

Analysis of Marketing Strategy Management and Human Resources PT.Garuda Indonesia Solo Branch in Facing the Covid-19 Pandemic at Adi Soemarmo Airport Solo

Neddy Faturrahman

Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta

ABSTRACT: The purpose of this study was to determine the management of marketing strategies and human resources at PT. Garuda Indonesia Branch Office Solo so as not to experience losses during the Covid-19 Pandemic. Qualitative method with primary and secondary data. The results of the research on marketing strategies and human resources are implementing a marketing strategy in collaboration with agents, hospital laboratories and conducting special prices. The human resource strategy develops human resources in special lessons related to marketing, operational activities in the face of a pandemic & RULS (Recurrent Uplifting Learning Service) with the performance of maintaining good relations with partners and evaluating the progress of marketing and flight operations. Establish HR in 2021 which establishes units for marketing, finance and operational divisions by reducing human resources that are less professional, reducing human resources that are less interested/competent.

Keywords: marketing strategy management, human resources, pt.garuda indonesia branch office solo

Corresponding Author: neddyfaturrahman0501@gmail.com

Analisis Manajemen Strategi Pemasaran dan Sumber Daya Manusia PT.Garuda Indonesia *Branch Office* Solo Dalam Menghadapi *Pandemic Covid-19* di Bandar Udara Adi Soemarmo Solo

Neddy Faturrahman

Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta

ABSTRAK: Tujuan penelitian ini untuk mengetahui manajemen strategi pemasaran dan sumber daya manusia di PT.Garuda Indonesia *Branch Office* Solo agar tidak mengalami kerugian di saat *Pandemic Covid-19*. Metode kualitatif dengan data primer dan sekunder. Hasil penelitian strategi pemasaran dan sumber daya manusia yaitu menerapkan strategi pemasaran melakukan kerjasama dengan *agent*, laboratorium rumah sakit dan melakukan spesial harga. Startegi sumber daya manusia mengembangkan SDM dalam pelajaran khusus terkait pemasaran, kegiatan operasional dalam menghadapi masa pendemic & RULS (*Recurrent Uplifing Learning Service*) dengan kinerja menjaga hubungan baik dengan mitra dan membuat evaluasi progres pemasaran serta operasional penerbangan. Menetapkan SDM pada tahun 2021 yang menetapkan unit bagian pemasaran, keuangan dan bagian operasional dengan mengurangi SDM yang kurang professional, mengurangi SDM yang kurang berkepentingan /berkompeten.

Kata kunci: manajemen strategi pemasaran, sumber daya manusia, pt.garuda indonesia *branch office* solo

Submitted: 4 April; Revised: 15 April; Accepted: 26 April

Corresponding Author: neddyfaturrahman0501@gmail.com

PENDAHULUAN

Bandar udara Adi Sumarmo Solo berada di jalan Padang Golf, Ngesrep, Ngemplak, Kabupaten Boyolali yang berjarak 14 kilometer dari pusat kota Solo. Bandara Adi Sumarmo Solo memiliki 3 terminal penumpang, memiliki 2 terminal kargo, 11 tempat parkir pesawat dan merupakan bandara ramah lingkungan. (Dinas Pariwisata, 2019 pariwisatasolo.surakarta.go.id)

Pada saat ini penerbangan di bandar udara tidak stabil dikarenakan situasi *Pandemic Covid-19* atau Virus *Corona* yang menyebar diseluruh dunia maupun di Indonesia itu sendiri, terutama pada semua maskapainya salah satu maskapai Garuda Indonesia. Virus *Corona* atau *Covid-19* sangat berpengaruh kepada seluruh penerbangan Internasional maupun Nasional, karena akan berdampak berbahaya kepada setiap penumpang. Virus *Corona* atau *Covid-19* sangat berdampak terhadap perusahaan penerbangan maupun maskapai, antara lain yaitu Garuda Indonesia yang dimana perusahaan Garuda Indonesia ini merupakan suatu maskapai Nasional Indonesia (BUMN) yang memiliki penerbangan komersial bagi penumpang, barang atau kargo dan memiliki jasa di bidang lainnya untuk kepentingan transportasi udara.

