

**SKRIPSI**

**PERAN *EVENT* GATF (GARUDA INDONESIA TRAVEL FAIR)  
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN TIKET  
(Studi Kasus Penjualan Tiket Garuda Indonesia  
Di Diana *Shopping Center* Timika 2018)**



Oleh  
**Rita Tambunan**  
**515100543**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA  
2019**

**PERAN *EVENT* GATF (GARUDA INDONESIA TRAVEL FAIR)  
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN TIKET  
(Studi Kasus Penjualan Tiket Garuda Indonesia  
Di Diana *Shopping Center* Timika 2018)**

**SKIRPSI**



**Oleh**

**RITA TAMBUNAN**

**NO. MHS : 515100543**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA  
2019**

**HALAMAN PENGESAHAN**

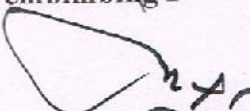
**PERAN *EVENT GATF* (GARUDA INDONESIA TRAVEL FAIR) DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN TIKET  
(Studi Kasus Pejualan Tiket Garuda Indonesia Di Diana *Shopping Center*  
Timika 2018)**



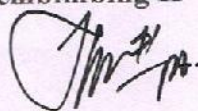
Oleh  
**RITA TAMBUNAN**  
NO. MHS : 515100543

Telah Disetujui Oleh :

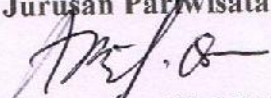
Pembimbing I

  
**(Drs. Prihatno, MM)**  
NIDN. 052 612 5901

Pembimbing II

  
**(I Putu Hardani H D, S.St. M.Mpar)**  
NIDN. 050 610 8201

Mengetahui  
Ketua Jurusan Pariwisata

  
**(Arif Dwi Saputra, SS, MM)**  
NIDN. 052/504 7001

**BERITA ACARA UJIAN**

**PERAN *EVENT GATF* (GARUDA INDONESIA TRAVEL FAIR) DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN TIKET  
(Studi Kasus Pejualan Tiket Garuda Indonesia Di Diana Shopping Center  
Timika 2018)**

**SKRIPSI**

Oleh  
**RITA TAMBUNAN**  
NO. MHS : 515100543

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji

Dan Dinyatakan :

**LULUS**

Pada Tanggal 13 Maret 2019

**TIM PENGUJI**

Penguji Utama

: Drs. Santosa, MM  
NIDN. 051 904 5901

(.....)

Penguji II

: Drs. Prihatno, MM  
NIDN. 052 612 5901

(.....)

Penguji III

: I Putu Hardani H D, S.St. M.Mpar  
NIDN. 050 610 8201

(.....)

Mengetahui,  
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta



Drs. Prihatno, MM  
NIDN. 052 612 5901

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rita Tambunan

NIM : 515100543

Program Studi : S1 Pariwisata

Judul Tugas Akhir : **“PERAN *EVENT GATF* (GARUDA INDONESIA TRAVEL FAIR DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN TIKET (STUDI KASUS PENJUALAN TIKET GARUDA INDONESIA DI DIANA SHOPPING CENTER TIMIKA 2018)”**.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini benar-benar berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan dari saya. Tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah diajukan dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis di acu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 10 Maret 2019

Yang membuat pernyataan



Rita Tambunan

## **MOTTO**

*Just Hang Your Hope/wish to ALLAH SWT. Nobody does the present better than ALLAH Power.*

**Jadilah Seperti Air Semua Orang Membutuhkan.**  
(Pace).

*Your Dreams Can Stay Forever With You. No One Can Take And No One Can Make It True Except You.*  
(Peter Pan)

*All you need is a faith, a little bit trust and PIXIE DUST.*  
(Tinkerbell)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*“This thesis i present to my beloved perents (pace J and mace J), which is so struggle and hard work to finance my outcome and to face all the things i want, while im study since several year behind. Im so thankful for every pray without less, Sorry for every fear, tear and worry that i’ve been done.*

*“ I thank to my half soul, i called her bonita as my twin sister that always pray and help me so much without less for everything. I also thank to my brothers for every support”.*

*“This thesis also i present to all my friends whose always be there to support me. Thank you for every faith, laugh, and sad. I enjoy every up and down we’ve been through.*

## KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat-Nya, serta dengan usaha sepenuh hati, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Kepariwisata pada Program Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta.

