

BAB II

GAMBARAN UMUM AEROTRAVEL

A. Sejarah Aerotravel

PT. Aero Globe Indonesia didirikan dan memulai usahanya dalam bidang biro perjalanan wisata pada tahun 1967 dengan nama PT Satrya Travel Service yang didirikan berdasarkan akta pendirian nomor 22 tahun 1967 tanggal 14 Desember 1967 yang dibuat dihadapan Soerojo Wongsowidjojo, Notaris di Jakarta dan dengan akta nomor 26 tahun 1973 tanggal 10 Agustus 1973, yang kemudian diubah lagi namanya menjadi PT Biro Perjalanan Wisata Satriavi yang dibuat dengan akta nomor : 107 tahun 2000 tanggal 19 Juni 2000 yang dibuat di hadapan B.R.AY. Mahyastoeti Notonagoro, S.H. Notaris di Jakarta dan terakhir diubah namanya menjadi PT Aero Globe Indonesia sesuai akta nomor 2 tahun 2011 tanggal 5 Mei 2011 yang dibuat di hadapan Rismalena Kasri SH Notaris di Jakarta yang telah mendapat pengesahan sesuai Keputusan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia nomor : AHU-27719.AH.01.02 Tahun 2011 tanggal 01 Juni 2011.

Sebagai salah satu anak perusahaan PT Aero Wisata dan merupakan member dari Garuda Indonesia Group, AGI mengkhususkan diri bergerak dalam bisnis Travel and Leisure. Dan merupakan perusahaan yang telah berpengalaman di dunia bisnis wisata dan perjalanan lebih dari 40 tahun. Dengan semangat dan komitmen untuk memberikan layanan berkualitas yang prima sebagai salah satu layanan berkualitas yang prima sebagai

salah satu layanan pendukung utama Garuda Indonesia sebagai perusahaan penerbangan Indonesia.

Aerotravel adalah brand name dari PT. Aero Globe Indonesia dan merupakan salah satu unit bisnis pada divisi Travel & Leisure Services - Aerowisata. Sebagai anggota dari Garuda Indonesia Group, dalam aktivitas bisnisnya, selain memiliki jaringan internasional yang luas, Aerotravel juga bersinergi secara intense dengan unit bisnis Aerowisata group lainnya, termasuk diantaranya dengan Hotel & Resort Service, Transportation Service, Food Services dan tentunya juga dengan Garuda Indonesia sebagai induk perusahaan.

Produk dan layanan Aerotravel meliputi ticketing, paket tour domestic dan internasional, dan penjualan hotel. Sebagai *travel agent* yang berpengalaman, Aerotravel juga merupakan anggota yang sudah terakreditasi oleh IATA (International Air Transport Association) dan ASITA (Association of the Indonesia Tours and Travel).

B. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Menjadi salah satu perusahaan pengelolaan perjalanan terpadu yang terbaik di Indonesia dengan menyediakan layanan pelanggan yang berkualitas melalui saluran distribusi modern dan tradisional.

b. Misi

- 1.) Memberikan jasa pelayanan perjalanan terpadu yang profesional baik untuk perjalanan bisnis maupun wisata.

- 2.) Mempromosikan tujuan wisata Indonesia dan seluruh dunia.
- 3.) Membangun kemitraan yang bersahabat dengan pelanggan dan rekanan.
- 4.) Menjaga keberlangsungan pertumbuhan Perusahaan.

C. Nilai-nilai Perusahaan

Standar etika yang diterapkan AGI berdasarkan pada nilai-nilai AGI yang diyakini sebagai nilai unggulan, yaitu **SINCERITY** dengan motto *One Family, One Nation, One Garuda Indonesia*. AGI mendorong seluruh Insannya untuk selalu menjunjung dan mengimplementasikan nilai-nilai **SINCERITY**.

Sebagai anggota Garuda Indonesia Group, AGI mengadopsi corporate values yang dimiliki dan diterapkan di GA Group yang disebut dengan **SINCERITY**.