Dalam situasi ketika *Pandemic Covid-19* seluruh perusahaan penerbangan atau maskapai mengalami kerugian dikarenakan penurunan penumpang yang sangat signifikan dimana ketika adanya *Pandemic Covid-19* ini penumpang berkecenderungan membatasi aktifitas untuk berpergian dengan menggunakan transportasi umum, khususnya transportasi udara. Adanya kebijakan Pemerintah dengan larangan untuk tidak berpergian kemanapun dengan melakukan *lockdown* di setiap daerah ataupun di setiap negara yang menerapkan *lockdown* sehingga semua penerbangan penumpang dibatalkan di setiap negara manapun terkecuali penerbangan untuk kargo atau barang.

Seluruh perusahaan penerbangan memperbaharui manajemen strategi dalam pemasaran dan sumber daya manusianya agar tidak mengalami kerugian yang sangat besar. Maskapai Garuda Indonesia melakukan pemutusan hubungan kerja terhadap karyawan, melakukan pengurangan produksi atau kapasitas di rute *domestic* maupun *international*, melakukan pemotongan gaji terhadap karyawan, dan mempertahankan/meningkatkan kinerja keuangan perseroan. Garuda Indonesia melakukan pengeluaran kas yaitu biaya tetap yang meliputi biaya pegawai, biaya sewa pesawat, biaya penerbangan, dan administrasi. (Arif, 2021 yonulis.com)

Penelitian ini penting untuk diketahui bagaimana suatu manajemen strategi pemasaran dan sumber daya manusia diperusahaan penerbangan terutama PT.Garuda Indonesia *Branch Office* Solo agar tidak mengalami kerugian dikarenakan situasi *Pandemic Covid-19* pada tahun 2021. Pentingnya manajemen strategi ini untuk suatu perusahaan agar mengalami kebangkrutan dan mengalami kerugian yang di sebabkan situasi *Pandemic Covid-19* ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Bandar Udara

Bandar udara menurut annex 14 ICAO (*International Civil Aviation Organization*) “Bandar udara merupakan area tertentu didaratan atau perairan termasuk bangunan, peralatan dan instalasi yang diperuntukkan baik secara keseluruhan atau sebagian untuk kedatangan (*arrival*), keberangkatan (*departure*) dan pergerakan pesawat” dan bandar udara menurut UU nomor 1 tahun 2009 tentang penerbangan “Bandar udara adalah kawasan didaratan dan perairan dengan batasan-batasan tertentu yang digunakan sebagai tempat pesawat udara mendarat (*take off*) dan lepas landas (*landing*), naik turunnya penumpang, bongkar muat barang dan tempat perpindahan intra dan antarmoda transportasi yang dilengkapi dengan fasilitas keselamatan, keamanan penerbangan dan fasilitas pokok dan fasilitas penunjang lainnya”.

Garuda Indonesia

Perusahaan penerbangan Garuda Indonesia merupakan perusahaan BUMN yang didirikan pertama kali pada tanggal 26 Januari 1949. Perusahaan masuk bursa saham pada tanggal 11 Februari 2011 dan bergabung dengan *Sky Team* pada tanggal 5 maret 2014. Jumlah armada yang 134 dengan kota tujuan 64. Garuda Indonesia berkantor pusat di Jakarta. (Majid, 2018 IN MEDIA)

Untuk mendukung kegiatan operasionalnya, Garuda Indonesia memiliki 5 anak perusahaan yang berfokus pada produk/jasa pendukung bisnis perusahaan induk, yaitu PT.Abacus *Distribution System* Indonesia, PT.Aero Wisata, PT.Garuda *Maintenance Facility Aero Asia*, PT.Aero *Sytem* Indonesia, dan PT.Citilink Indonesia. Dalam menjalani kegiatan operasionalnya, perusahaan di dukung oleh 7.861 orang karyawan, termasuk 2.010 siswa yang tersebar di Kantor Pusat dan Kantor Cabang. (Majid, 2018 IN MEDIA)

Garuda Indonesia bekerja sama dengan mitra perusahaan dan institusi-intitusi lainnya yang di publish di web site (Garuda Indonesia, 2021 www.garuda-indonesia.com) di antaranya :

1. *Astra International*
2. Bank Indonesia
3. PT.Bank Negara Indonesia
4. PT.Bank *Central Asia*
5. PT.Bank Rakyat Indonesia
6. PT.Bank CIMB Niaga
7. PT.*Freeport* Indonesia
8. Coca-Cola Amatil Indonesia
9. PT.Honda *Prospect* Motor
10. PT.HM Sampoerna
11. HSBC (*Hongkong dan Shanghai Banking Corporation Limited*)
12. *Yamaha Corporation*
13. Telkomsel
14. PT.Pertamina
15. PT.Bank Mandiri
16. PT.Trakindo Utama
17. Semen Padang

18. Prudential Indonesia
19. Shell (*Royal Dutch Shell Plc*)
20. Badan Pemeriksa Keuangan
21. Kepolisian Daerah
22. Kementerian Keuangan
23. Institut Pertanian Bogor
24. Institut Teknologi Bandung
25. Universitas Indonesia

Visi perusahaan adalah menjadi perusahaan penerbangan yang berkelanjutan melalui layanan berorientasi pelanggan dan pertumbuhan yang menguntungkan. Misi perusahaan memaksimalkan laba pemegang saham melalui pertumbuhan pendapatan yang kuat, kepemimpinan biaya dalam operasi layanan penuh, dan sinergi grup sambil memberikan nilai tertinggi kepada pelanggan melalui keramahan Indonesia yang sangat baik.

Covid-19

Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia *Covid-19* atau *Corona Virus* merupakan keluarga besar Virus yang menyebabkan penyakit pada manusia. Virus *Covid-19* ini dapat menyebabkan penyakit infeksi saluran pernafasan, mulai dari flu biasa hingga penyakit yang sangat serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Syndrome* pernafasan akut berat / *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). *Corona* merupakan salah satu virus jenis baru yang ditemukan di Wuhan Cina, pada Desember 2019, kemudian yang diberi nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Corona Virus 2* (SARS-COV2) dan menyebabkan penyakit *Corona Virus Disease-2019* (COVID-19).

Manajemen

Menurut Prawiro (2021) manajemen merupakan seni dalam mengatur dan melaksanakan yang dapat di definisikan sebagai sebuah proses pengelolaan atau mengelola suatu yang dilakukan oleh sekelompok orang atau sebuah organisasi untuk mencapai sebuah tujuan. Manajemen juga didefinisikan sebagai upaya perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian dan pengontrol sumber daya untuk mencapai tujuan yang efisien dan efektif.

Unsur-Unsur Manajemen

Unsur-unsur manajemen menurut Aditama (2020) antara lain yaitu :

1. Manusia. Manusia merupakan unsur yang paling menentukan. Manusia yang membuat suatu tujuan dan manusia pula yang melaksanakan atau memproses suatu tujuan tersebut.
2. Uang. Uang merupakan suatu unsur manajemen yang penting karena uang merupakan suatu alat yang akan menentukan penentuan jumlah bahan, untuk membiayai gaji karyawan dan lain-lainnya.

3. Bahan-bahan. Bahan-bahan merupakan sebagai salah satu sarana sebab manusia dan bahan tidak dapat dipisahkan dan tanpa bahan tidak bisa tercapai tujuan atau hasil yang dikehendaki.
4. Mesin. Penggunaan mesin dapat membawa kemudahan dan menghasilkan keuntungan yang lebih besar, serta menciptakan sebuah efisiensi kerja.
5. Metode. Metode ini bertindak sebagai pedoman sikap dan tingkah laku, serta tata cara dalam sebuah proses pekerjaan, sehingga diharapkan pelaksanaan sesuai dengan tujuan perusahaan.
6. Pasar. Dalam dunia bisnis, pasar memegang posisi yang cukup penting dan strategis karena disanalah bisnis untuk mendapatkan keuntungan yang mampu bersaing dengan perusahaan atau bisnis yang lainnya secara kompetitif.