Fokus kajian skripsi ini adalah menjelaskan bagaimana Peran *Event GATF* (Garuda Indonesia *Travel Fair*) Dalam Meningkatkan Penjualan Tiket (Studi Kasus Penjualan Tiket Garuda Indonesia Di Diana *shopping Center* Timika 2018). Hasilnya menunjukkan bahwa peran *event* sangat memberikan dampak positif dalam meningkatkan *revenue*. Keterbatasan yang dihadapi pada saat berlangsungnya *event GATF* yaitu jika saat terjadinya masalah jaringan internet pada saat melakukan transaksi, reservasi tiket.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung mewujudkan skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya secara tulus ikhlas penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Drs. Prihatno, MM selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA juga sekaligus menjadi Dosen Pembimbing I penulis, yang dengan penuh



kesabaran membimbing penulis dengan tulus selama proses pengerjaan skripsi.

2. Bapak Santosa, MM selaku Penguji utama
3. Ibu Putu Hardani H D, S.St. M.Mpar selaku pembimbing 2 yang telah sabar membimbing dan memberikan banyak ilmu dan waktu yang lebih selama proses pengerjaan skripsi berlangsung.
4. Bapak Arif Dwi Saputra SS, MM selaku Ketua Jurusan.
5. Ibu Mona Erythrea Nur Islami, Sip.,M.A selaku Sekertaris Jurusan.
6. Kepada semua pihak Garuda Indonesia *Branch Office* Timika yang telah memberikan kesempatan dan dukungan kepada Penulis dalam melakukan penelitian.

Akhir kata penulis berharap semoga berhasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembangan ilmu pengetahuan. Tak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan pada penelitian berikutnya.

Yogyakarta, 13 Maret 2019

Rita Tambunan

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN .....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
A. Landasan Teori.....	7
1. <i>Special Event</i> .....	7
2. Pemasaran Jasa.....	8
3. <i>Marketing Mix</i> .....	8
4. Promosi dan Promosi Penjualan.....	13
5. <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	15
6. Pengertian Tiket Penerbangan.....	18

B. Kerangka Pemikiran.....	19
C. Penelitian Terdahulu .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
A. Metode dan Design Penelitian .....	23
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	24
C. Teknik Cuplikan.....	24
D. Sumber Data.....	25
E. Teknik Pengumpulan Data.....	26
F. Teknik Keabsahan Data .....	28
G. Metode Analisis Data.....	28
H. Alur Penelitian .....	30
I. Jadwal Penelitian.....	31
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	32
1. Sejarah Perusahaan.....	32
2. Profil Perusahaan .....	39
3. Visi, Misi dan Motto Perusahaan .....	40
4. Logo Perusahaan .....	41
5. Tata Nilai Perusahaan .....	44
6. Struktur Organisasi .....	47
7. Gambaran Umum <i>GATF</i> .....	52

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	54
1. Pra-event <i>GATF</i> .....	56
2. Saat Kegiatan <i>Event GATF</i> .....	60
3. Pasca Kegiatan <i>Event GATF</i> .....	69
4. Peran <i>GATF</i> .....	71
a. <i>Customer Loyalty</i> .....	72
b. <i>Trial and Repeat Buying</i> .....	73
c. Membangun Merek .....	74
d. Hasil Analisis Wawancara Pengelola.....	74
e. Hasil Analisis Wawancara <i>Customer</i> .....	75
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>76</b>
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran.....	77

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran.....	19
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	31
Tabel 4.1 Daftar Harga Tiket Normal .....	58
Tabel 4.2 Perbandingan Data Penjualan .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Garuda Klasik.....	41
Gambar 4.2 Logo Oranye.....	41
Gambar 4.3 Logo Burung <i>Modern</i> .....	42
Gambar 4.4 Logo Sayap Alam.....	43
Gambar 4.5 Struktur Organisasi.....	47
Gambar 4.6 Struktur Organisasi <i>Branch Office</i> Timika.....	48
Gambar 4.7 Konferensi Pers .....	57
Gambar 4.8 Daftar Harga <i>Event GATF</i> .....	59
Gambar 4.9 Situasi <i>Event GATF</i> .....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Hasil Wawancara Penelitian

