Control (TOC)*, berperan mengatur segala aspek yang berhubungan dengan performa pesawat seperti penjadwalan *maintenance* pesawat serta status pesawat.

- *Flight dispatch*, bertugas menganalisa data-data yang berhubungan dengan penerbangan seperti *planning*, menganalisa cuaca (cuaca bandara keberangkatan dan cuaca bandara kedatangan), dan membuat rencana penerbangan atau *flight plan* yang kemudian akan disampaikan kepada *cockpit* dan *crew* sebelum melakukan penerbangan.
- *Reservation Control*, bertugas untuk mengatur segala aspek yang berhubungan dengan penumpang.

Dari seluruh kegiatan yang dilakukan oleh *Operation Control Centre*, dimana terdapat *output* yang dijadikan sebagai target yaitu *on time performance*. Menurut Suharto Abdul Majid & Aditya Nugroho (2009), *On time performance* didefinisikan sebagai penerbangan dapat dihitung tepat waktu jika dioperasikan kurang dari 15 menit dari waktu yang telah dijadwalkan.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA