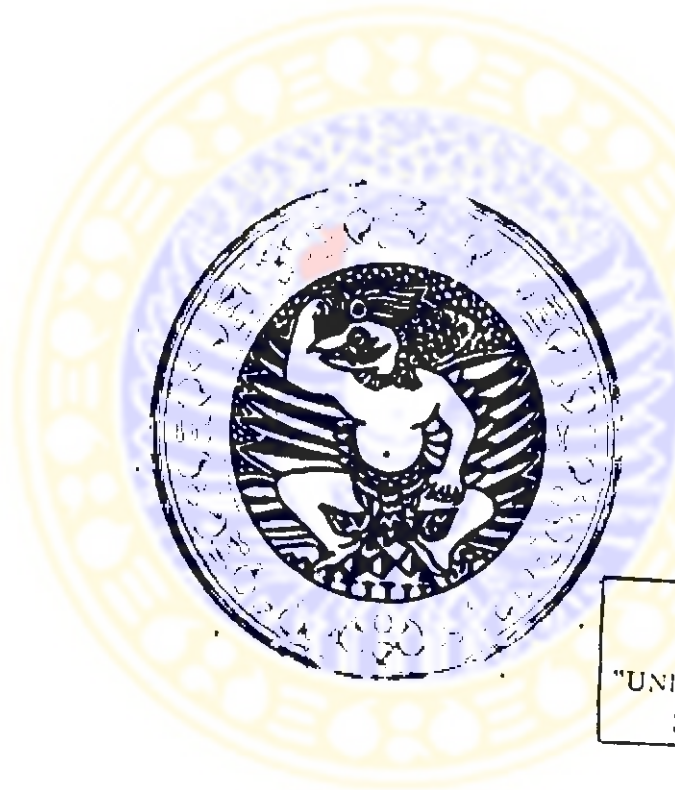


**PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI  
DALAM PELAYANAN RESERVASI PENERBANGAN  
UNTUK MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PENJUALAN TIKET  
STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN PENERBANGAN  
PT. SEMPATI AIR - DISTRICT SURABAYA**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN AKUNTANSI**



*KK.  
A. 2025/95  
Emy.  
p.*

**MILIK  
PERPUSTAKAAN  
"UNIVERSITAS AIRLANGGA"  
SURABAYA**

**DIAJUKAN OLEH  
EMYR WAN  
No. Pokok : 048812920**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
1995**

S K R I P S I

PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI  
DALAM PELAYANAN RESERVASI PENERBANGAN  
UNTUK MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PENJUALAN TIKET

STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN PENERBANGAN  
PT. SEMPATI AIR - DISTRICT SURABAYA

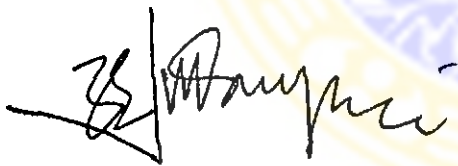
DIAJUKAN OLEH

EMYRWAN

No. Pokok : 048812920

TELAH DISETUIJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSKIN PEMBIMBING



Dra. Erina Sudaryati, MS., Ak.

TANGGAL 01-06-1995

KETUA JURUSAN



Dra. Ec. Hariati Hamzens, Ak.

TANGGAL 8-6-95

Surabaya, 29-9-1995

BIMBINGAN TELAH SELESAI DAN  
SKRIPSI INI SIAP UNTUK DIUJIKAN

DOSEN PEMBIMBING



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Erina Sudaryati', is written over a large, faint, circular watermark of the University of Airlangga seal. The seal features a central emblem with a bird and a sun, surrounded by text in Indonesian.

Dra. Erina Sudaryati, MS., Ak.

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, segala puji-pujian bagi Allah pemelihara sekalian alam. Sholawat dan salam atas yang paling mulia diantara para rasulullah, Muhammad S.A.W., yang amin dan atas sekalian keluarga dan para sahabatnya.

Dengan ijin Allah, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Airlangga.

Skripsi ini tidak akan terwujud apabila tanpa bantuan dan bimbingan berbagai pihak, karenanya pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada ;

1. Ayah dan Umi tercinta, yang mendidik sejak kecil dan memberi segalanya bagi perkembangan kehidupan penulis, juga Uda Amri serta Neneng dan Dhiah yang selalu memberi keceriaan didalam kehidupan penulis.
2. Ibu Dra. Erina Sudaryati, MS., Ak., selaku dosen pembimbing yang dengan teliti membantu dan membimbing penulis sehingga selesainya penulisan skripsi ini.
3. Para Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi, yang telah memberi bekal ilmiah sehingga mengantar penulis untuk mengenal dan mendalami sebagian ilmu pengetahuan.
4. Bapak Hasan Alkatiri, selaku District General Affair Manager PT. Sempati Air - Surabaya, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian di PT. Sempati Air, District Surabaya.
5. Mbak Delta dan Mas Wicak selaku karyawan PT. Sempati Air, yang telah banyak meluangkan waktu serta membantu penulis untuk mendapatkan data-data guna penelitian.
6. Eri, Didik, dan Kresna serta seluruh rekan-rekan Himpunan Mahasiswa Islam ( HMI ), Cabang Surabaya, Komisariat Ekonomi.
7. Bapak, Ibu Tadji serta Ririn, Yuyun, Hadi dan Arief.

Serta ucapan terima kasih untuk Andri yang dengan penuh kasih, pengertian serta kesabarannya telah memberi semangat dan dorongan buat penulis, sehingga skripsi ini selesai.

Juga semua pihak yang membantu kelancaran penyusunan skripsi ini yang tak mungkin penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga segala kebaikan dan ketulusan tersebut mendapat balasan dari Allah S.W.T.. Akhirnya penulis berharap semoga penyusunan skripsi ini diterima oleh-Nya sebagai amal ibadah yang bermanfaat bagi seluruh pembaca yang memerlukannya.

Amin ya robbal 'alamin

Surabaya, 13 Mei 1995

Emy r w a n

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. LATAR BELAKANG .....	1
1.2. PERUMUSAN MASALAH .....	6
1.3. TUJUAN PENELITIAN .....	8
1.4. MANFAAT PENELITIAN .....	8
1.5. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. LANDASAN TEORI .....	12
1.1. GAMBARAN UMUM SISTEM INFORMASI MANAJEMEN .....	12
1.1.1. PENGERTIAN MANAJEMEN .....	12
1.1.2. PENGERTIAN INFORMASI .....	14
1.1.3. PENGERTIAN SISTEM .....	16

1.2. PENDEKATAN SISTEM .....	16
1.3. PENGERTIAN TEKNOLOGI INFORMASI .....	18
1.4. KONSEP RANTAI NILAI (VALUE CHAIN) .....	21
1.4.1. AKTIVITAS PRIMER .....	23
1.4.2. AKTIVITAS PENDUKUNG .....	24
1.5. RANTAI NILAI DAN TEKNOLOGI .....	25
1.5.1. AUTOMATISASI .....	28
1.5.2. DISINTERMEDIASI .....	29
1.5.3. INTEGRASI .....	30
1.6. OPERATING SYSTEM .....	32
1.6.1. PENGERTIAN JARINGAN DAN SISTEM OPERASI .....	33
1.7. EFEKTIVITAS .....	38
1.7.1. EFEKTIVITAS PENJUALAN .....	40
2.2. PENELITIAN SEBELUMNYA .....	46
2.3. HIPOTESIS .....	46
2.4. METODE PENELITIAN .....	46
4.1. DEFINISI OPERASIONAL .....	46
4.2. JENIS DAN SUMBER DATA .....	47
4.3. PROSEDUR PENGUMPULAN DATA .....	48
4.4. TEKNIK ANALISIS .....	49
 <b>BAB III ANALISIS</b>	
<b>3.1. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
1.1. SEJARAH PERKEMBANGAN PERUSAHAAN .....	50
1.2. STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN .....	52
1.3. AKTIVITAS PEMASARAN PERUSAHAAN .....	57
1.4. RESERVASI PENERBANGAN .....	57
1.4.1. RESERVASI PENERBANGAN PT. SEMPATI AIR .....	58
1.4.2. SITA (SOCIETE INTERNATIONALE DE TELECOMMUNICATION AERONAUTIQUES) .....	59

<b>3.2. ANALISIS</b>	
<b>2.1. ANALISIS RANTAI NILAI DAN TEKNOLOGI INFORMASI</b> .....	60
2.1.1. AKTIVITAS PRIMER, PELAYANAN .....	62
2.1.2. AKTIVITAS PRIMER, PEMASARAN DAN PENJUALAN .....	63
2.1.3. AKTIVITAS PRIMER LOGISTIK KE LUAR .....	66
2.1.4. AKTIVITAS PRIMER LOGISTIK KE DALAM .....	67
<b>2.2. ANALISIS SISTEM OPERASI DAN JARINGAN</b> .....	70
<b>2.3. ANALISIS EFEKTIVITAS PENJUALAN TIKET</b> .....	82
<b>BAB IV KESIMPULAN</b> .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	94
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Rantai Nilai Generik .....	22
2. Teknologi Representatif dan Rantai Nilai Perusahaan .....	27
3. Keterkaitan Operating System dengan Value Chain (Rantai Nilai) .....	33
4. Perbedaan Antara Konsep Penjualan dan Konsep Pemasaran .....	42
5. Struktur Organisasi PT. Sempati Air District Surabaya .....	54
6. Konfigurasi Jaringan Airline Reservation PT. Sempati Air .....	76

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Contoh Jadwal Penerbangan (Time Table) Sempati Air .....	68
2. Output Reservasi Penerbangan Sempati Air .....	74
3. Daftar Penjualan Seluruh Maskapai Penerbangan, untuk penerbangan jalur Surabaya - Jakarta, th.1992-1993 .....	84
4. Data Perbandingan Pangsa Pasar atas Penjualan Tiket untuk jalur penerbangan Surabaya - Jakarta, th.1992-1993 .....	86

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Daftar Jadwal Penerbangan Dari Surabaya ke Jakarta, Sempati Air. Berlaku efektif untuk sejak tgl. 15 Desember 1994 - 31 Maret 1995.
2. Tata Letak Kabin Pesawat untuk setiap jenis pesawat milik PT. Sempati Air.



# BAB I

## PENDAHULUAN



### 1.1. Latar Belakang

Semakin maju dan berkembangnya kehidupan masyarakat diikuti pula perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat. Hal ini mengakibatkan terjadinya perubahan pengembangan dan pemanfaatan teknologi dengan intensitas yang bermacam-macam. Faktor paling dominan yang melatar belakangi perubahan tersebut adalah revolusi dalam teknologi informasi dan komunikasi yang mendorong kemajuan teknologi produk dan proses serta terbentuknya suatu masyarakat yang tak lepas dari informasi dalam kehidupan sehari-hari.

Perkembangan penerapan teknologi informasi menghasilkan perubahan penting dalam pemahaman sistem informasi pada berbagai kegiatan perusahaan. Sebagai contoh, seorang eksekutif senior, seringkali menggunakan teknologi informasi kredit yang diciptakan sebagai pendukung utama yang strategis bagi perusahaan. Seringkali mereka beranggapan bahwa, informasi yang kita miliki dapat memberi dukungan utama bagi profitabilitas perusahaan. Tetapi tidak semua eksekutif mengerti dan terbiasa memanfaatkan perubahan atau revolusi yang sudah menjadi bagian kehidupan manajemen sejak era 1980-an belakangan ini.

Seperti pernyataan yang dikemukakan oleh Martin, E. Wainringht, bahwa :<sup>1</sup>

" Sistem Informasi Manajemen (SIM) merupakan strategi utama yang perlu diperhatikan, bukan karena Sistem Informasi Manajemen tersebut lebih penting dari yang lain, tetapi karena kita adalah bagian dari yang kita perbuat dengan sistem tersebut. Meskipun kita ketahui bahwa salah satu bagian dari *business strategy*, adalah permasalahan teknologi informasi yang selalu tidak dapat dihindari. Dengan teknologi informasi ini kita dapat membuat suatu teknik keputusan yang baik, sistem kerja yang handal, dan dapat memiliki *project management* yang baik. Tetapi seringkali kita mempersepsikan hal ini terlalu luas "

Diakui bahwa pernyataan tentang lingkup sistem informasi ini merupakan perhatian yang sifatnya sangat strategis bagi setiap eksekutif di banyak perusahaan. Penyebaran teknologi informasi dan komunikasi telah membuka era baru dalam hubungan antar manusia dengan cara yang berlainan dari masa-masa sebelumnya. Perkembangan sistem informasi manajemen yang dipacu oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan struktur hierarki menuju *networking*<sup>2</sup>, bahkan meluas melewati batas-batas lingkungan internal

---

1. E.Wainringht Martin, Daniel W.DeHeyes, Jeffrey A. Hoffer, William C.Perkins, MANAGING INFORMATION TECHNOLOGY. What Manager Need To Know. MacMillan Publishing Company, 1991, page 6

2. Naisbitt and Aburdene, Megatrend 2000

perusahaan.

Dalam perkembangannya, teknologi informasi ini berkembang dengan pesat dalam lima generasi, mulai awal dekade 1950-an sampai dekade 1990-an<sup>3</sup>, yang uraiannya dapat dibedakan sebagai berikut ;

- Dekade 1950-an, dikenal sebagai Pengolahan Data Elektronik (EDP).
- Dekade 1960-an, mulai dikenal adanya Sistem Informasi Manajemen (MIS).
- Dekade 1970-an, telah berkembang era Sistem Informasi Strategis (SIS's).
- Dekade 1980-an, teknologi informasi semakin padu dengan digunakannya keterpaduan perangkat aplikasi komputer, telekomunikasi dan produk-produk per Kantoran.
- Dekade 1990-an, teknologi informasi telah mencapai kebutuhan akan aplikasi-aplikasi khusus seperti, *Computer Aided System, Aided Manufacturing* serta *Artificial Inteligent*.

Dari perkembangan tersebut, teknologi informasi telah memberikan warna pada manajemen dan organisasi. Bila

---

3. Terminologi ini dikutip dari Makalah, Bpk.Cacuk Sudarijanto, dalam Konvensi Nasional Produktivitas, TEKNOLOGI INFORMASI, Organisasi Manajemen Dan Produktivitas, Jakarta Hilton Convention Center Nov.1992, hal.1-2.

selama ini kita telah mengenal model atau bentuk organisasi *proprietary*, *hierarchies*, dan organisasi *matrix*, maka dalam perkembangannya telah terjadi pergeseran menuju kepada *networking models*, seperti *hardware networking* dan *human networking*.

Model *networking (Hardware Networking)*, memanfaatkan secara penuh jaringan komputer sebagai 'alat utama' dalam pengambilan keputusan. Pada perusahaan penerbangan di negara-negara maju, hal ini telah menjadi keharusan, karena proses pengambilan keputusan tentang alokasi dana, persediaan, bahkan sistem reservasi atau pemesanan tempat bagi penumpang pesawat terbang dan lain sebagainya telah didelegasikan sedemikian jauh. Seorang sales officer dari perusahaan jasa penerbangan akan dapat mengambil keputusan tentang jumlah tempat duduk yang masih ada tanpa melihat ataupun menanyakan kepada atasannya secara langsung apabila ada pemesanan terjadinya transaksi. Hal seperti ini terjadi karena proses pengambilan keputusan tersebut didukung oleh sistem informasi dengan jaringan yang telah terkomputerisasi.

Pemanfaatan jaringan jasa penerbangan dalam hal reservasi ini tidak lepas dari dukungan sumber daya yang terlatih, sehingga proses pengambilan keputusan pada organisasi ini sangat efisien, dan efektif serta mendukung

upaya daya saing dalam industri yang bersangkutan.

Dalam memasuki persaingan, perusahaan harus melihat posisi relatif yang dimiliki untuk mendapatkan keunggulan bersaing (*competitive advantage*), seperti yang dikemukakan oleh Michael E. Porter sebagai "keunggulan biaya (*cost leadership*), dan perbedaan, serta kekhasan (*differentiation, uniqueness*)"<sup>4</sup>. Kedua hal ini akan selalu terkait dengan rantai nilai (*value chain*) yang menggambarkan nilai total atas aktivitas nilai (*value activities*) dan margin. Aktivitas nilai adalah kegiatan fisik dan teknologis yang diselenggarakan perusahaan untuk menciptakan produk yang bernilai bagi para pembelinya. Margin adalah selisih antara nilai total dengan biaya kolektif untuk menyelenggarakan aktivitas nilai.

Berbagai teknologi yang ada dalam berbagai aktivitas nilai dapat dihubungkan satu dengan lainnya, dan keterhubungan ini merupakan suatu keterkaitan yang penting dalam rantai nilai. Misalnya sistem Reservasi penerbangan Sabre yang diterapkan oleh American Airline, yang juga disewakan kepada para agen perjalanan, sehingga memungkinkan reservasi tiket secara terotomatisasi. Hal ini erat kaitannya dengan efektivitas usaha suatu

---

4. Michael E. Porter, Keunggulan Bersaing. Penerbit Erlangga, Terjemahan, cetakan kedua 1993, halaman 10.



perusahaan.

Oleh karena itu penulis ingin melakukan penelitian pada salah satu perusahaan penerbangan umum swasta nasional, yaitu PT. Sempati Air. Penulis ingin mengetahui apakah PT. Sempati Air telah memanfaatkan teknologi informasi yang seharusnya sudah menjadi kebutuhan bagi perusahaan jenis ini dalam memasuki era persaingan global. Selain itu penulis juga ingin mengetahui apakah penerapan teknologi informasi dalam pelayanan jasa reservasi ini telah meningkatkan efektivitas usahanya, dalam hal penjualan tiket.

## 1.2. Perumusan Masalah

PT. Sempati Air belakangan ini telah banyak melakukan peremajaan armada penerbangan yang merupakan alat produksi utama bagi perusahaan penerbangan, dalam menjalankan usahanya. Selain itu jasa pelayanan yang kian hari kian ditingkatkan, dan sangat diperhatikan mulai dari darat sampai ke udara.

Tetapi melihat persaingan yang terjadi sangat ketat sekali, baik dalam pemasaran jalur domestik maupun internasional, maka PT. Sempati Air harus banyak melakukan perubahan diantaranya adalah perubahan sistem pelayanan reservasi bagi penumpang.

Proses pelayanan reservasi penerbangan secara ringkas dapat dikatakan hanya berkaitan dengan bagaimana melayani calon penumpang untuk mendapatkan tiket tempat duduk didalam perjalannya dengan menggunakan jasa penerbangan. Namun informasi yang berkaitan dan sistem data pendukung sebuah penerbangan oleh James A.Senn, dapat dibeda-bedakan dalam ; 5

- Passenger ticket information, including date and place of purchase and method of payment.
- Passenger boarding list.
- Passenger seat assignments.
- Special Requirements ( i.e. wheelchairs, nonstandard meal, passenger escorts )
- Flight departure and arrival times.
- Crew assignment.
- Aircraft maintenance history.
- Weight of aircraft for flight ( based on combined weight of aircraft, baggage, cargo, and on-board passenger and personnel ).

Dapat kita lihat bagaimana luasnya keterkaitan proses pencatatan, dan penugasan yang terkait dalam proses pelayanan reservasi ini, dan dapat dibayangkan bilamana prosedur penugasan ini dilakukan dengan sistem manual, dan tidak terkomputerisasi, maka tingkat pelayanan reservasi penerbangan ini setidaknya dilakukan paling cepat seminggu sebelum jadwal penerbangan dilaksanakan. Disini tingkat efisiensi terhadap waktu sangat tinggi, dan bila sistem

---

5. James A. Seen, INFORMATION SYSTEM IN MANAGEMENT. by Wadsworth Inc. 1990, 4th Edition, page 10,11,12.

reservasi tersebut telah terkomputerisasi, dapat kita harapkan akan banyak sekali menghemat waktu dan tenaga sehingga terjadi efisiensi yang akhirnya menunjang efektivitas usaha.

Berdasarkan uraian di atas maka perumusan masalah yang akan dikemukakan dalam skripsi ini, adalah :

" Apakah penerapan teknologi informasi dalam pelayanan reservasi jasa penerbangan, dapat meningkatkan efektivitas penjualan tiket bagi PT. Sempati Air di cabang Surabaya " .

### 1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui atau menelusuri penerapan teknologi informasi dalam dunia jasa penerbangan, yaitu PT. Sempati Air.

Selain itu ingin mengetahui penerapan teknologi informasi ini dalam upaya mendukung efektivitas penjualan tiket bagi PT. Sempati Air, Cabang Surabaya.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dan pembuatan skripsi ini adalah :

1. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan akan memberikan gambaran bahwa penerapan teknologi infor-

masi dapat meningkatkan efektivitas usahanya.

2. Bagi kalangan akademis, penelitian ini merupakan tambahan pengetahuan dan gambaran yang akan menambah perbendaharaan penulisan ilmiah mengenai dunia penerbangan nasional, dan diharapkan akan mendorong pihak lain untuk mengadakan penelitian lebih lanjut.
3. Bagi penulis, merupakan aplikasi dari teori yang selama ini didapat dalam perkuliahan.

#### 1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

##### Bab I : Pendahuluan

Dalam Bab ini, dianalisa mengenai pokok permasalahan secara umum, yang meliputi : Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian serta Sistematika Skripsi

##### Bab II : Tinjauan Pustaka

Bab ini terdiri dari empat sub bab, yaitu :

###### 1. Landasan Teori

Menjelaskan tentang teori yang erat hubungannya dengan materi yang akan dibahas. Sub Bab ini terdiri dari (1). Konsep Sistem Informasi Manajemen, (2). Pendekatan Sistem, (3). Pengertian Teknologi Informasi,

(4). Konsep Rantai Nilai (Value Chain), (5). Rantai Nilai dan Teknologi, (6). Operating System, (7) Efektivitas Penjualan.

## 2. Penelitian Sebelumnya.

Pada bagian ini berisi tentang penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh peneliti terdahulu yang berhubungan dengan materi sistem informasi manajemen.

## 3. Hipotesis.

Hipotesis ini memuat pernyataan singkat yang disimpulkan dari landasan teori, tinjauan pustaka, dan tujuan penelitian serta merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang dihadapi.

## 4. Metode Penelitian

Berisi tentang Defenisi Operasional, Jenis dan Sumber Data, Prosedur Penentuan Sampel, Prosedur Pengumpulan Data, serta Teknik Analisis.

## Bab III : Analisis

Bab ini terdiri dari dua sub bab dan masing-masing sub bab terdiri dari beberapa anak sub bab, yang isinya menjelaskan mengenai :

### 1. Gambaran Umum Perusahaan.

Bagian ini menjelaskan tentang Sejarah Perusahaan

yang menjadi objek penelitian, struktur organisasi, dan operasional perusahaan secara umum, serta gambaran mengenai reservasi penerbangan PT.Sempati Air.

## 2. Pembahasan/Analisis

Dalam pembahasan, dijelaskan hasil analisis yang didapat dari hasil penelitian di perusahaan, yang sesuai dengan landasan teori yang diuraikan pada Bab sebelumnya, seperti Analisis Rantai Nilai dalam kaitannya dengan Teknologi Informasi dalam jasa reservasi penerbangan, Analisis Sistem Operasi dan Jaringan reservasi serta Analisis atas Efektivitas Penjualan Ticket yang berhasil dicapai oleh perusahaan.

## Bab IV. Kesimpulan

Bab ini merupakan bab penutup dalam penulisan hasil penelitian ini yang berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya.

## Daftar Pustaka

Pada bagian akhir dicantumkan daftar pustaka yang berisi literatur-literatur serta sumber-sumber informasi tertulis lainnya.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Landasan Teori

##### 2.1.1. Gambaran Umum Sistem Informasi Manajemen

Istilah sistem informasi manajemen bukanlah suatu istilah yang baru dalam dunia usaha. Yang masih merupakan hal yang baru adalah masalah komputerisasi atau penggunaan perangkat komputer dalam sistem informasi manajemen. Sebetulnya ada berbagai definisi konsep sistem informasi manajemen yang telah dirumuskan oleh para ahli, tetapi untuk mempermudah pengertian mengenai wawasan dan tujuan sistem informasi manajemen, setiap terminologi sistem informasi manajemen (*management information system*), yaitu manajemen, informasi dan sistem akan diuraikan defenisinya satu persatu.

2.1.1.1. Pengertian Manajemen. Untuk penulisan ini, manajemen didefinisikan sebagai proses atau aktivitas yang menggambarkan tentang apa yang dilakukan manajer dalam mengoperasikan perusahaannya, seperti dalam proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian.

Perencanaan mengimplikasikan bahwa manajer memikirkan sedalam-dalamnya mengenai sasaran dan tindakan yang akan dilakukan sebelumnya. Tindakan yang dilakukan biasanya

berdasarkan metode tertentu, rencana atau logika dan bukan berdasarkan intuisi belaka.

Pengorganisasian berarti manajer mengkoordinasikan sumber daya manusia dan faktor-faktor produksi lainnya yang dimiliki perusahaan. Efektivitas suatu organisasi sangat tergantung dari cara manajer mengelola faktor-faktor produksi perusahaan. Semakin terintegrasi dan terkoordinasi tugas-tugas dalam perusahaan, semakin efektif perusahaan yang bersangkutan.

Kepemimpinan menggambarkan bagaimana manajer mengarahkan dan mempengaruhi bawahan, menggerakkan orang lain, melaksanakan tugas-tugas tertentu. Dengan menciptakan suasana kerja yang sehat, manajer dapat membantu bawahannya untuk melaksanakan tugas dengan baik. Pengendalian menggambarkan usaha manajer untuk menjamin bahwa organisasi atau perusahaan bergerak menuju sasaran yang telah ditetapkan. Jika beberapa bagian dari perusahaan bergerak menuju arah yang salah, manajer akan berusaha untuk mencari penyebab dan melakukan tindakan untuk memperbaikinya. Pembuatan keputusan merupakan prasyarat utama dari proses manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian dan pengendalian. Oleh karena itu tugas sistem informasi manajemen adalah memberi fasilitas atau memudahkan pengambilan keputusan.



2.1.1.2. **Pengertian Informasi.** Pengertian Informasi sering dicampuradukkan dengan pengertian data, didalam kehidupan sehari-hari. Definisi data sebenarnya adalah sekumpulan karakter yang terdiri dari angka, huruf, atau simbol, yang dapat digunakan sebagai masukan ke dalam suatu sistem, untuk diolah ke dalam bentuk yang terorganisasi dan mempunyai arti bagi penerima untuk mengambil keputusan pada saat sekarang, maupun dimasa mendatang.<sup>6</sup>

Pada masa lalu, kurang disadari bahwa informasi merupakan salah satu faktor produksi perusahaan. Oleh karena itu nilai informasi sebagai faktor produksi yang dapat membuat kedudukan perusahaan lebih bersaing bila dikelola dengan baik, kurang disadari pula.

Sebagai faktor produksi, informasi mempunyai beberapa persamaan dan perbedaan dibandingkan dengan faktor produksi lainnya, yaitu :

- a. Untuk memperoleh informasi, dibutuhkan biaya. Oleh karena itu, nilai keseluruhan informasi harus melebihi biaya untuk memperolehnya, jika tidak, maka informasi tersebut tidak perlu dipakai.

---

<sup>6</sup>. Gordon B.Davis, and Margarethe H.Olson, Management Information System, (New York, 1984), hal.200-201

- b. Informasi memberikan hasil pada investasi yang dilakukan (*return on investment*), walaupun lebih sulit untuk mengukurnya dibandingkan hasil faktor produksi lainnya.
- c. Ada biaya kesempatan (*opportunity cost*) dalam memperoleh informasi, walaupun biaya ini, seperti biasanya sering diabaikan.
- d. Kombinasi berbagai unsur data dari informasi, dapat memberi nilai tambah (*value added*) yang lebih besar dibanding unsur data tersebut secara keseluruhan.
- e. Agar penggunaan informasi sebagai faktor produksi lebih efektif, diperlukan organisasi yang baik.

Sedangkan perbedaan informasi sebagai faktor produksi dibandingkan dengan faktor produksi lainnya, adalah :

- a. Kebanyakan faktor produksi lain, dikonsumsi dalam proses produksi, seperti penggunaan bahan mentah dalam proses produksi, atau pengusangan mesin yang digunakan dengan berlalunya waktu. Sedangkan informasi dapat digunakan kembali dalam jangka waktu yang hampir tidak terbatas, dengan biaya marginal yang rendah per-unit penggunaan tambahannya. Hal inilah yang terutama membuat informasi menjadi faktor produksi yang cukup berharga.

- b. Informasi juga merupakan faktor produksi yang tidak berwujud. Oleh karena itu, terdapat kesulitan untuk menilai bagaimana sesungguhnya informasi tersebut harus digunakan, dan untuk mengukur seberapa efektif informasi tersebut telah digunakan dalam organisasi atau perusahaan.

2.1.1.3. Pengertian Sistem. Suatu sistem dapat digambarkan secara sederhana sebagai suatu kumpulan unsur-unsur yang bekerjasama untuk mencapai tujuan. Sedangkan subsistem, merupakan bagian dari sistem yang lebih besar daripadanya. Sebuah organisasi atau perusahaan, dapat dianggap sebagai sistem yang terdiri dari beberapa subsistem, seperti bagian penjualan, bagian produksi dan lain-lain. Konsep sistem dari sistem informasi manajemen, relevan dengan pengoptimasian hasil usaha dengan mengintegrasikan operasi dari subsistem-subsistem yang ada, melalui pertukaran informasi.

### 2.1.2. Pendekatan Sistem

Dari uraian di atas, jelas terlihat bahwa sistem informasi manajemen lebih tepat bila ditinjau dari pendekatan sistem. Pendekatan sistem digunakan agar manajemen memanfaatkan analisa ilmiah dalam organisasi

yang semakin kompleks ruang lingkungannya, untuk ;

- a. Mengembangkan dan mengelola sistem-sistem operasi, seperti arus dana, sistem personalia dan lain-lain.
- b. Merancang sistem informasi buat pengambilan keputusan.

Adanya keterkaitan diantara dua hal di atas menunjukkan bahwa sistem informasi seharusnya dirancang untuk mengarahkan pengambilan keputusan dalam pengelolaan sistem operasi. Hal yang menjadi ciri utama dari pendekatan sistem adalah *synergistic*, yang menggambarkan bahwa total dari bagian yang terintegrasi adalah lebih besar dari jumlah bagian tersebut secara keseluruhan.

George M. Scott, mendefinisikan sistem informasi manajemen dengan pendekatan sistem, yaitu sebagai suatu sistem yang komprehensif atau menyeluruh, dimana subsistem-subsistemnya terkoordinasi dan terintegrasi secara rasional dan berfungsi untuk mengubah data menjadi informasi dengan berbagai cara untuk meningkatkan produktivitas, dengan menyesuaikan diri terhadap gaya dan karakteristik manajer, serta menggunakan kriteria mutu yang telah ditentukan sebelumnya.

Yang dimaksud dengan sistem informasi manajemen yang komprehensif adalah, sistem informasi yang meliputi sistem

manajemen, juga mencakup sistem informasi yang formal maupun informal, serta sistem yang masih manual maupun yang sudah menggunakan perangkat komputer dan lain sebagainya. Namun komponen utama dari sistem informasi manajemen tetap, adalah manusia. Dalam hal ini adalah manajer yang mengolah serta mendistribusikan informasi dan mengadakan interaksi dengan unsur-unsur lain dari sistem informasi manajemen.

Sebagai suatu sistem, sistem informasi manajemen harus dikombinasikan secara terpusat, untuk ;

- a. Menjamin sistem pengolahan data, otomatisasi, intelijen, sistem-sistem pendukung keputusan, serta komponen-komponen lain, telah dikembangkan dan dioperasikan secara terencana dan terkoordinasi.
- b. Menjamin informasi yang melewati subsistem, baik masuk maupun keluar, merupakan informasi yang dibutuhkan.
- c. Menjamin sistem informasi manajemen yang ada telah bekerja secara efisien dan efektif.

### 2.1.3. Pengertian Teknologi Informasi

Teknologi Informasi dapat memiliki arti atau definisi yang sangat luas. Dalam pengertian yang sederhana,

teknologi informasi tersebut dapat diartikan sebagai semua bentuk dari teknologi yang meliputi proses penangkapan data (*capturing*), manipulasi data (*manipulating*), komunikasi data (*communicating*), penampilan data dan penggunaan data ( dan proses transformasi data ke dalam informasi ). Kemudian produk-produk yang dikategorikan memiliki teknologi informasi contohnya seperti, komputer, lingkup perlengkapan komputer, perlengkapan komunikasi serta jaringannya, photocopy, mesin facsimili, mesin pengendali pabrikasi yang terkomputerisasi, robot-robot, video perekam dan mesinnya serta banyak sekali yang berkaitan dengan hal tersebut.

Suatu pernyataan terpenting untuk menciptakan sebuah bentuk perencanaan teknologi informasi adalah kesesuaian dalam tujuan pada bagian sistem informasi. Tujuan sistem informasi adalah kebutuhan akan legalitas bagian sistem informasi untuk menyertakan proses perencanaan strategis yang dapat membentuk kebutuhan bagi pemakainya dalam departemen tersebut. Pernyataan tujuan bagian sistem informasi ini harus selalu mengacu pada landasan rasional untuk aktivitas perusahaan.

Stuart W. Sinclair (1986) beranggapan bahwa ;

" Persyaratan untuk perencanaan sistem informasi ini dapat sempurna sekali dengan menggambarkan permasalahan dengan jelas atas pandangan menyeluruh dari organisasi, mengapa

ia membutuhkan fungsi informasi. Ada beberapa alasan yang dapat diberikan, yang digambarkan dalam dua katagori, yang dapat dikatakan sangat dominan/penting, yaitu efisiensi dan efektivitas usaha".

Pembahasan tentang penerapan teknologi informasi, untuk efektivitas suatu usaha, akan dirumuskan terlebih dahulu dengan beberapa analisa yang diperlukan untuk mendiagnosis lingkungan yang sangat kompleks. Beberapa alat analisa yang dipakai seperti Konsep Rantai Nilai (Value Chain Concept), yaitu konsep yang menggambarkan nilai total atas kegiatan fisik dan teknologis yang diselenggarakan (*value activities*), dan selisih antara nilai total dengan biaya kolektif untuk menyelenggarakan aktivitas nilai (margin). Kemudian Sistem Operasi (Operating System), yaitu model analisa yang diperlukan dalam menganalisa suatu sistem informasi manajemen. Serta analisa Efektivitas Penjualan, yaitu mengevaluasi kinerja usaha yang telah dilaksanakan perusahaan dengan memperbandingkan hasil aktual penjualan, dengan hasil yang diharapkan.

Dengan adanya kerangka analisa semacam ini diharapkan alur penerapan teknologi informasi untuk efektivitas suatu usaha ini, akan lebih mudah dihayati.

---

7. E.Weinright Martin, Daniel W.DeHayes, Jefrey A. Hoffer, "et.al", *op.cit.*, halaman 444.

#### 2.1.4. Konsep Value Chain

Terjemahan bebas dari *value chain* dapat disamakan dengan 'rantai nilai'. Konsep ini sangat erat kaitannya dengan keunggulan bersaing dari suatu perusahaan. Keunggulan bersaing tidak dapat dipahami jika kita tidak melihat suatu perusahaan sebagai suatu keseluruhan yang utuh. Keunggulan bersaing bersumber dari banyak ragam kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam mendesain, membuat, memasarkan mendistribusikan dan mendukung produknya. Dan cara yang sistematis untuk mempelajari semua kegiatan perusahaan serta bagaimana kegiatan ini berinteraksi untuk mendapatkan keunggulan bersaing adalah rantai nilai (*value chain*).<sup>8</sup>

Rantai nilai (*value chain*) yang menggambarkan nilai total atas *aktivitas nilai* (*value activities*) dan *margin*. Aktivitas nilai adalah kegiatan fisik dan teknologis yang diselenggarakan perusahaan. Hal ini merupakan pondasi yang digunakan perusahaan untuk menciptakan produk yang bernilai bagi pembelinya. Margin adalah selisih antara nilai total dengan biaya kolektif untuk menyelenggarakan aktivitas nilai. Setiap aktivitas nilai menggunakan masukan yang dibeli, Sumber Daya Manusia, dan Bentuk

---

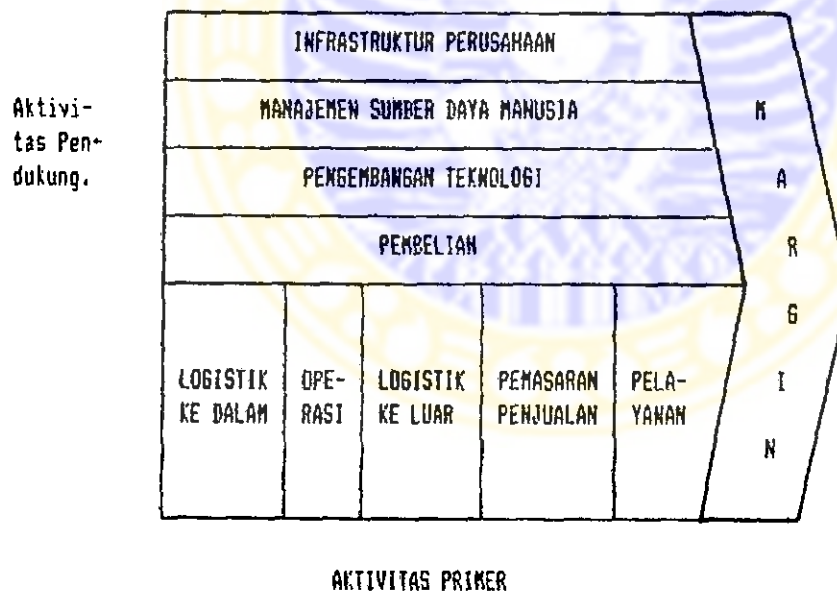
8. Michael E.Porter, *op.cit.*, halaman 34.



Teknologi tertentu untuk menyelenggarakan fungsinya

Aktivitas nilai dapat dibagi dalam dua golongan besar ; Aktivitas Primer (yaitu Logistik ke Dalam, Operasi, Logistik ke Luar, Pemasaran dan Penjualan serta Pelayanan) Aktivitas Pendukung (yaitu Infrastruktur Perusahaan, Manajemen Sumber Daya Manusia, Pengembangan Teknologi dan Pembelian). Seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini.<sup>9</sup>

GAMBAR 1. RANTAI NILAI GENERIK

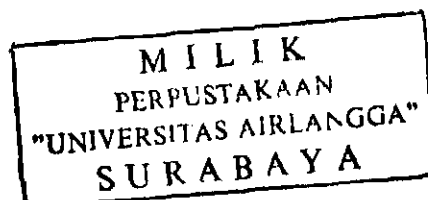


9. ibid. halaman 34.

Baik himpunan aktivitas primer maupun aktivitas pendukung masing-masing dapat dikelompokkan dalam subhimpunan aktivitas yang lebih sempit dan demikian seterusnya sampai pada subhimpunan aktivitas paling elementer yang cukup relevan sebagai obyek analisis.

2.1.4.1. **Aktivitas Primer.** Lima kelompok generik aktivitas primer di atas, dapat dipilah lagi ke dalam sejumlah aktivitas yang berlainan yang bergantung pada jenis industri dan lebih banyak terkait dengan perihal strategi perusahaan :

- a. **Logistik Ke Dalam.** Aktivitas yang berhubungan dengan penerimaan, penyimpanan, dan penyebaran masukan ke produk, seperti penanganan material, pergudangan, penjadwalan kendaraan pengangkut, pengendalian persediaan dan pengembalian barang kepada pemasok.
- b. **Operasi.** Aktivitas yang menyangkut perubahan masukan menjadi produk akhir, seperti masinasi, pengemasan, pengoperasian fasilitas.
- c. **Logistik Ke Luar.** Aktivitas yang berhubungan dengan pengumpulan, penyimpanan, dan pendistribusian fisik produk kepada pembeli, seperti pergudangan barang jadi penanganan material, operasi kendaraan.
- d. **Pemasaran dan Penjualan.** Aktivitas yang menyangkut



penyediaan sarana agar pembeli dapat membeli produk dan aktivitas yang mempengaruhi pembeli agar mau membelinya, seperti periklanan, promosi, wiraniaga, pemilihan penyalur, hubungan dengan penyalur.

- e. Pelayanan. Aktivitas yang menyangkut penyediaan layanan untuk memperkuat atau menjaga nilai produk, seperti pemasangan, perbaikan, pelatihan, pelayanan.

2.1.4.2. Aktivitas Pendukung. Seperti halnya aktivitas primer, aktivitas pendukung dapat dibagi-bagi lagi ke dalam beberapa aktivitas nilai yang khas untuk industri tertentu.

- a. Pembelian. Pembelian mengacu pada fungsi pembelian masukan yang digunakan dalam rantai nilai perusahaan, bukan pada masukan yang dibeli itu sendiri. Aktivitas ini cenderung tersebar di keseluruhan perusahaan, dan biasanya dapat dikaitkan dengan suatu aktivitas nilai tertentu atau aktivitas nilai yang ditunjangnya.
- b. Pengembangan Teknologi. Setiap aktivitas nilai yang mengandung teknologi, apakah itu berupa pengetahuan, prosedur atau teknologi yang terlekat pada peralatan proses. Pengembangan teknologi terdiri dari beragam aktivitas yang secara umum dapat dikelompokkan ke dalam usaha memperbaiki produk dan memperbaiki proses.

- c. Manajemen Sumber Daya Manusia. Aktivitas ini terdiri dari beberapa aktivitas yang meliputi perekrutan, penerimaan, pelatihan, pengembangan dan kompensasi untuk semua jenis tenaga kerja. Manajemen sumber daya manusia mendukung semua aktivitas nilai, dan mempengaruhi keunggulan bersaing.
- d. Infrastruktur Perusahaan. Aktivitas ini terdiri dari sejumlah aktivitas yang meliputi manajemen umum, perencanaan, keuangan, akuntansi, hukum, hubungan dengan pemerintah, dan manajemen mutu. Aktivitas ini mendukung keseluruhan aktivitas nilai, dan juga mempengaruhi serta merupakan sumber keunggulan bersaing yang sangat istimewa.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *value chain* atau rantai nilai merupakan serangkaian aktivitas yang relevan dalam proses pengadaan, penyimpanan, penggunaan, transformasi dan disposisi sumber daya, mulai dari *supplier value chain* sampai *buyer value chain*, mulai dari aktivitas pengamanan sumber-sumber pasokan sampai aktivitas purna jual.

#### 2.1.5. Rantai Nilai dan Teknologi

Sebelum Revolusi Informasi dan Komunikasi, sistem

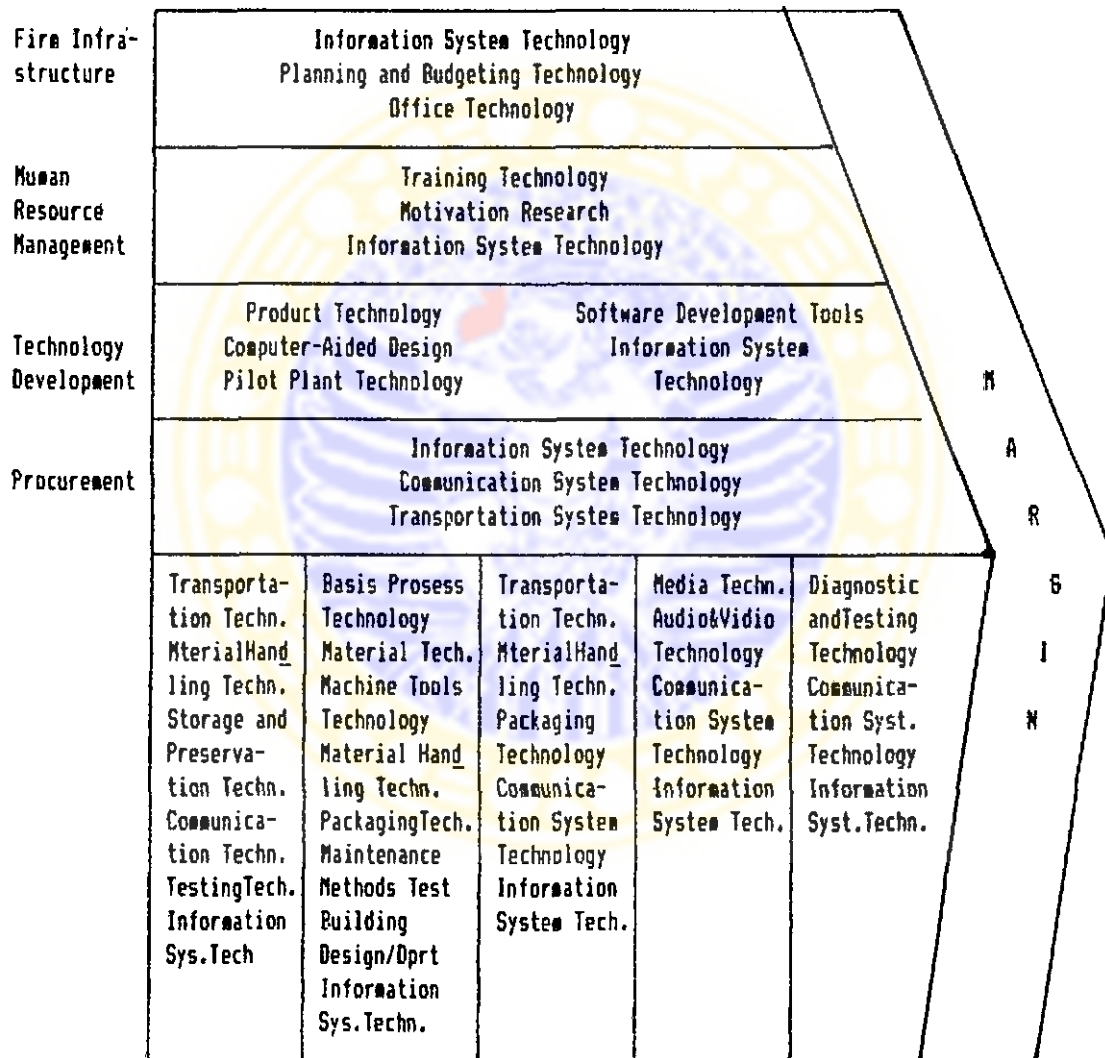
produksi masa dengan sejumlah karakteristik sistem operasi dalam lingkungan manufaktur, sudah dipandang sebagai industri berteknologi modern. Dewasa ini pandangan tersebut telah berubah. Interaksi antara perilaku para konsumen yang makin cepat bosan serta tingkat permintaan (*demanding*) disatu pihak dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di lain pihak telah membuat proses produksi masa sebagai hasil teknologi tempo dulu yang makin ketinggalan zaman.

Kalau selama revolusi industri kendali utama pada peralatan mesin (*power-driven machinery*) telah mengambil alih tugas-tugas pekerja/buruh kasar (*blue-collar worker*) demi peningkatan efektivitas dan efisiensi usaha, maka selama revolusi informasi dan komunikasi, peningkatan efektivitas dan efisiensi usaha berkelanjutan dengan bantuan teknologi informasi yang disamping mengambilalih tugas-tugas para manajemen (*white-collar worker*), juga telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam setiap aktivitas operasional, manajerial dan strategik sepanjang rantai nilai (*value chain*). Keterpaduan tersebut disebabkan karena teknologi telah menyusup ke sendi-sendi proses penciptaan nilai tambah sepanjang *value chain* dalam rangka peningkatan efisiensi dan efektivitas usaha. Menurut Porter, teknologi telah menyatu dalam setiap aktivitas nilai di dalam perusahaan dan perubahan

teknologi dapat mempengaruhi persaingan melalui pengaruhnya terhadap setiap aktivitas.<sup>10</sup>

GAMBAR 2.

## TEKNOLOGI REPRESENTATIF DALAM RANTAI NILAI PERUSAHAAN



AKTIVITAS PRIMER

10. ibid. halaman 167.

Menurut Monger,<sup>11</sup> teknologi telah membawa dampak utama yang berpengaruh terhadap struktur organisasi dan struktur industri: [1] automasi; [2] disintermediasi; dan [3] integrasi. Setiap dampak tidak berdiri sendiri, tetapi saling berinteraksi satu sama lain secara spasial sebagai kekuatan-kekuatan yang mendorong perbaikan dalam teknologi produk dua proses.

2.1.5.1. Automatisasi. Dampak pertama, otomatisasi yang semula diharapkan dapat menggantikan tenaga kerja manusia dewasa ini tampaknya telah jenuh. Makin lama makin sedikit peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meraih keuntungan melalui substitusi tenaga kerja langsung. Biaya peralatan robot, termasuk pemasangan dan pemeliharaannya, seringkali melebihi biaya relatif yang terlibat kalau perusahaan bertahan pada penggunaan tenaga manusia. Motivasi otomatisasi lambat laun telah beralih dari substitusi tenaga kerja langsung ke pengurangan waktu yang tidak menciptakan nilai tambah serta penurunan kapasitas menganggur [*slack*] seperti persediaan dalam rangka untuk memenuhi tuntutan para pelanggan yang menghendaki produk-produk yang lebih beranekaragam dengan harga yang murah

---

11. Rod F. Monger, Mastering Technology : A Management Framework for Getting Result, The Free Press, hal.82

dan kualitas pelayanan yang prima.

Sepanjang evolusinya, komputer secara bertahap telah mengambilalih pengalaman, ketrampilan serta pengetahuan manusia. Dewasa ini komputer bahkan telah mulai mengambilalih kecerdasan manusia yang mampu "mengolah" pengetahuan. Dalam perkataan lain telah terjadi pergeseran dari *trained machine*, berturut-turut ke *skilled machine*, *knowledge machine* dan akhirnya ke "*artificial*" *intelligence machine*.

2.1.5.2. Disintermediasi. Kalau intermediasi menambah proses antara, maka sebaliknya disintermediasi dimaksudkan untuk meniadakan proses antara. Melalui jalan pintas, rantai nilai (*value chain*) dapat diperpendek dengan meniadakan aktivitas yang tidak memiliki nilai tambah (*non-value added activities*) sehingga mempercepat waktu penyelesaian (*throughput time*). Misalnya Mesin Teller Otomatis (*Automatic Teller Machine-ATM*), merupakan *disintermediary*, menghindari atau meniadakan fungsi *intermediary* [kasir]. *Direct Acces Terminal*, *Decision Support System* [DSS] dan *Expert Systems* merupakan *disintermediaries*, menghindari atau meniadakan *intermediaries*, yaitu saluran komunikasi antara para manajer puncak dengan para manajer menengah dan para staff ahli. Dengan meniadakan proses antara yang *non value added*, *throughput time*, akan menjadi makin cepat sehingga makin memudahkan



proses otomatisasi.

2.1.5.3. Integrasi. Integrasi dalam teknologi informasi digunakan dalam berbagai konteks; integrasi sarana [*integrated computer system*]; integrasi input [*integrated data base*]; integrasi proses [*interactive processing* dengan menggunakan *data bases* dan sarana telekomunikasi]; integrasi output [*integrated information*]; dan integrasi komunikasi [*data, text, sound and image integration* melalui *digital communication network*]. Kemajuan dalam perancangan dan penerapan *micro-processors* sejak dasawarsa 1970an makin menyatukan dua elemen teknologi informasi yang berbeda namun berkaitan : *communicating and telecommunication* 12.

Melalui otomatisasi, intermediasi, dan integrasi, efektivitas, efisiensi dan produktivitas perusahaan diharapkan meningkat dengan drastik. Namun hal ini tidak dapat begitu saja diimplementasikan tanpa didahului dengan persiapan-persiapan ke arah itu. Seperti implementasi Total Quality dan Just In Time pada penerapan CIM (*Computer Integrated Manufacturing*). Tanpa sikap disiplin

---

12. Wahjudi Prakarsa, Penerapan Teknologi Informasi untuk Efektivitas, Efisiensi, dan Produktivitas Usaha, Lembaga Management FE., UI., halaman 12

yang inheren atau utuh dalam TQ dan JIT, tampaknya sulit bagi perusahaan untuk melaksanakan integrasi. Disiplin bahkan harus tertanam pada setiap agen di luar perusahaan untuk melaksanakan kalau integrasi telah meluas melewati batas organisasi perusahaan. Apabila persyaratan ini terpenuhi, maka otomatisasi disintermediasi dan integrasi akan membuat faktor-faktor yang sebelumnya *noncontrollable* menjadi *controllable* dan sistem yang sebelumnya terbuka dan rawan terhadap gejolak-gejolak lingkungan menjadi semakin tertutup.

Sebagai akibat perbaikan dalam sektor riil ini, arus proses produksi dapat mengalir dengan lebih lancar. Produk-produk yang dihasilkan perusahaan menjadi semakin heterogen untuk memenuhi permintaan para konsumen yang semakin selektif. Peningkatan produktivitas sumber daya dan efektivitas serta efisiensi proses, pengenalan beraneka ragam produk baru dengan harga yang lebih terjangkau, kualitas yang lebih prima serta pelayanan yang makin sempurna disatu pihak dan pemuasan kebutuhan yang cenderung memacu ketidakpuasan serta harapan yang makin besar dilain pihak saling berinteraksi membentuk lingkaran setan yang makin melebar. Permintaan yang makin meledak akan merangsang perlombaan keunggulan daya saing yang semakin tajam dan semakin melebar melewati batas-batas negara dan benua, membentuk era baru yang dikenal sebagai

Era Globalisasi.

#### 2.1.6. Operating System

Konsep *Value Chain* yang memanfaatkan pendekatan sistem memandang setiap aktivitas baik yang dikelompokkan secara spatial (dikelompokkan dalam satu group tertentu), maupun intertemporal, berkaitan dan interdependen dengan kelompok aktivitas yang lain sepanjang *value chain*. Disamping itu konsep *value chain* juga memandang aktivitas operasional sebagai bagian yang tak terpisahkan dari aktivitas manajerial, dan aktivitas manajerial juga tak terpisahkan dari aktivitas strategik.

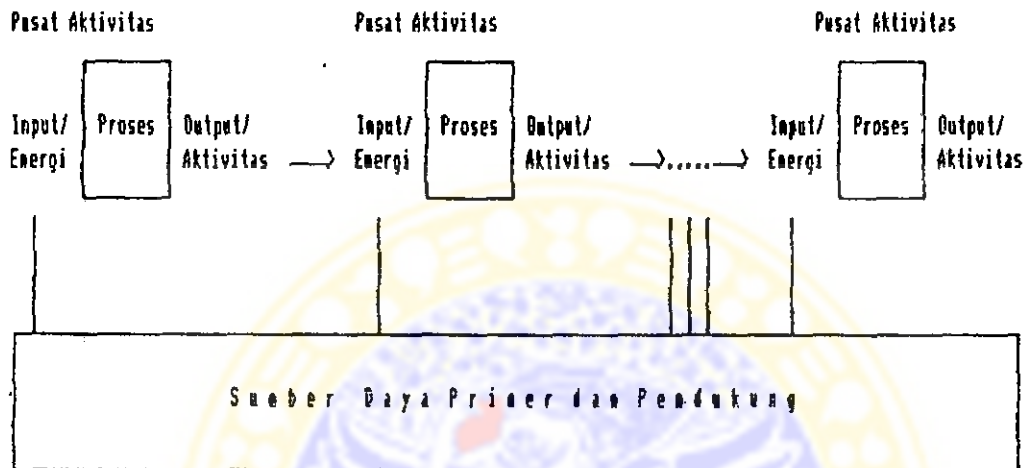
Proses pembentukan nilai sepanjang *value chain* berlangsung dalam wadah jaringan sistem operasi (*operating system networking*) organisasi yang sangat kompleks dimana kelompok-kelompok aktivitas yang homogen, sebagai elemen-elemen *operating system*, terkait satu sama lain dalam hubungan transaksi internal berantai sepanjang *value chain*, membentuk produk (barang/jasa) pada berbagai tingkat penyelesaiannya sampai menjadi produk final yang dilepas ke pasar melalui hubungan transaksi eksternal yang akhirnya jatuh ke tangan konsumen :<sup>13</sup>

---

13. *ibid.*, halaman 5

GAMBAR 3

## KETERKAITAN OPERATING SYSTEM DENGAN VALUE CHAIN



Sebagai subsistem, setiap pusat aktivitas yang homogen memerlukan input dan energi yang dikeluarkan oleh himpunan sumber daya yang dikuasai perusahaan. Input dan energi ini diperlukan untuk memungkinkan terjadinya proses yang menghasilkan aktivitas atau output. Dengan demikian, produk-produk pada berbagai tingkat penyelesaiannya didefinisikan sebagai himpunan dari beranekaragam aktivitas, yang terakumulasi baik secara berkelompok dalam ruangan tertentu (*spatial*) atau secara antar lintas bagian (*crosssectional*) maupun secara lintas sektoral (*inter-temporal*), pusat-pusat aktivitas sepanjang *value chains*.

2.1.6.1. **Pengertian Jaringan Sistem Operasi.** Bila setiap komputer berdiri sendiri tanpa dihubungkan dengan yang lainnya, hal ini tidak menciptakan jalan bagi penerimaan input (data) ataupun pengiriman output ke terminal atau bangun fisik yang bergerak dari komputer. Dengan demikian perangkat keras dan perangkat lunak hanya berproses akhir sampai disana saja.

Dewasa ini, semua komputer yang berskala sedang maupun berskala besar dan suatu kenaikan proporsi percepatan atas hubungan langsung dari microcomputer dengan terminal-terminal lainnya diartikan dalam sesuatu hal yang luar biasa macamnya, berkat suatu bentuk jaringan (*networking*). Pemahaman mengenai pentingnya jaringan antara komputer dan daya hubung komputer dengan terminal-terminal dan printer, kemudian bagaimana komputer kecil (contoh; Laptop) dapat dihubungkan dengan mesin-mesin besar, karena hal ini tak lepas dari empat alasan utama kenapa pentingnya suatu jaringan (*network*); <sup>14</sup>

- a. Mempergunakan Sumber Daya
- b. Mempergunakan Data
- c. Mendistribusikan Pemrosesan Data
- d. Meningkatkan Komunikasi.

---

14. E.Weinright Martin, "et al", op.cit, hal.196-197

Secara garis besar, sistem pengolahan/pemrosesan data yang menggunakan komputer terdiri atas *online processing* dan *offline processing*. Pengertian online yaitu terdapat jalur komunikasi antara terminal pemakai dengan komputer. Jalur pemakai dapat berinteraksi dengan program yang sedang diolah komputer. Hal ini berarti, setiap peralatan komputer yang tidak mempunyai karakteristik operasi seperti tersebut di atas disebut *offline processing*. Terminologi *offline* menggambarkan ketidakmampuan pemakai untuk berkomunikasi langsung dengan komputer dan perangkat lunak yang digunakan.

Cara pengolahan data yang lain adalah *batch processing*. Dengan proses ini, sebelum data diolah, data dikumpulkan selama periode tertentu, untuk kemudian diolah menurut jangka waktu tertentu. Oleh karena itu, terdapat penundaan waktu dengan penggunaan *batch processing*, pemakai harus menunggu sampai data yang akan diolah terkumpul. Penundaan seperti ini, dapat merugikan pihak pemakai yang membutuhkan informasi penting secepatnya. Tetapi sekalipun terdapat masalah penundaan waktu, *batch processing* sangat cocok untuk aplikasi semua catatan-catatan harus diolah pada saat tertentu, misalnya pengolahan data penggajian. Sedangkan untuk pencatatan data yang dilakukan per transaksi, lebih baik menggunakan *online processing*, setiap catatan diolah secara langsung

pada saat data memasuki sistem.

Adapun *online batch processing* merupakan metode pengolahan data yang mengkombinasikan pendekatan *online* dan *batch processing*. Dengan *online batch processing*, data ditangani secara *online* dan disimpan dalam arsip komputer secara temporer. Biasanya operasi *online batch processing* digunakan oleh perusahaan besar untuk menjaga keintegrasian sistem komputer pada saat-saat sibuk. Jadi pada saat operasi perusahaan berada pada puncak kesibukannya, komputer bertugas untuk menangani data-data yang diberi prioritas tinggi secara *online*. Sedangkan data untuk prioritas yang lebih rendah, ditangani secara *online batch processing*. Bila komputer sudah selesai mengolah data yang lebih penting, barulah data-data berikutnya diolah. Keuntungan dari *online batch processing* adalah berkurangnya penundaan waktu.

Bentuk lain dari *online processing* yang memungkinkan digunakannya sumber daya komputer yang sama pada waktu yang sama, disebut *operating time-sharing*.

Adapun bentuk *online processing* yang paling canggih adalah *real-time processing system*. Dengan sistem ini, akses langsung terhadap data dan pengolahan semua transaksi yang terjadi dapat dilakukan dengan segera, oleh berbagai pemakai. Sistem *real-time processing* relatif

mahal dibandingkan sistem lain. Sistem ini membutuhkan komputer besar dan peralatan komunikasi canggih untuk dapat menangani sejumlah besar data yang diterima dari unit-unit yang tersebar luas. Sistem ini harus mendukung jaringan personil dan perangkat keras dalam jumlah besar, yang berinteraksi dengan sistem yang bersangkutan. Jadi sistem *real-time processing* dapat memantau serangkaian aktivitas yang luas secara serentak.

Perbedaan utama antara sistem *real-time* dan *time-sharing*, adalah pada tujuan operasional dan waktu respon yang dibutuhkan. Sistem *time-sharing* memungkinkan pemakai dari unit yang berbeda dapat menggunakan sistem komputer umum, pada waktu yang sama. Secara umum, program yang diolah adalah sistem *time-sharing* adalah program *stand-alone* yang tidak berhubungan satu dengan yang lainnya.

Dalam sistem *real-time*, terdapat orientasi operasional yang berbeda sama sekali. Sistem ini dapat memberi respon secara cepat untuk jangkauan yang lebih luas, serta dapat menangani setiap transaksi, tanpa penundaan.

Hal ini meningkatkan aktivitas produktif yang memiliki kegunaan ekonomis benda dan jasa yang mencakup *form utility*, *place utility*, *time utility*, maupun *ownership utility*. Daya sinergistik arus proses produksi dengan demikian sangat tergantung pada kemampuan manajemen dalam



menyerasikan (*spatial* atau *cross-sectionals*) dan menyelaraskan (*intertemporal*) berbagai proses penciptaan aktivitas yang independen sepanjang *value chain*, sedemikian rupa sehingga perusahaan dapat menghasilkan keanekaragaman produk dengan harga, kualitas dan pelayanan yang berdaya saing tinggi. Untuk maksud ini manajemen memerlukan ukuran-ukuran efektivitas, efisiensi dan produktivitas, dalam bahasan ini ulasanya hanya akan dibatasi pada efektivitas usaha, sehubungan dengan tema yang dipilih.

#### 2.1.7. Efektivitas

Banyak uraian yang menjelaskan mengenai efektivitas, namun pengertian efektivitas dapat disimpulkan sebagai suatu derajat keberhasilan suatu organisasi dalam usahanya untuk mencapai tujuan. Keberhasilan ini tidak hanya memperhatikan aspek keluarannya saja, tetapi juga memperhatikan aspek-aspek lain, misalnya dengan memperhatikan cara dan metode pencapaiannya, serta pemilihan kegiatan yang tepat untuk mencapai sasaran, dan sebagainya.

Robert N. Antony, John Dearden, dan Norton M. Bedford menyatakan bahwa laba dapat dijadikan sebagai ukuran efektivitas disamping untuk pengukuran efisiensi, tentunya hal ini untuk organisasi yang berorientasi laba, mereka

menyatakan ;

Salah satu sasaran yang paling penting bagi organisasi yang berorientasi kepada laba ialah tercapainya suatu tingkat laba tertentu, oleh karena itu jumlah laba yang dihasilkan dapat kita pakai sebagai salah satu tolak ukur dari efektivitas, .....<sup>15</sup>

Namun mereka juga memperhatikan faktor-faktor lain untuk pengukuran efektivitas, bukan hanya laba, dengan penekanannya pada kata-kata, "..... salah satu tolak ukur dari efektivitas, ..... ". Jadi laba bukan satu-satunya ukuran.

Apa yang dikemukakan oleh Robert N. Anthony dan rekennya di atas, diperkuat lagi oleh pendapat Alejandro R. Gorospe yang menekankan pengukuran efektivitas didasarkan pada bukti-bukti dan standar-standar yang dipergunakan untuk evaluasi. Oleh hal-hal tersebut Alejandro dapat dikelompokkan sebagai berikut ;

1. Undang-undang dan Peraturan Pemerintah.
2. Standar-standar perusahaan.
  - a. Strategi-strategi, rencana dan program yang disetujui
  - b. Kebijakan dan prosedur yang ditetapkan.
  - c. Struktur organisasi yang sudah disetujui.

---

15. Robert N. Anthony, John Dearden dan Norton M. Bedford, Sistem Pengendalian Manajemen. terjemahan, Penerbit Erlangga 1985, hal. 222

- d. Anggaran perusahaan.
  - e. Tujuan perusahaan yang ditetapkan.
3. Standar dan praktek Industri.
  4. Prinsip organisasi dan manajemen.
  5. Praktek manajemen yang sehat, proses dan teknik yang digunakan oleh perusahaan yang maju. Kalau tiada standar perusahaan yang tertulis, pemikiran dan falsafah pucuk pimpinan dapat digunakan sebagai standar untuk penilaian. <sup>16</sup>

Memperhatikan pengukuran efektivitas yang digunakan oleh Alejandro di atas, menunjukkan adanya suatu kelengkapan metode pengukuran untuk efektivitas.

2.1.7.1. Efektivitas Penjualan. Menurut Philip Kotler dalam salah satu bukunya, efektivitas penjualan akan dapat dicapai bila didahului beberapa fungsi pemasaran lain seperti pengumpulan data mengenai kebutuhan yang ada, penelitian pemasaran, pengembangan produk, penentuan harga dan penyalurannya. Terlepas apakah suatu perusahaan menerapkan konsep penjualan ataukah konsep pemasaran didalam menjual produknya kepada konsumen, karena secara konseptual, dua hal tersebut memang memiliki sasaran yang berbeda dalam cara meraih laba.

---

16. Amin W. Tunggal, Manajemen Auditing Selayang Pandang. Majalah Akutansi no.5 th.IX th.1990, halaman 18.

Menurut Levitt dalam bukunya *Marketing Myopia*, suatu perbedaan yang tajam antara konsep penjualan dan konsep pemasaran, adalah ;

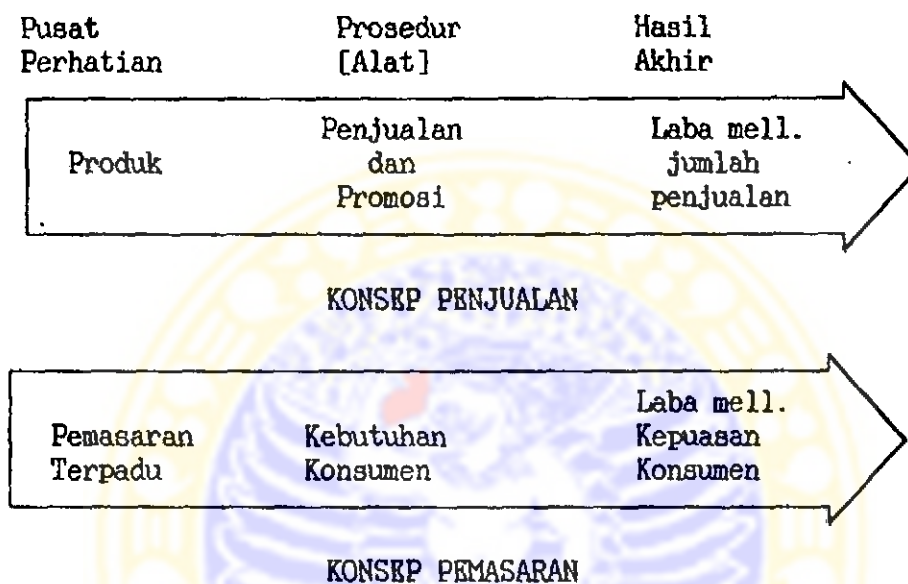
" Konsep Penjualan memusatkan perhatian pada kebutuhan penjual; sedangkan konsep pemasaran memusatkan perhatian pada kebutuhan pembeli. Konsep penjualan dipenuhi dengan masalah kebutuhan penjual untuk mengubah produknya menjadi uang tunai ; konsep pemasaran dipenuhi oleh gagasan untuk memuaskan kebutuhan pembeli dengan memanfaatkan produk dan seluruh gugus produk yang berkaitan dengan penciptaan, penyerahan dan pemakaian produk itu."<sup>17</sup>

Perbedaan kedua konsep itu selanjutnya diperlihatkan dalam gambar 4. Konsep penjualan mulai dengan produk perusahaan yang telah ada dan telah melakukan usaha keras dalam penjualan serta promosi agar tercapai penjualan yang menghasilkan laba. Konsep pemasaran mulai dengan sasaran pelanggan dari perusahaan dan kebutuhan serta keinginan mereka; perusahaan memadukan dan mengkoordinasi semua kegiatannya yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan ; dan perusahaan akan mencapai labanya melalui upaya menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan tersebut.