Lampiran 2 Surat Izin Pelaksanaan Penelitian

Lampiran 3 Pedoman Observasi dan Wawancara

Lampiran 4 Dokumentasi bersama Narasumber 1 dan 2

Lampiran 5 Dokumentasi bersama *Customer* 1 dan 2

Lampiran 6 Dokumentasi saat kegiatan *event GATF*

Lampiran 7 Dokumentasi bersama seluruh *Staff GA*

Lampiran 8 Brosur *GATF*

Lampiran 9 Lembar Bimbingan

Lampiran 10 Surat Penguji

Lampiran 11 Surat Keterangan Penelitian

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan informasi dan teknologi pada era globalisasi saat ini begitu pesat sehingga memacu segala sektor untuk berkembang, salah satunya adalah sektor pariwisata. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Istilah pariwisata (*tourism*) baru muncul di masyarakat kira-kira pada abad ke-18, khususnya setelah revolusi industri di Inggris. Istilah pariwisata berasal dari dilaksanakannya kegiatan wisata (*tour*), yaitu suatu aktivitas perubahan tempat tinggal sementara dari seseorang, di luar tempat tinggal sehari-hari dengan suatu alasan apapun selain bukan melakukan kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji. (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan).

Berkembangnya sektor pariwisata di suatu negara akan menarik sektor lainnya untuk berkembang. Pesatnya perkembangan informasi dan teknologi pun diikuti oleh perkembangan bidang-bidang lainnya seperti transportasi udara yang akan berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Transportasi udara memiliki peran yang sangat penting dalam melakukan, perjalanan, perpindahan, serta pengangkutan. Industri penerbangan di



Indonesia saat ini terus berkembang pesat hampir semua perjalanan wisatawan antar negara dilakukan dengan menggunakan transportasi udara, dengan adanya transportasi udara lebih mempermudah manusia dalam melakukan perjalanan dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan efektif serta waktu yang lebih singkat, hal ini menjadikan transportasi udara sebagai pilihan utama dalam melakukan perjalanan, tidak hanya di negara maju. Indonesia sebagai negara berkembang juga sangat pesat dalam penggunaan transportasi udara. Salah satu pulau di Indonesia yaitu Papua yang terletak di bagian timur Indonesia yang hampir 80% wilayah geografisnya adalah pegunungan membuat sebagian besar masyarakat Papua memanfaatkan transportasi udara untuk melakukan berbagai aktivitas.

Papua merupakan salah satu pulau yang menjadi fokus pembangunan dan pengelolaan sumber daya alam seperti migas (minyak gas) dan pertambangan. Dan pada saat ini pengembangan pariwisata dikembangkan secara besar-besaran dan menyeluruh diberbagai obyek wisata sehingga Papua yang aktif menggunakan transportasi adalah Timika sebagai pusat kota pertambangan emas terbesar di Dunia. Timika merupakan salah satu kota dengan tingkat penduduk yang cukup padat dan aktivitas pekerja yang mayoritas menggunakan transportasi udara.

Berbagai perusahaan-perusahaan yang bergerak tentunya sangat menyadari adanya perkembangan teknologi yang berkembang pesat, sehingga harus mengikuti dan beradaptasi terhadap perubahan zaman

setiap harinya. “Dunia bisnis selalu berkembang mengikuti perubahan zaman. Setiap harinya perusahaan menghadapi masalah, peluang maupun tantangan agar bisa bertahan ditengah persaingan yang ketat. Perusahaan harus mampu beradaptasi terhadap perubahan dengan cara mempelajari hal-hal baru dan mengikuti kemajuan teknologi”. (dikutip pada tanggal 20 desember 2018 melalui <http://biz.kompas.com>).

Konsumen kini telah menyadari bahwa daya beli mereka memiliki kekuatan, sehingga konsumen pun bertindak dan saling berkomunikasi mengenai pilihan yang mereka buat. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang kini mengubah praktik pemasaran mereka dengan membuat *event* tahunan serta melakukan promosi menggunakan media sosial agar dapat terlibat dalam komunikasi tersebut, memposisikan merek perusahaan dan sukses berkolaborasi dengan konsumen.