Strategi

Strategi merupakan suatu pendekatan yang semua berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan serta eksekusi dalam aktivitas yang memiliki kurun waktu tertentu. Strategi yang baik itu ada pada koordinasi dalam tim kerja, mempunyai tema dan melakukan identifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip pelaksanaan gagasan yang rasional, efisien dalam melakukan pendanaan untuk mencapai sebuah tujuan secara efektif dan efisien. (Kurniawan, 2021 gurupendidikan.co.id)

Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan suatu proses atau rangkaian aktivitas pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh yang disertai dengan penetapan cara pelaksanaannya, yang dibuat oleh suatu pimpinan organisasi dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran didalam organisasi tersebut untuk mencapai tujuan. (Prawiro, 2020 maxmanroe.com)

Peran manajemen strategi menurut Ritonga (2020) yaitu untuk meraih segala tujuan yang diinginkan oleh suatu organisasi atau sebuah perusahaan maka penerapannya sangat dibutuhkan yang diinginkan bersama. Adapun manajemen strategi yang meliputi :

- a. Memberikan arah jangka panjang yang akan dituju.
- b. Membuat suatu organisasi lebih efektif.
- c. Mengidentifikasi keunggulan komparatif.
- d. Beradaptasi dengan perubahan-perubahan.
- e. Anggota organisasi ikut dalam membuat strategi dan motivasi.
- f. Aktivitas membuat strategi.
- g. Aktivitas tumpeng tindih berkurang.

Manajemen Strategi Pemasaran

Menurut Kottler dan Keller (2012) pemasaran adalah sebuah seni, karena obyek pemasaran adalah manusia, dimana setiap individu mempunyai

karakter/keinginan berbeda, sehingga diperlukan seni komunikasi, seni pendekatan, dan seni rayuan yang lainnya untuk memenangkan hati manusia. Pemasaran merupakan aktivitas yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menentukan kebutuhan manusia. Secara ringkas pemasaran biasa diartikan dengan *meeting needs profitably* yaitu bagaimana perusahaan bisa melayani kebutuhan konsumen dan perusahaan. (Rahmawati, 2016 Mulawarman University Press)

Peran manajemen pemasaran antaranya menyampaikan produk atau jasa dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan dengan menghasilkan laba yang sasarannya adalah pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan tetap. (Danisa, 2012 Manajemen Pemasaran)

Menurut Tengku (2020) pemasaran memiliki suatu perangkat pemasaran yaitu bauran pemasaran dimana bauran pemasaran ini merupakan suatu perangkat atau alat pemasaran yang baik yang berada dalam suatu perusahaan yang dimana perusahaan mampu mempengaruhi atau mengendalikan respon pasar sasaran yang di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu :

1. Produk : suatu barang yang di produksi untuk memenuhi kebutuhan.
2. Harga : jumlah yang dibayar oleh pelanggan untuk memiliki atau menikmatinya.
3. Tempat : merupakan suatu yang penting untuk mudah diakses oleh pembeli atau pelanggan.
4. Promosi : merupakan komponen pemasaran untuk meningkatkan produk penjualan.

Manajemen strategi Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia merupakan salah satu proses menangani berbagai masalah pada ruang lingkup karyawan, pegawai, buruh, manajer, dan tenaga kerja lainnya. Oleh karena itu dapat menunjang aktivitas organisasi atau perusahaan demi mencapai tujuan yang telah ditentukan. (Kembauw, 2020 Widina Bhakti Persada Bandung)

Peranan manajemen Sumber Daya Manusia dalam perumusan strategi antaranya yaitu misi, sasaran, analisis eksternal, analisis internal dan pemilihan strategi sedangkan peran dalam pelaksanaan strateginya harus mengambil peran aktif dalam penerapannya yaitu struktur organisasi, seleksi, perencanaan tugas, pelatihan dan pengembangan Sumber Daya Manusia. (Dharmayanti, 2015 Peran Manajemen SDM dalam Proses Manajemen Strategi)

Tujuan manajemen sumber daya manusia menurut Larasati (2018) yaitu mengoptimalkan produktivitas semua pekerja dalam suatu perusahaan atau organisasi dan tujuan lainnya seperti :

1. Tujuan sosial : agar perusahaan atau organisasi bertanggung jawab secara sosial.
2. Tujuan organisasional : sasaran formal untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan.
3. Tujuan fungsional : untuk mempertahankan kontribusi departemen SDM pada tingkatan sesuai yang dibutuhkan organisasi atau perusahaan.

