

Pengembangan strategi saluran distribusi PT Garuda Indonesia

Daan Darmawan Raihin, author

Deskripsi Lengkap: <http://lib.ui.ac.id/detail?id=20471707&lokasi=lokal>

Abstrak

ringkasan eksekutif

Dalam menghadapi era perdagangan bebas dunia, kebijakan langit terbuka dan deregulasi dunia bisnis penerbangan, setiap perusahaan penerbangan berada dalam suatu arena persaingan yang tajam, dimana kelangsungan hidup dan keberhasilan mengungguli pesaing, akan bergantung sepenuhnya pada kekuatan dan kesiapan dari masing-masing perusahaan.

Beranjak dari hal di atas, setiap perusahaan harus mampu menerapkan strategi dan kebijakan yang tepat, dalam mengelola unsur-unsur dari persaingan.

Pengelolaan saluran distribusi di PT Garuda Indonesia merupakan salah satu aspek penting untuk ditangani lebih terencana dan terintegrasi, dengan menjadikan saluran distribusi sebagai alat bagi perusahaan dalam memenangkan persaingan melalui sistem distribusi dan penggunaan teknologi yang canggih.

Dalam penelitian ini dilakukan analisa terhadap sistem, program, kebijakan, dan strategi saluran distribusi yang diterapkan oleh PT Garuda Indonesia, serta pemanfaatan Computerized Reservations Systems (CRS) dan AGRA III.

temuan-temuan yang diperoleh sebagai permasalahan dalam sistem reservasi PT Garuda Indonesia yang paling significant terdapat pada pelaku saluran distribusi yaitu berkenaan dengan agen perjalanan, dan pemanfaatan dari fasilitas CRS yang belum optimal.

Dari permasalahan tersebut dilakukan pengkajian kembali dengan menguji strategi dan kebijakan yang diterapkan, sehingga diketahui hal-hal yang menjadi penyebab dan latar belakangnya, untuk dilakukan pembenahan dan penyempurnaan lebih lanjut disertai dengan teknik pengaplikasiannya, yaitu dalam strategi saluran yang progresif diarahkan menjadi progresif integratif, mengoptimalkan fungsi CRS melalui penyusunan jadwal yang efektif dan code sharing, meningkatkan bentuk kerjasama dan pembinaan yang lebih baik terhadap agen perjalanan. Kemudian disusun program-program pengendalian saluran distribusi dalam bentuk integrasi vertikal ke depan, pengembangan saluran distribusi yang inovatif, direct marketing, dan peningkatan branding.

Dengan demikian penerapan strategi, kebijakan dan program yang diusulkan di atas, diharapkan mampu meningkatkan kinerja saluran distribusi perusahaan, yang dapat menunjang misi PT Garuda Indonesia dalam memperoleh keuntungan, serta menempatkan PT Garuda Indonesia sebagai perusahaan jasa angkutan udara yang berkualitas world class.