1. *Sinergi*
2. *Integrity*
3. *CustomER focus*
4. *agIility*
5. *safeTY*

Reputasi suatu AGI dilihat dari tindakan yang dilakukan. Untuk menjadi yang terbaik, insan AGI akan terus mendorong upaya-upaya ke arah perbaikan. Nilai-nilai **SINCERITY** inilah yang akan menjadi panduan insan AGI dalam setiap tindakannya.

Pada saat yang sama, AGI sebagai anak perusahaan PT Aero Wisata (Aerowisata atau AWS) juga menerapkan *core values* AWS sebagai berikut:

1. Integrity : Konsisten dalam pikiran, perkataan, dan perbuatan dengan menjunjung tinggi kejujuran, keterbukaan, etika dan keteguhan hati dalam kondisi apapun dengan sikap perilaku yang sebaiknya (DO's) ditunjukkan sebagai berikut:

- a. Teguh dalam memenuhi janji.
- b. Berani menyampaikan kebenaran secara etis.
- c. Mencegah terjadinya benturan kepentingan pribadi dan perusahaan.
- d. Menjaga rahasia perusahaan.
- e. Menghadapi tantangan kerja dengan kesungguhan hati dan ikhlas.
- f. Taat pada peraturan perusahaan.
- g. Menjunjung tinggi kesetaraan dan bersikap adil.

Penerapan Core Values ini juga ditunjukkan dengan tidak melakukan hal-hal sebagai berikut:

- a. Berbuat dusta dan curang.
- b. Bekerja hanya jika diawasi.
- c. Membiarkan terjadinya pelanggaran.
- d. Mencari alasan atas kesalahan yang dilakukan dan menyalahkan orang lain.
- e. Memanfaatkan peluang untuk kepentingan pribadi.
- f. Bersikap pasif dan menghindari tanggung jawab pekerjaan.

g. Melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang dapat merugikan perusahaan.

2. Profesional : Bekerja dengan sepenuh hati secara cerdas dan disiplin yang berorientasi pada pelayanan prima dan kepuasan pelanggan guna mencapai hasil maksimal dengan upaya optimal sesuai dengan wewenang, tanggung jawab, aturan, keteladanan, norma dan etika profesi dengan sikap perilaku yang sebaiknya (DO's) ditunjukkan sebagai berikut:

- a. Memiliki komitmen yang kuat terhadap tugas.
- b. Bekerja dengan berorientasi pada pencapaian hasil kinerja optimal.
- c. Bekerja secara sistematis dengan motivasi yang kuat, cepat, tepat, akurat dan hemat.
- d. Kreatif dan inovatif menghasilkan produk dan layanan sesuai tuntutan bisnis.
- e. Melakukan perbaikan berkelanjutan untuk meningkatkan kemampuan dan kinerja.
- f. Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.
- g. Menampilkan sikap keteladanan dan kepemimpinan.

Penerapan Core Values ini juga ditunjukkan dengan tidak melakukan (DONTs) hal-hal sebagai berikut:

- a. Tidak menghargai waktu, bekerja sesuka hati.
- b. Bersikap pasif, tidak peduli terhadap masalah, bekerja selalu menunggu perintah dan tidak tuntas.

- c. Mudah menyerah, tidak tahan tekanan dan tantangan.
- d. Bekerja di luar kewenangan.
- e. Memilih-milih pekerjaan, bekerja tidak terencana.
- f. Bekerja tanpa mengindahkan prosedur, peraturan, standar profesi dan etika.
- g. Enggan meningkatkan kemampuan diri dan orang lain secara berkelanjutan.

3. Synergy : Mampu menjalin dan membangun kerjasama yang berkualitas untuk menghasilkan nilai tambah dengan sikap saling menghargai, saling percaya, saling terbuka dan saling menguntungkan dengan sikap perilaku yang sebaiknya (DO's) ditunjukkan sebagai berikut:

- a. Saling percaya, berprasangka baik dan bersikap positif.
- b. Mendengar, memahami, mengapresiasi, dan memotivasi orang lain.
- c. Memberi dan menerima ide, saran serta pendapat.
- d. Bersama-sama berkontribusi untuk mencari solusi atas persoalan.
- e. Berkoordinasi dan berkomunikasi dengan baik untuk menciptakan harmonisasi.
- f. Saling membantu, melengkapi dan berbagi.
- g. Berkomitmen untuk menciptakan peluang kerjasama yang dapat memberikan nilai tambah.

