

Analisis biaya transaksi ekonomi pada saluran pemasaran PT. (Persero) Garuda Indonesia

Soebagijo Soemodihardjo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=79078&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Menyongsong datangnya era globalisasi perdagangan dan investasi yang salah satu ciri utamanya adalah meningkatnya persaingan bisnis termasuk persaingan dalam bisnis penerbangan, GARUDA harus segera melakukan peningkatan daya saingnya, antara lain dengan peningkatan efisiensi dalam aspek pemasaran internasional melalui saluran pemasaran.

Dengan asumsi bahwa production cost dan distribution cost termasuk relationship cost serta perilaku manajemen tetap, maka tingkat efisiensi di dalam saluran pemasaran internasional dapat diketahui melalui biaya transaksi ekonominya.

Dalam kerangka pemikiran tersebut di atas dan mengingat kurang lebih 90% tiket penerbangan internasional GARUDA di wilayah Jabotabek dijual melalui Biro Perjalanan Wisata/Agen Penjualan Tiket Penerbangan Internasional atau BPWIAPTP-I maka penelitian difokuskan pada perilaku BPWIAPTP-I dikaitkan dengan pembentukan biaya transaksi ekonomi yang bersangkutan yang secara lebih terinci adalah : (1) untuk mengetahui faktor-faktor biaya transaksi ekonomi yang berpengaruh pada saluran pemasaran, (2) untuk mengetahui besarnya biaya transaksi ekonomi GARUDA dibanding pesaingnya di BPWIAPTP-I yang sama, (3) untuk mengetahui faktor dominan perilaku organisasi dalam saluran pemasaran internasional GARUDA yang menimbulkan biaya transaksi ekonomi yang besar, dan (4) untuk merumuskan rekomendasi untuk perbaikan efisiensi saluran pemasaran GARUDA.

Penelitian dilakukan pada 17 BPWIAPTP-I dan sebagai pembanding dipilih pesaing GARUDA yang peringkat internasionalnya hampir sama, yaitu Malaysian Airlines (MAS) dan yang tingkat pelayanannya sering dijadikan bench mark yaitu Singapore Airlines (SIA).

Analisis dilakukan dengan metode Proses Hirarkhi Analitis (PHA) atau Analytical Hierarkhi Process (AHP), dan hasilnya adalah (1) faktor biaya transaksi ekonomi pada saluran pemasaran perusahaan penerbangan melalui BPWIAPTP-I yang terutama adalah Opportunistic Behaviour, faktor biaya transaksi ekonomi kedua adalah Bounded Rationality dan faktor biaya transaksi ekonomi ketiga adalah Asymmetric Information; (2) Biaya transaksi ekonomi GARUDA pada saluran pemasaran BPWIAPTP-I lebih besar dibanding biaya transaksi ekonomi MAS dan SIA pada saluran pemasaran yang sama; dan (3) Faktor dominan perilaku organisasi dalam saluran pemasaran GARUDA yang menyebabkan biaya transaksi ekonomi lebih besar dibanding MAS dan SIA adalah pada penggunaan kekuasaan paksaan.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, untuk meningkatkan efisiensi pada saluran pemasaran Internasional

GARUDA melalui BPWIAPTP-I direkomendasikan untuk : (1) melakukan pembenahan manajemen dan (2) melakukan pembenahan yang ditujukan langsung kepada karyawan GARUDA; keduanya dengan mengupayakan perubahan "corporate culture" dan menjadikan GARUDA sebagai suatu "learning organization".