

**Analisis efek pengurangan komisi terhadap penjualan agen perjalanan di pasar domestik, studi kasus: PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk =
Analysis of commission reduction effects to the travel agent's sales in the domestic market, case study: PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk**

Hendra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20498503&lokasi=lokal>

Abstrak

Garuda Indonesia adalah maskapai penerbangan Indonesia yang menjual transportasi layanan penuh untuk orang yang mencakup rute domestik dan internasional. Penjualan domestik mereka ditangani oleh agen perjalanan konvensional dan online dengan kontribusi 68% dari total penjualan domestik. Agen perjalanan tersebut mendapatkan persentase komisi dari tarif dasar setiap tiket yang terjual. Dimulai sejak April 2017 Garuda telah memutuskan untuk mengurangi komisi agen perjalanan di wilayah domestik. Namun, di sisi lain, kontribusi agen terhadap total penjualan Garuda cukup signifikan. Penelitian ini menyelidiki bagaimana pengurangan komisi mempengaruhi penjualan agen perjalanan di setiap wilayah di wilayah domestik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengurangan komisi pada agen perjalanan di pasar domestik. Analisis ini didasarkan pada teori promosi penjualan, bauran pemasaran, dan pendekatan cost-leadership dan hipotesis tentang pendekatan analisis efek. Analisis data sekunder menggunakan analisis deskriptif berdasarkan perbandingan data deret waktu. Studi ini menemukan bahwa semua penjualan di semua kategori agen perjalanan berbeda secara signifikan. Temuan lain adalah penjualan di berbagai daerah menurun, tetapi penurunan tersebut hanya signifikan untuk beberapa wilayah saja.

.....Garuda Indonesia is an Indonesian airline that sells a full-service transportation for people that covers domestic and international routes. Their domestic sales are handled by conventional and online travel agents with contribution 68% of total domestic sales. Those travel agents get the percentage of commission from the basic fare of each ticket sold. Started from April 2017 Garuda has decided to reduce the travel agents commission in the domestic area. However, on the other hand, agent contribution to total Garudas sales is significant. This research investigates how the commission reduction is affecting the travel agents sales in each region of the domestic area. This study aims to analyze the commission reduction influence on travel agent in the domestic market. The analysis be based on the theory of sales promotion, marketing mix, and the cost leader approach and a hypothesis on approaching the analysis of the effect. The analysis of the secondary data uses descriptive analysis based on time series data comparison. The study finds that all sales in all category of travel agent is significantly different. Another finding is the sales in different regions are decreased, but that decrements are significant for some region only.