Penerapan Core Values ini juga ditunjukkan dengan tidak melakukan (DONTs) hal-hal sebagai berikut:

- a. Merasa paling benar dan paling hebat.
- b. Menyalahkan dan mencari-cari kesalahan orang lain.
- c. Memaksakan kehendak.
- d. Menjalin kerjasama untuk kepentingan jangka pendek.
- e. Melanggar perjanjian yang telah disepakati.
- f. Bertindak hanya untuk kepentingan sendiri dan kelompok.
- g. Bersikap emosional yang beresiko terhadap keberlangsungan kerjasama.

4. Care for Environment : Membangun dan meningkatkan kesadaran positif akan pentingnya tanggung jawab moral dan sosial dalam menciptakan lingkungan sehat, aman, dan nyaman untuk keberlangsungan perusahaan dan kehidupan masyarakat yang berkualitas dengan sikap perilaku yang sebaiknya (DO's) ditunjukkan sebagai berikut:

- a. Mematuhi peraturan Kesehatan dan Keselamatan Kerja Lingkungan (K3L) dan proaktif melakukan sosialisasi program K3L.
- b. Memberikan apresiasi kepada setiap insan yang peduli terhadap K3L.
- c. Mengatur pemilahan sampah dan mengelola limbah perusahaan tanpa merusak lingkungan.
- d. Menggunakan sumber daya alam secara hemat dan berorientasi ramah lingkungan untuk mencegah kerusakan lingkungan.

- e. Menggunakan dan memelihara fasilitas kerja dan fasilitas umum sesuai ketentuan.
- f. Menggiatkan program penghijauan untuk kesehatan dan keindahan lingkungan kerja dan sekitarnya.
- g. Menggiatkan program Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) kepada internal perusahaan dan lingkungan.

Penerapan Core Values ini juga ditunjukkan dengan tidak melakukan (DONTs) hal-hal sebagai berikut:

- a. Menghina, merendahkan, menghasut orang lain yang berpotensi menimbulkan konflik sosial.
- b. Membiarkan dan membuang sampah di sembarang tempat.
- c. Mengabaikan hubungan yang sehat dan harmonis antar sesama insan peusahaan dan masyarakat sekitar.
- d. Bertindak ceroboh yang membahayakan diri dan lingkungan.
- e. Merusak dan menghilangkan sarana serta prasarana kerja.
- f. Mengabaikan kondisi lingkungan perusahaan dan sekitarnya yang buruk, tidak aman dan nyaman.
- g. Mengabaikan perawatan alat kerja.

D. Pelayanan dan Produk Aerotravel

Aerotravel menawarkan pelayanan standar bintang 5 sesuai dengan kualifikasi yang diberikan Garuda Indonesia. Memberikan pelayanan yang ramah dan responsif dengan membawakan pesan brand *Delivering, Quality*

and Value. Aerotravel menjual berbagai macam produk yang ditawarkan pada acara GATF yaitu : Tour, Tiket, Hotel dan Insentif.

1. Penjualan Tour

Aerotravel menawarkan penjualan paket tour paket perjalanan wisata baik domestik maupun internasional dengan varian pilihan hari yang bisa dinikmati oleh konsumen sesuai dengan ketersediaan penawaran paket tour tersebut. Pada penjualan tour atau paket perjalanan wisata, Aerotravel menyediakan individual tour maupun grup series. Aerotravel juga melayani *request* paket tour konsumen dimana konsumen bisa langsung menghubungi Aerotravel dengan tujuan yang diinginkan

Gambar 2.1

Paket Tour Domestik



The image shows a promotional flyer for Aerotravel's domestic tour packages. At the top, there is a photo of two people in winter gear standing in a snowy mountain landscape. Below this, a pink banner reads 'pesona indonesia'. The main part of the flyer is a grid of 12 tour packages, each with a title, a representative image, and pricing information. A 'DAFTAR DAN BOOKING SEGERA!' (Register and Book Now!) banner is overlaid on the top right of the grid. At the bottom right, there is contact information for PT AERO GLOBE INDONESIA.