---

17. Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran. Analisis, Perencanaan dan Pengendalian, Erlangga (terjemahan), Edisi kelima 1990, halaman 33

GAMBAR 4

PERBEDAAN ANTARA KONSEP PENJUALAN DAN PEMASARAN <sup>18</sup>

Namun efektivitas penjualan yang akan dianalisis tidak semata-mata mengacu pada kinerja yang telah diperlihatkan oleh perusahaan, dalam angka penjualan yang telah terealisasi (hasil aktual) dan memperbandingkannya dengan hasil yang diharapkan oleh perusahaan yang tercermin di dalam anggaran penjualannya, namun juga tidak menutupi penilaian dari sisi lain yang oleh Charles F. Banfe, dikategorikan sebagai alat analisis kuantitatif

---

<sup>18</sup>. Kotler, Philip. *Loc.Cit*

selain analisis kualitatif, dibidang manajemen angkutan udara ( *Airline Management* ).<sup>19</sup>

Beberapa alat analisis kinerja suatu industri jasa penerbangan menurut Charles F. Banfe dikatagorikan dan diuraikan sebagai berikut :

#### A. Qualitative Analysis

Analisa Kualitatif yang dimaksudkan disini adalah analisa yang bersifat fundamental yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran dasar mengenai industri jasa penerbangan, bagaimana struktur manajemennya, keunggulan posisi dalam persaingan pasar, anggaran dasar dan anggaran rumah tangga yang seperti apa yang dibutuhkan, Manajemen strategi, struktur jalur penerbangan, komposisi armada pesawat dan perubahan-perubahan besar dalam dunia penerbangan yang sangat cepat berkembang, berubah dari waktu ke waktu.

Satu-satunya bahan rujukan untuk menilai tujuan tersebut adalah, " Laporan Tahunan ". Dari membaca Annual Report yang disediakan, manajemen dapat menyusun langkah-langkah apa yang sifatnya strategi bagi perusahaan, didalam mengantisipasi tingkat persaingan,

---

19. Charles F. Banfe, *Airline Management*. Prentice Hall, Inc. Englewood Cliffs, New Jersey 1992, halaman 159-165.

rute penerbangan, jumlah armada dan seterusnya.

Hasil penilaian lebih banyak bersifat keputusan-keputusan yang sukar dihitung dengan satuan, karena banyak berupa keputusan yang cenderung bersifat strategis bagi perkembangan usaha.

## B. Quantitative Analysis

Tujuan analisis ini adalah menjelaskan kekuatan finansial perusahaan dan mengharapkan kemungkinan-kemungkinan kinerja perusahaan di masa yang akan datang. Beberapa sumber data yang digunakan adalah Laporan Keuangan, dan Laporan Statistik atas operasional perusahaan yang biasanya bersumber dari Departemen Perhubungan ( Dalam hal ini Dirjen Perhubungan Udara, atau Perusahaan Umum Negara yang ditunjuk seperti Perum. Angkasa Pura ).

Menganalisis Laporan Keuangan dapat diuraikan dari Neraca, Laporan Cash-Flow, Laporan Rugi-Laba. Namun dalam menganalisis Laporan Statistik dapat diuraikan dari perhitungan Revenue Passenger Miles (RPM's), dan Load Factor.

*RPM's* atau *Revenue Passenger Miles* adalah salah satu dari dua alat ukur didalam menganalisis laporan statistik yang ada. Lalu Lintas penerbangan adalah alat ukur yang utama didalam menentukan RPM's ini. Angka

dari pendapatan (*yield*) penumpang, berbeda-beda atas setiap jarak tempuh penumpang yang mengikutinya. Hal ini diekspresikan dalam setiap sen per RPM's dan mengindikasikan pendapatan dari pembayaran seorang penumpang untuk penerbangan dalam setiap milnya. Suatu perubahan dalam *yield* mungkin disebabkan oleh beberapa faktor kombinasi ; perubahan jarak jelajah, jumlah penumpang yang naik pesawat, atau perjalanan jauh. Satu faktor terpenting yang mempengaruhi *yield* adalah kenaikan harga, yang berarti penjualan tempat duduk pada saat discount, merupakan cara lain mengantisipasi kekosongan. Bila ingin memperbaiki, daya angkut juga dapat mencapai penambahan kontribusi kedepan untuk pendapatan operasi.

Load Factor, merupakan tingkat daya angkut penumpang yang berhasil di capai oleh perusahaan dari kapasitas yang semestinya, dalam satu periode waktu tertentu. Perhitungannya cukup dengan membagi jumlah penumpang yang diangkut dibagi dengan jumlah seat yang dijual dalam periode tertentu penerbangan, dengan memperhatikan kapasitas angkut penumpang dan rutinitas penerbangan dalam periode perhitungan.



## 2.2. Penelitian Sebelumnya

Dari studi pustaka yang dilakukan, belum pernah ada penelitian dengan topik serupa. Beberapa penelitian sebelumnya membahas masalah Sistem Informasi Manajemen, namun sudut pandang dan tinjauannya berbeda dengan penelitian ini. Hal ini karena topik semula lebih mengacu pada akuntansi manajemen, namun karena keterbatasan data yang mungkin akan diterima, mengakibatkan topik ini lebih mengarah kepada sistem informasi manajemen perusahaan.

## 2.3. Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan penelitian dan landasan teoritis, maka hipotesis yang dapat dikemukakan, adalah : " Dengan penerapan teknologi informasi dalam pelayanan reservasi jasa penerbangan, maka akan dapat meningkatkan efektivitas penjualan tiket ", bagi suatu cabang perusahaan penerbangan swasta ( PT. Sempati Air ) di Surabaya.

## 2.4. Metode Penelitian

### 2.4.1. Definisi Operasional

- Teknologi Informasi, adalah semua bentuk dari teknologi yang meliputi proses penangkapan data (*capturing*),

manipulasi data (*manipulating*), komunikasi data (*communicating*), penampilan data dan penggunaan data (dan proses transformasi data ke dalam informasi).

- Reservasi Penerbangan, adalah hal yang berkaitan dengan bagaimana melayani calon penumpang untuk mendapatkan karcis (*ticket*) tempat duduk, didalam perjalanannya dengan menggunakan jasa penerbangan.
- Efektivitas Penjualan, adalah suatu alat ukur yang dibutuhkan manajemen dalam mengevaluasi kinerja usaha baik yang berupa hasil kualitatif atau hasil kuantitatif yang semata-mata tergantung dari kebijaksanaan perusahaan dalam memberikan data.

#### 2.4.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dikumpulkan serta digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder baik data yang bersifat kuantitatif maupun data yang bersifat kualitatif.

Data yang bersifat kuantitatif, didapatkan dari lembaga yang berkaitan langsung dengan masalah penerbangan yaitu Perum Angkasa Pura I Surabaya. Data yang didapat ini untuk menjelaskan hasil analisis efektivitas penjualan. Karena keterbatasan data yang diberikan oleh pihak perusahaan untuk menghitung hasil analisis untuk penilaian analisis kuantitatif lainnya, seperti yang disebutkan di

atas (Neraca, Laporan Cash-Flow, Laporan Rugi Laba), juga laporan hasil penjualan yang dikaitkan dengan laporan statistik untuk menghitung RPM's. Maka data untuk penilaian efektivitas yang masih mungkin dianalisis hanyalah data mengenai Load Factor.

Data Kualitatif, didapat dari perusahaan untuk menjelaskan hasil analisis untuk aktivitas nilai perusahaan, sistem operasi serta jaringan reservasi penerbangan.

Data Primer, merupakan data atau informasi yang berkaitan langsung dengan penelitian ini, dan ini didapat dari sumber intern perusahaan dan wawancara yang dilakukan dengan manajer perusahaan atau representatif yang ditunjuk oleh perusahaan.

Data Sekunder, merupakan data yang berasal dari hasil penelitian kepustakaan, dan data ini didapatkan dari literatur kuliah, dan literatur penjunjang lainnya yang berguna sebagai landasan teori serta dari peninjauan penulis ke lembaga-lembaga yang berkaitan dengan masalah penerbangan.

#### 2.4.3. Prosedur Penentuan Sampel

Dalam penulisan skripsi ini tidak ditentukan adanya sampel, sehingga tidak ada prosedur penentuan sampel penelitian.

#### 2.4.4. Prosedur Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah melalui :

##### a. Teknik wawancara

Melakukan tanya jawab / wawancara langsung dengan pihak pimpinan perusahaan (PT.Sempati Air/District Surabaya), atau representatif yang ditunjuk perusahaan, dan juga wawancara ke instansi yang terkait, seperti Perum. Angkasa Pura I, di Surabaya.

##### b. Studi Pustaka

Studi kepustakaan dilakukan dengan mempelajari literatur-literatur dan buku bacaan lain, laporan-laporan, majalah / surat kabar yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi.

#### 2.4.5. Teknik Analisis

Pada penelitian ini teknik analisis yang dipergunakan adalah analisis yang bersifat kualitatif, dalam analisis ini, memakai teknik yang bersifat deskriptif. Analisis dilakukan berdasarkan pengamatan terhadap data-data yang disajikan perusahaan untuk diteliti.

## BAB III

### ANALISIS

#### 3.1. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

##### 3.1.1. Sejarah Perkembangan Perusahaan

Sejarah lahirnya armada penerbangan yang kini bernaung dibawah bendera salah satu konglomerasi terbesar di Indonesia ini, berawal dari munculnya ide Dephankam, untuk merintis penerbangan, mengangkut barang-barang ke daerah yang masih belum dijangkau oleh penerbangan nasional yang telah ada saat itu yaitu Garuda Indonesia.

Lahir di Jakarta tanggal 16 Desember 1968, perusahaan yang berdiri atas inisiatif Sembilan Perwira Tinggi dan bernaung dibawah Departemen Pertahanan Dan Keamanan ini diberi nama PT. Sempati Air Transport. Selain kegiatan utamanya yang melayani pengiriman barang berupa carter ke daerah-daerah yang menjadi tujuan perjanjian, perusahaan ini juga melayani penerbangan penumpang, meskipun dalam jumlah yang sangat terbatas.

Pada era 1970-an, dunia penerbangan Indonesia sudah semakin berkembang pesat dengan banyak hadirnya perusahaan-perusahaan penerbangan penumpang ( Airline Company ), Merpati Airline.

Persaingan dalam merebut penumpangpun semakin ketat,

sehingga beberapa perusahaanpun ada yang mundur dari persaingan tersebut, selain memang karena biaya pengoperasian pesawat dalam satu kali penerbangan memakan biaya yang tidak sedikit. Biasanya mereka yang tersisih ini beralih fungsi, tidak sebagai Airline Company lagi, tapi sebagai perusahaan penerbangan carter.