4. Tujuan individual : tujuan pribadi dari setiap anggota organisasi atau perusahaan untuk hendak mencapai tujuan melalui aktivitas organisasi.

METODOLOGI

Pengujian keabsahan data dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi yang menurut Lexy (2016) yaitu teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan suatu yang lainnya. Triangulasi data merupakan suatu informasi dokumen dari suatu pihak diperiksa kebenarannya dengan cara memperoleh informasi dari sumber yang lainnya seperti dari pihak kedua, pihak ketiga dan seterusnya dengan melakukan metode yang berbeda yang tujuannya :

1. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumentasi yang berkaitan.
2. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
3. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain seperti staff dan manajer.

Metode Wawancara

Wawancara menurut Yusuf (2014) adalah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian suatu kejadian atau proses interaksi antara pewawancara dengan orang yang di wawancarai melalui komunikasi langsung. Wawancara ini dilakukan kepada 3 orang yaitu staff Garuda Indonesia yang berada di unit kerja pemasaran, staff SDM Garuda Indonesia di PT.Garuda Indonesia Branch Office Solo.

Metode Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2019) merupakan suatu kegiatan pemuatan penelitian terhadap suatu objek untuk proses pelaksanaan pengumpulan data. Observasi ini dilakukan di maskapai Garuda Indonesia Bandar Udara Adi Soemarmo Solo.

Metode Dokumentasi

Dokumentasi menurut Yusuf (2014) merupakan pengumpulan data-data yang sudah ada atau menelusuri data historis dan dokumentasi dengan sekelompok orang atau salah satu orang dengan peristiwa atau kejadian dalam situasi sosial yang sangat berguna bagi penelitian. Dokumentasi ini dilakukan di makapai Garuda Indonesia Bandar Udara Adi Soemarmo Solo.

Sumber Data

Sumber data yang akan diambil menggunakan data yang didapatkan di makapai Garuda Indonesia Branch Office Solo. Data yang diambil dari makapai Garuda Indonesia data pemasaran tiket dan rute yang dipasarkan oleh Garuda Indonesia pada masa Pandemic Covid-19, struktur organisasi maskapai Garuda Indonesia dan Sumber Daya Manusia (SDM) yang masih aktif pada masa Pandemic Covid-19 yang di ambil data dari staff pemasaran dan SDM Garuda Indonesia.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian di Garuda Indonesia *Branch Office* Solo tentang manajemen strategi pemasaran dan sumber daya manusia yang dilakukan pada saat *Pandemic Covid-19* di Bandar Udara Adi Sumarmo Solo pengambilan datanya dari dokumentasi, wawancara dan observasi di Garuda Indonesia *Branch Office* Solo pada bulan November tahun 2021.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT.Garuda Indonesia *Branch Office* Solo dalam situasi *Pandemic Covid-19*

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Garuda Indonesia *Branch Office* Solo dalam situasi *Pandemic Covid-19* terdapat beberapa aspek diantaranya:

1. *Maintain customer and relationships with agents (agent umroh, IATA agent, and gerai Garuda Indonesia).*
2. *Maintain relationships with corporate member Garuda Indonesia*
3. *Campaign Garuda Indonesia product (schedule flight, sales on ground & cargo)* merupakan salah satu promosi produk yang dilakukan Garuda Indonesia antara yaitu :
 - a. Rute penerbangan Jakarta-Solo dan Solo-Jakarta pada bulan Oktober dengan harga Rp.690.000.00.
 - b. Rute penerbangan Solo-Jakarta dengan harga Rp.1.000.000.00.
 - c. Rute penerbangan Jakarta-Solo dan Solo-jakarta dengan harga Rp.790.000.00.
 - d. Melakukan penjualan secara langsung di kantor Garuda Indonesia *Branch Office* Solo dan di terminal bandar udara Adi Sumarmo Solo
 - e. Melakukan penjualan tiket melalui Whatsapp
 - f. Promosi terhadap kelebihan bagasi hemat hingga 50%
4. *Collaborating with hospital laboratories for special prices for rapid & PCR test for Garuda Indonesia passengers*
5. *The campaign will fly healthy with Garuda Indonesia.*
6. *Provide information to passengers regarding the promo price of Garuda Indonesia route SOC-CGK.*
7. *Give special prices for prepaid baggage up to 50%.*

Strategi yang dilakukan oleh PT.Garuda Indonesia *Branch Office* Solo pada Sumber Daya Manusia (SDM) di situasi *Pandemic Covid-19* adalah data Sumber Daya Manusia (SDM) PT.Garuda Indonesia setelah penetapan jumlah SDM pada masa *Pandemic Covid-19* di Bandar Udara Adi Soemarmo Solo menetapkan SDM pemasaran, keuangan dan operasional dengan mengurangi SDM yang kurang profesional, mengurangi SDM yang kurang berkepentingan /berkompeten. Mengembangkan SDM dalam pelajaran khusus terkait pemasaran, kegiatan operasional dalam menghadapi masa *pandemic & RULS (Recurrent Uplifting Learning Service)* dengan kinerja menjaga hubungan baik dengan mitra dan membuat evaluasi progres pemasaran serta operasional penerbangan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Analisis manajemen strategi pemasaran dan sumber daya manusia yang dilakukan oleh PT.Garuda Indonesia *Branch Office* Solo yang disebabkan adanya

situasi *Pandemic Covid-19* menyebabkan penurunan penumpang Maskapai Garuda Indonesia dimana strategi manajemen pemasaran dan sumber daya manusia harus diperbaharui agar tidak mengalami kerugian atas penurunan penumpang pada masa *Pandemic Covid-19*.

Dari hasil penelitian yang didapatkan dengan metode analisis kualitatif tentang strategi manajemen pemasaran yang dilakukan ialah :

1. *Maintain customer and relationships with agents (agent umroh, IATA agent, and gerai Garuda Indonesia).*
2. *Maintain relationships with corporate member Garuda Indonesia.*
3. *Campaign Garuda Indonesia product (schedule flight, sales on ground & cargo).*
4. *Collaborating with hospital laboratories for special prices for rapid & PCR test for Garuda Indonesia passengers.*
5. *The campaign will fly healthy with Garuda Indonesia.*
6. *Provide information to passengers regarding the promo price of Garuda Indonesia route SOC-CGK.*
7. *Give special prices for prepaid baggage up to 50%.*

Strategi manajemen pemasaran di atas yaitu strategi pemasaran yang dilakukan PT.Garuda Indonesia Branch Office Solo ketika masa *Pandemic Covid-19* pada tahun 2021 dan juga rute penerbangan di tahun 2021 pada masa *Pandemic Covid-19* hanya satu rute penerbangan yaitu Solo (SOC) ke Jakarta (CGK).

Strategi manajemen sumber daya manusia yaitu mengembangkan SDM dalam pelajaran khusus terkait pemasaran, kegiatan operasional dalam menghadapi masa pandemic & RULS (*Recurrent Uplifting Learning Service*) dengan kinerja menjaga hubungan baik dengan mitra dan membuat evaluasi progres pemasaran serta operasional penerbangan. Menetapkan SDM pada tahun 2021 yang menetapkan unit bagian pemasaran, keuangan dan bagian operasional dengan mengurangi SDM yang kurang professional, mengurangi SDM yang kurang berkepentingan /berkompeten.