MEDAN	PADANG	BELITUNG
 3D2N Medan City Tour+Makan Durian IDR ^{from} 1.995.000	 3D2N Bukittinggi Padang IDR ^{from} 2.116.000	 2D1N Belitung IDR ^{from} 1.238.000
BALI	LOMBOK	YOGYAKARTA
 3D2N Bali Pesona IDR ^{from} 1.515.000	 3D2N Lombok Experience IDR ^{from} 1.442.000	 2D1N Jogjakarta Free & Easy IDR ^{from} 1.265.000
MALANG	LABUAN BAJO	MANADO
 3D2N Malang Batu (SIC) IDR ^{from} 2.834.000	 3D2N Labuan Bajo IDR ^{from} 6.526.000	 3D2N Manado Hot Package IDR ^{from} 2.369.000
RAJA AMPAT	MAKASSAR	
 3D2N Playnemo IDR ^{from} 6.400.000	 4D3N Makassar IDR ^{from} 4.613.000	

PT AERO GLOBE INDONESIA
 GEDUNG CLASSIC BUILDING L1-5
 Jl. Gunung Sahari No. 52
 Kemayoran, Jakarta Pusat
 Phone: (021) 422 4256 |
 Fax: (021) 422 8159
 Email: sales@aerotravel.co.id
 www.aerotravel.co.id
 aerotravelindo
 aerotravel_indo

(Sumber : Dokumentasi Perusahaan Oktober 2018)

Gambar 2.2

Paket Tour Internasional



(Sumber: Dokumentasi Perusahaan Oktober 2018)

2. Penjualan Tiket

Aerotravel menyediakan penjualan tiket pesawat dengan tujuan kemanapun yang diinginkan konsumen walaupun Aerotravel merupakan anak dari Garuda Indonesia Group, akan tetapi untuk pelayanan tiket pesawat tidak hanya dengan maskapai Garuda Indonesia namun juga bisa dengan maskapai yang lain sesuai yang diinginkan.

3. Penjualan Hotel

Aerotravel juga menyediakan penjualan hotel diberbagai Kota maupun Negara dengan pilihan mulai dari harga terendah hingga tertinggi. Hal itu dapat membantu konsumen ketika melakukan perjalanan akan

tetapi khawatir mengenai tempat tinggal dan tidak ingin kesulitan untuk mencarinya sehingga Aerotravel mampu menangani masalah tersebut.

Gambar 2.3

Penjualan Hotel

**SPECIAL HOTEL RATE
(Room/Nite)**

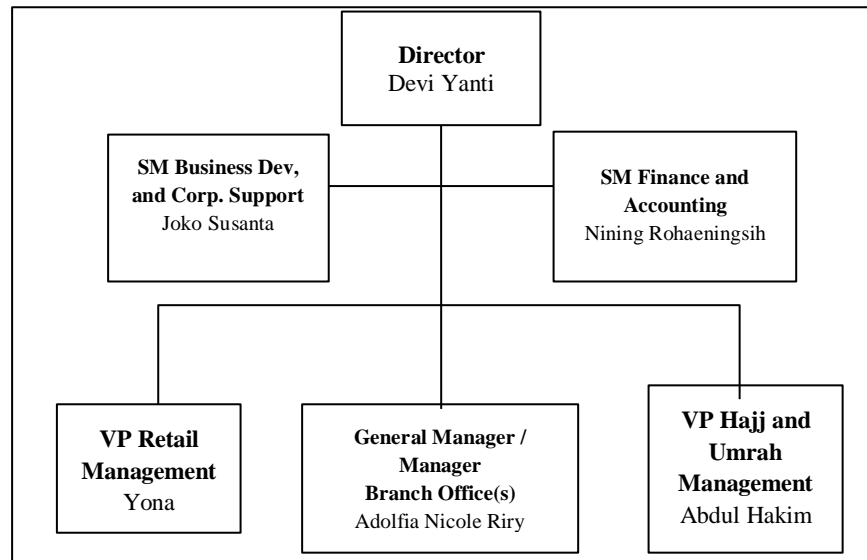
ASANA KAWANUA JAKARTA IDR <small>mulai dari</small> 455.000	PRAMA GRAND PREANGER BANDUNG IDR <small>mulai dari</small> 682.000
ASANA GROVE JOGJA IDR <small>mulai dari</small> 344.000	ASANA AGUNG PUTRA BALI IDR <small>mulai dari</small> 531.000
PRAMA SANUR BEACH BALI IDR <small>mulai dari</small> 1.162.000	KILA SENGGIGI BEACH LOMBOK IDR <small>mulai dari</small> 808.000