Garuda Indonesia merupakan maskapai penerbangan nasional terbesar di Indonesia yang juga setara dengan penerbangan kelas dunia. Di tengah persaingan yang ketat, sebagai maskapai penerbangan terbesar di Indonesia Garuda Indonesia berusaha menawarkan produk-produk, memberikan fasilitas dan pelayanan terbaik, serta mempromosikan keunggulan yang dimiliki dalam memuaskan pelanggannya dengan konsep Garuda Indonesia *Experience*, seperti tersedianya pilihan media hiburan yang ada dalam pesawat dan *on-board shopping*. Tidak hanya pada saat penerbangan saja tetapi adanya pelayanan pada *Pre-flight service* (pelayanan sebelum terbang), *In flight service* (pelayanan saat terbang),

dan *Post flight service* (pelayanan setelah terbang). “Garuda Indonesia telah diakui sebagai maskapai penerbangan regional terbaik di dunia, maskapai penerbangan kelas ekonomi terbaik di dunia, maskapai penerbangan dengan kru kabin terbaik di dunia, dan banyak penghargaan bergengsi lainnya dari lembaga-lembaga yang dihormati di dunia seperti Skytrax yang berbasis di London” (dikutip pada tanggal 20 Desember melalui [www.garuda-indonesia.com](http://www.garuda-indonesia.com)).

Salah satu *event* yang sangat populer di kalangan *traveller*, yaitu Garuda Indonesia *Travel Fair* (*GATF*). *GATF* merupakan *special event* tahunan yang selalu ditunggu oleh pelanggan setia Garuda Indonesia, tidak hanya di kota Jakarta, namun di seluruh Indonesia. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah pengunjung *GATF* dari tahun ke tahun sejak dilaksanakannya *GATF* untuk pertama kalinya tahun 2008 lalu. Tingginya minat pelanggan dan masyarakat dalam melakukan perjalanan wisata, maka *GATF* yang semula hanya dilaksanakan di Jakarta, kemudian digelar di kota-kota besar lainnya di Indonesia. Sering munculnya persepsi publik mengenai harga tiket yang mahal akhir-akhir ini menjadi *trending topic*.

*GATF* merupakan pameran dimana harga promo-promo tiket bisa di dapatkan dan dipastikan tidak akan bisa ditemukan pada saat penjualan di hari biasa. Berdasarkan latar belakang yang diatas, penelitian ini bermaksud ingin mengetahui bagaimana peran serta proses kegiatan *GATF* dalam penjualan tiket yang dilakukan oleh Garuda Indonesia dalam kegiatan penjualan tiket saat Garuda Indonesia *Travel Fair* di Diana

*shopping center* Timika. Peran *GATF* dalam meningkatkan penjualan tiket menarik untuk diteliti karena penelitian ini ingin mengetahui seberapa besar peran *GATF* dalam memperoleh *income / revenue* di samping harga yang ditawarkan merupakan harga terbaik sepanjang tahun (murah) tetapi tetap meningkatkan *revenue* pada saat kegiatan *GATF* di Timika. Penelitian ini juga ingin mengetahui apa saja yang akan dilakukan serta yang diberikan pihak Garuda dalam melakukan penjualan tiket di hari biasa. Dalam penelitian ini akan diteliti dengan menggunakan studi kasus. Metode ini dipilih karena menjelaskan berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi, atau peristiwa secara sistematis. Penelitian ini berfokus pada **“PERAN EVENT GATF (GARUDA INDONESIA TRAVEL FAIR) DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN TIKET GARUDA INDONESIA DI DIANA SHOPPING CENTER TIMIKA”**.

## **B. Fokus Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini difokuskan pada Bagaimana Peran *Event GATF* (Garuda Indonesia *Travel Fair*) Dalam Meningkatkan Penjualan Tiket Garuda Indonesia di *Diana Shopping Center* Timika?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Peran *Event GATF* (Garuda Indonesia *Travel Fair*) Dalam meningkatkan Penjualan Tiket Garuda Indonesia di *Diana Shopping Center* Timika.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Akademis

Menambah informasi dan wawasan mengenai bagaimana peran *event* Garuda Indonesia *Travel Fair* dalam meningkatkan penjualan tiket, sebagai tambahan referensi di masa yang akan datang, pembaharuan kurikulum perkuliahan jurusan pariwisata secara umum dan usaha perjalanan wisata pada bidangnya serta penyusunan bahan ajar atau materi perkuliahan dibidang penerbangan.

#### 2. Manfaat Praktis

Memberikan sumbangan pemikiran mengenai bagaimana peran *event* Garuda Indonesia *Travel Fair* dalam meningkatkan penjualan tiket serta menjadikan sarana evaluasi bagi PT. Garuda Indonesia Timika.