Rekomendasi

Peneliti ini memberikan beberapa saran/rekomendasi sebagai berikut :

1. Dari hasil data penelitian, agar menambahkan rute penerbangan agar banyak calon penumpang melakukan penerbangan dengan maskapai Garuda dikarenakan calon penumpang bertujuan tidak hanya ke Jakarta tetapi banyak tujuan selain kota Jakarta maupun penerbangan *Domestic* ataupun *International*.
2. Diharapkan agar mengoptimalkan kinerja SDM di masa *Pandemic Covid-19* ini dengan lebih baik lagi dan selalu melakukan training agar tidak ada SDM yang kurang professional dalam bekerja.

PENELITIAN LANJUTAN

Hasil penelitian ini akan bermanfaat bagi pembaca atau penelitian tahun berikutnya mengenai manajemen strategi pemasaran dan sumber daya manusia ketika ada permasalahan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pembuatan jurnal penelitian ini saya sampaikan terimakasih kepada semua pihak yang membantu dalam penelitian ini. Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Orang tua dan keluarga atas doa dan kasih sayang yang telah diberikan.
2. Dosen dan seluruh staff Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta.
3. Semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen*. Malang: Publishing AE.
- Ajabar. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Arif, S. (2021, April 5). *Garuda Indonesia Menghadapi PHK di Saat Pandemi Berkelanjutan*. Retrieved from <https://yonulis.com/2021/04/05/garuda-indonesia-menghadapi-phk-di-saat-pandemi-berkelanjutan/>
- Danisa, N. R. (2012). Pengertian, Peran, Kosep dan Strategi. *Manajemen Pemasaran*.
- Dharmayanti, S. (2015). Peran Manajemen SDM Dalam Proses Manajemen Startegi. *Manajemen Strategi SDM*.
- Dr. Sandu Siyoto, S. M. (2015). *Dasar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran : Dasar dan Konsep*. Surabaya: Qiara Media.
- Indonesia, G. (2021). *Mitra Perusahaan Corporate Partners*. Retrieved from Garuda-Indonesia: <http://www.garuda-indonesia.com/id/id/comporate-partners/index>
- Kembauw, D. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2020, Maret 01). Retrieved from Kementerian Kesehatan Republik Indonesia: <https://www.kemkes.go.id/article/view/20031600011/pertanyaan-dan-jawaban-terkait-covid-19.html>
- Kota Surakarta, D. (2019). *Bandara Internasional Adi Sumarmo*. Retrieved from Pariwisata Solo Surakarta: <http://pariwisatasolo.surakarta.go.id/destinations/bandara-internasional-adi-sumarmo/>
- Kurniawan, A. (2021, Mei 28). *Pengertian Strategi*. Retrieved from Pengertian Strategi: <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-strategi/>

- Larasati, S. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Majid, D. A. (2018). *Manajemen Strategi Perusahaan Penerbangan*. Bogor: In Media.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Musfar, T. F. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Nursalikah, A. (2020, Agustus 28). *Kapasitas Bandara YIA 11 Kali Lebih Banyak dari Adisutjipto*. Retrieved from Kapasitas Bandara YIA 11 Kali Lebih Banyak dari Adisutjipto: <https://republika.co.id/berita/qfrred366/kapasitas-bandara-yia-11-kali-lebih-banyak-dari-adisutjipto>
- P, K. a. (2012). *Marketing Management*. English: Pearson Prentice Hall.
- Prawiro, M. (2020, Juni 17). *Manajemen Strategi: Pengertian, Tujuan dan Manfaat Bisnis*. Retrieved from Pengertian Manajemen Strategi: <https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/pengertian-manajemen-strategi.html>
- Prawiro, M. (2021, Februari 24). *Pengertian Manajemen : Fungsi, Unsur dan Tujuan Manajemen Dalam Organisasi*. Retrieved from Pengertian Manajemen: <https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/pengertian-manajemen.html>
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University PRESS.
- Ritonga, Z. (2020). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sugiarsi, S. (2020). *Pedoman Penelitian Kualitatif*. Retrieved from Pedoman Wawancara : <https://publikasi.apfirmik.or.id>
- Sugiyono, P. (2019). *Metode penelitian pendidikan : pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Yusuf, A. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.