(Sumber : Dokumentasi Perusahaan Oktober 2018)

E. Struktur Organisasi Perusahaan

Bagan 2.1

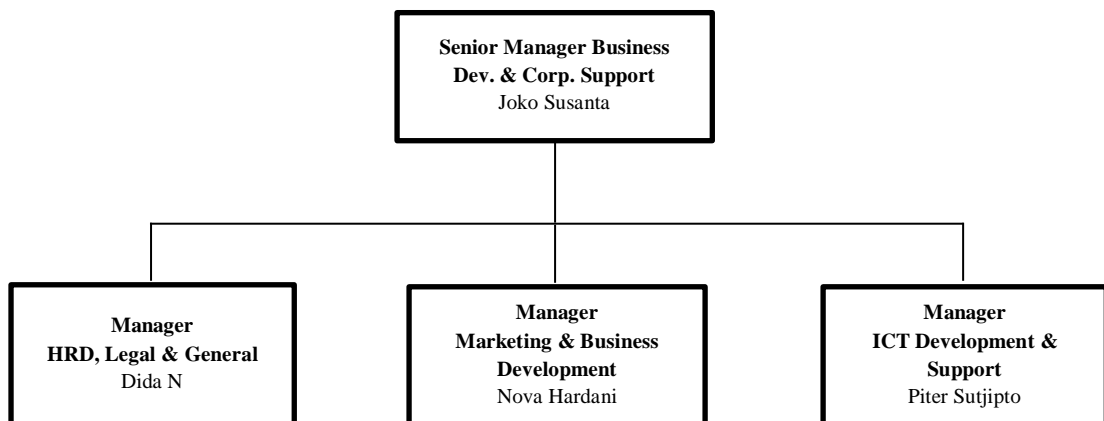
Struktur Organisasi Induk PT. Aero Globe Indonesia



(Sumber: Data Perusahaan Oktober 2018)

Bagan 2.2

Struktur Organisasi SM Business Development and Corporate Support



(Sumber: Data Perusahaan Oktober 2018)

SM Business Development & Corporate Support, memiliki fungsi

Unit Business Development & Corporate Support : memastikan pengelolaan, pengembangan usaha perusahaan untuk jangka pendek,

jangka menengah dan jangka panjang sesuai dengan visi dan misi ketentuan dan peraturan perundangan serta memenuhi prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG).

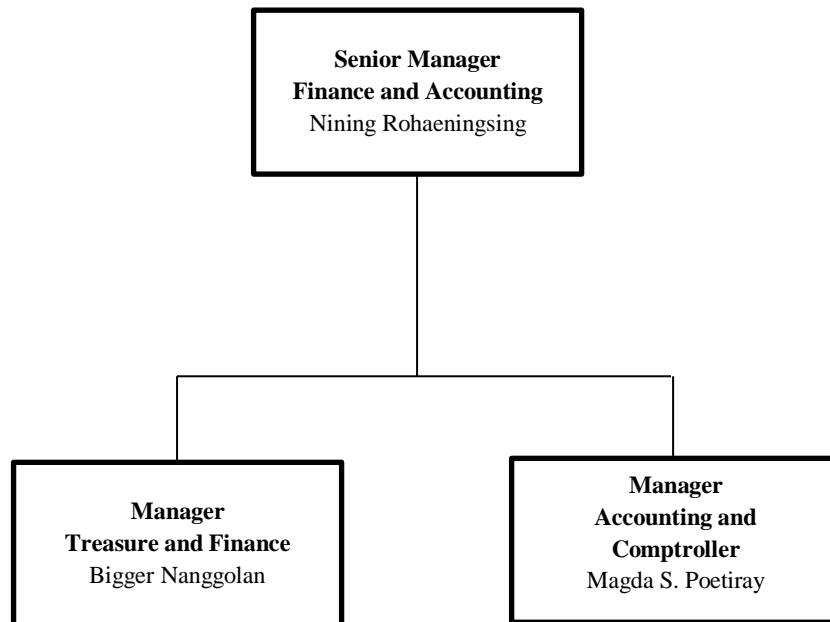
Manager Marketing and Business Development, memiliki fungsi sebagai menjamin atas seluruh kegiatan kinerja, kebijakan prosedur-prosedur yang terkait dengan manajemen pemasaran, penjualan dan promosi sesuai dengan visi & misi perusahaan dan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta prinsip-prinsip GCG.

Manager HRD, Legal and General Support, memiliki fungsi sebagai menjamin penanganan karyawan (sumber daya manusia), permasalahan hukum di perusahaan dan layanan umum (*general affairs*) sesuai dengan visi dan misi perusahaan dalam mendukung pencapaian sasaran perusahaan serta sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta prinsip-prinsip GCG.

Manager ICT Support and Development, memiliki fungsi sebagai menjamin penyusunan strategi pengembangan ICT (*Information and Communication Technology*) perusahaan untuk jangka pendek dan jangka panjang, monitoring dan evaluasi terhadap ICT Support guna mendukung strategi pengembangan usaha perusahaan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta prinsip-prinsip GCG.

Bagan 2.3

Struktur Organisasi Unit Finance and Accounting



(Sumber: Data Perusahaan Oktober 2018)

SM Finance and Accounting, memiliki fungsi unit memastikan pelaksanaan pengelolaan kebijakan aspek akuntansi dan keuangan perusahaan sesuai dengan ketentuan dan peraturan perundangan yang berlaku serta memenuhi prinsip-prinsip GCG untuk mendukung pencapaian target perusahaan.

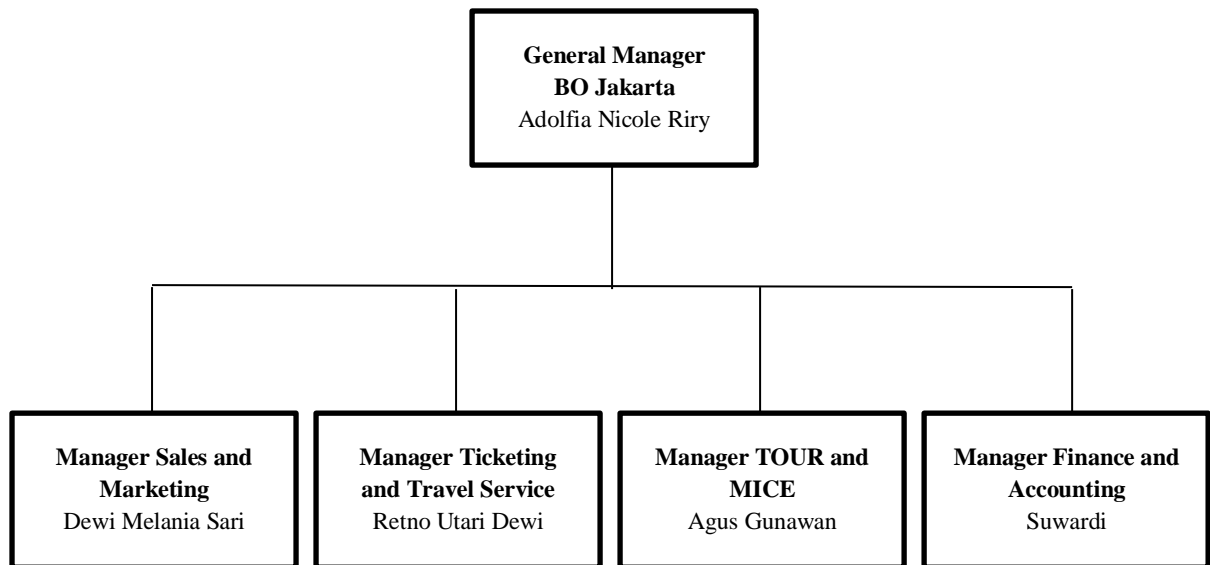
Manager Treasury & Finance, memiliki fungsi unit sebagai menjamin tersedianya dana untuk operasional perusahaan melalui pengelolaan kas dan resiko keuangan guna mendukung pencapaian sasaran perusahaan berdasarkan peranturan perundangan dan GCG.

Manager Accounting & Comptroller, memiliki fungsi unit sebagai menjamin terlaksananya pengelolaan aspek akuntansi dan keuangan

perusahaan sesuai dengan ketentuan dan peraturan perundangan yang berlaku serta memenuhi prinsip GCG.

Gambar 2.4

Struktur Organisasi Branch Office Jakarta



(Sumber: Data Perusahaan Oktober 2018)

Manager Marketing and Business Development, memiliki fungsi sebagai menjamin atas seluruh kegiatan kinerja, kebijakan prosedur-prosedur yang terkait dengan manajemen pemasaran, penjualan dan promosi sesuai dengan visi & misi perusahaan dan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta prinsip-prinsip GCG.

Manager Sales and Marketing, memiliki fungsi unit untuk menjamin pelaksanaan pengelolaan pemasaran dan penjualan sesuai dengan perencanaan dana target yang ditetapkan serta sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku serta memenuhi prinsip-prinsip GCG.

Manager Ticketing and Travel Services, memiliki fungsi unit menjamin seluruh proses transaksi penjualan untuk semua produk dan layanan perusahaan kepada pelanggan dilaksanakan dengan baik sesuai dengan kebijakan peraturan perusahaan, ketentuan perundangan yang berlaku dan prinsip-prinsip GCG.

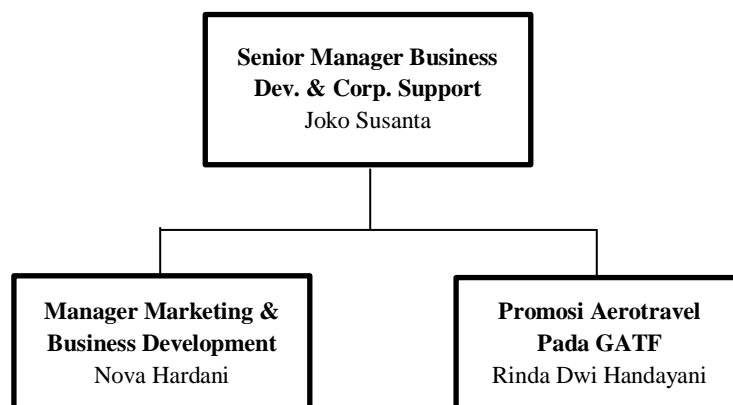
Manager Tour and MICE, memiliki fungsi unit untuk menjamin pengelolaan paket wisata inbound, outbound, intra domestic, MICE dan sistem administrasi, operasional serta penjualan dan pelayanan kepada pelanggan B2B maupun B2C sesuai dengan target yang telah ditetapkan perusahaan. Dilaksanakan dengan baik sesuai dengan ketentuan (SOP), peraturan perundangan yang berlaku serta memenuhi prinsip-prinsip GCG.

Manager Finance and Accounting, memiliki fungsi unit untuk menjamin pelaksanaan fungsi keuangan dan akuntansi di branch office sesuai dengan ketentuan dan peraturan perusahaan serta prinsip-prinsip GCG.

F. Struktur Pelaksana Promosi GATF Aerotravel

Bagan 2.5

Pelaksana Promosi Aerotravel Pada GATF



(Sumber: Data Perusahaan Oktober 2018)

SM Business Dev. & Corp. Support, tugasnya sebagai penanggung jawab utama secara keseluruhan baik dari pengembangan produk hingga penjualan produk dan evaluasi pada akhir acara GATF.

Manager Marketing & Business Development, tugasnya sebagai penanggung jawab produk-produk yang dijual lalu dipromosikan, menentukan promosi yang tepat untuk memasarkan produk serta menjaga hubungan baik kepada konsumen dengan memberikan informasi-informasi produk.

Promosi Aerotravel Pada GATF, tugasnya ialah membuat desain visualisasi pada produk seperti *flyer*, banner, *merchandise*. Membuat isi konten pada media promosi yang dijalankan yaitu *flyer*, email dan *whatsApp blast*.

G. Logo Aerotravel

Gambar 2.4

Logo Aerotravel