Sejalan dengan perkembangan tersebut, kebutuhan yang sangat mendesak bagi pengorganisasian suatu Airline Company, banyak terletak pada kekuatan modal penunjang, manajemen yang profesional, serta didukung sumber daya yang terpilih dari setiap perusahaan.

PT. HUMPUSS GROUP sebagai salah satu konglomerasi yang telah banyak berkecimpung pada berbagai bidang, dan sebelumnya telah dipercaya pemerintah Indonesia dalam jasa transportasi pengapalan minyak dan gas bumi seperti LNG, melihat kesempatan yang sangat menantang ini. Pada sekitar tahun 1989, disetujuiilah kesepakatan kerjasama (*Memorandum Of Understanding*) dengan pihak Departemen Pertahanan dan Keamanan sebagai induk usaha PT. Sempati Air Transport, untuk menangani perusahaan penerbangan ini dengan lebih profesional, dengan segala bentuk bantuan mulai dari manajemen sampai ke permodalannya.

Barulah pada tanggal 14 Juli 1992 secara resmi PT. Sempati Air Transport, berubah namanya menjadi PT. Sempati

Air. Perusahaan penerbangan dengan status Airline Company secara utuh dan memiliki rute penerbangan yang tetap untuk mengangkut penumpang.

Bersamaan dengan saat disetujuinya perjanjian kerjasama tahun 1989 di atas, pada beberapa daerah juga telah dibentuk cabang-cabang perwakilan (district) sebagai kepanjangan lengan PT. Sempati Air di daerah tersebut. Dan Salah satu district tersebut terletak di Surabaya.

Saat ini armada penerbangan PT. Sempati Air telah menyinggahi hampir seluruh kota utama di Indonesia ( 26 kota tujuan penerbangan nasional ), dan beberapa kota tujuan penerbangan internasional ( a.l. Taipei, Penang, Kuala Lumpur, Singapore, Christmas Island, Perth ).

Armada yang digunakan untuk mendukung aktivitas perusahaan terdiri dari :

- Pesawat terbang Fokker 27 sebanyak 5 pesawat.
- Pesawat terbang Fokker 100, sebanyak 7 pesawat.
- Pesawat terbang Boeing 737-200, sebanyak 8 pesawat.
- Pesawat terbang Airbus 300-400, sebanyak 3 pesawat.

### 3.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan Peraturan Pemerintah, bentuk badan hukum perusahaan penerbangan nasional Sempati Air adalah

Perseroan Terbatas (PT) dengan status Badan Usaha Milik Swasta.

Dalam menunjang perkembangan perusahaan dan memperlancar kegiatan operasionalnya, PT. Sempati Air membuka kantor perwakilan baik di ibukota propinsi maupun di luar negeri. Keputusan untuk menempatkan kantor perwakilan pada kota tertentu, mempunyai pengaruh yang penting bagi sukses tidaknya operasi perusahaan. Selanjutnya diperlukan suatu pertimbangan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi untuk kantor perwakilan, antara lain terletak di pusat kota sebagai Town Office, mudah dijangkau oleh pemakai jasa, mudah berhubungan dengan instansi lain yang berhubungan erat dengan kegiatan perusahaan, dan strategis bagi perekonomian daerah tersebut.

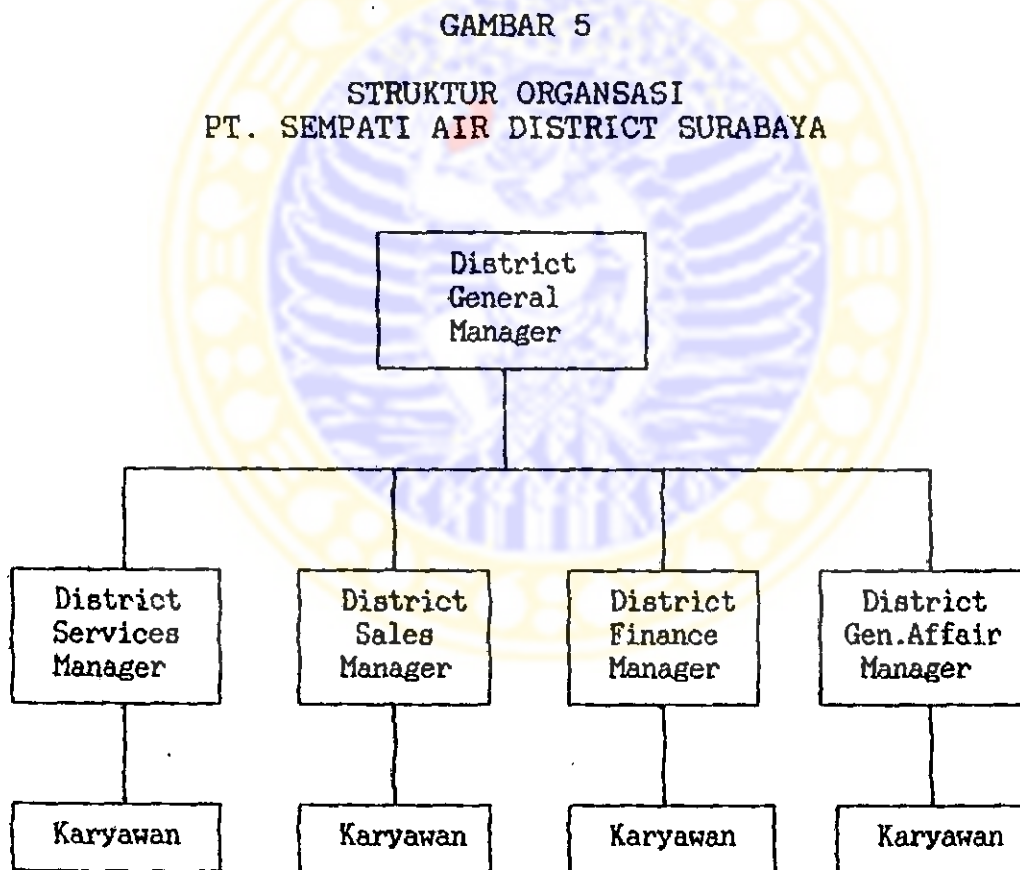
Struktur Organisasi PT. Sempati Air, District Surabaya, dapat dilihat dalam gambar 5 di halaman berikut. Struktur organisasi merupakan suatu alat bagi manajemen perusahaan dalam mengkoordinasi bagian-bagian perusahaan dan hirarki wewenang dan tanggungjawab untuk mencapai tujuan organisasi. Tugas dan tanggungjawab dari masing-masing bagian yang terdapat dalam struktur organisasi PT.Sempati Air District Surabaya, dapat diuraikan sebagai berikut :



### 1. Kepala Perwakilan

Dalam lingkungan PT. Sempati Air istilah jabatan ini disebut sebagai Distric General Manager, yang bertanggungjawab ;

- Merumuskan dan menetapkan kebijaksanaan dan pengambilan keputusan dengan memperhatikan pertimbangan para kepala bagian (manajer ) dan masukan lainnya.



Sumber : PT. Sempati Air District Surabaya

- Mengkoordinasi semua kegiatan dari bagian-bagian yang ada pada District Surabaya.
- Menentukan rencana pengembangan sesuai dengan program kerja kantor pusat.
- Bertanggungjawab dalam pengelolaan perusahaan

## 2. District Services Manager.

Manajer Pelayanan berkantor di Bandar Udara, dan tugas-tugas yang dilaksanakannya tak lepas dari bagaimana melayani penumpang dengan semaksimal mungkin. Tanggungjawab bidang ini antara lain seperti ;

- Bertanggungjawab atas pelaksanaan pelayanan selama penumpang berada di bandara, khususnya mereka yang diberi pelayanan ekstra seperti anggota PCC (Preferred Connection Card).
- Mengatur penjadwalan keberangkatan dari dan ke airport, dalam pelayanan city check in, penjadwalan keberangkatan pesawat, pengisian bahan bakar, dan segala bentuk kesiapan pesawat sebelum tinggal landas.
- Bertanggungjawab atas pemenuhan catering yang mungkin dipesan khusus oleh penumpang, seperti low calory meal, baby food, selama penerbangan ( biasanya untuk penerbangan jarak jauh ).

### 3. District Sales Manager

Manager Pemasaran berkantor di Town Office, dan bertanggung jawab atas hal-hal sebagai berikut ;

- Bertanggungjawab atas kenaikan atau penurunan tingkat penjualan district yang bersangkutan.
- Bertanggungjawab atas pelaksanaan resevasi penerbangan.
- Bertanggungjawab atas terlaksananya kebijaksanaan strategi pemasaran perusahaan pada districtnya.

### 4. District Finance Manager

Manajer Keuangan bertanggungjawab atas pelaksanaan proses akuntansi di district tersebut, pengungkapan hasil penjualan, mengirimkan laporan keuangan district secara rutin ke kantor pusat, serta menjaga kerahasiaan keuangan.

### 5. District General Affair Manager

Jabatan ini lengkapnya disingkat DGAM ( District General Affair Manager ), dan tugas serta tanggungjawabnya adalah :

- Mengurus masalah Administratif.
- Bertanggungjawab dalam pengelolaan kesejahteraan karyawan.
- Bertanggungjawab atas masalah Recruitment, Training dan masalah kepegawaian.

#### 6. Karyawan, terdiri dari :

- a. Pegawai tetap berjumlah 160 orang.
- b. Tenaga Honorer berjumlah 6 orang.

#### 3.1.3. Aktivitas Pemasaran Perusahaan

Berbagai produk yang ditawarkan oleh PT. Sempati Air, dalam setiap penerbangannya disamping pelayanan reservasi 24 jam, PT. Sempati Air telah banyak sekali melakukan inovasi-inovasi yang mengejutkan dalam mengantisipasi persaingan yang semakin terbuka dalam dunia penerbangan nasional Indonesia. Produk layanan-layanan lain PT. Sempati Air antara lain Senyum di Udara, Sandiwara (Arisan di pesawat udara), On time Guarantee, Kenyamanan ruang gerak kaki selama di perjalanan, Reservation Guarantee, Jaminan pengambilan bagasi yang tak lebih dari 15 menit, segala kemudahan yang didapat dari keanggotaan PCC (Preferred Connection Card), dan layanan City Check In, serta beberapa produk layanan unggulan diawal-awal tahun 1995 ini.

#### 3.1.4. Reservasi Penerbangan.

Sistem Reservasi atau sistem pemesanan tempat duduk, ternyata tidak hanya berkaitan dengan permasalahan pemesanan, tetapi pada kenyataannya keterkaitan yang terjadi sangat kompleks, misalnya keterkaitan dengan masalah penjadwalan pesawat (keberangkatan, kedatangan),

*Crew Assingment, Weight of aircraft for flight, deb.* <sup>20</sup>

3.1.3.1. Reservasi Penerbangan PT.Sempati Air. Reservasi penerbangan, merupakan salah satu faktor penunjang yang sangat penting dalam dunia penerbangan. PT.Sempati Air telah menerapkan pembaharuan teknologi informasi dalam penerbangan ini setelah PT. Sempati Air beralih fungsi operasionalnya dengan sepenuhnya menjadi Airline Company. Dalam perjalanannya sistem reservasi penerbangan ini telah ditingkatkan oleh PT. Sempati Air sampai pada pelayanan 24 jam, disamping produk-produk pelayanan lain yang semata-mata diselenggarakan demi kepuasan konsumen.

Membangun suatu sistem reservasi penerbangan membutuhkan biaya yang tidak sedikit, belum pula keamanan pelayanan, pengoperasian, perawatan dan sebagainya. Karena hal itulah mungkin PT. Sempati Air memutuskan untuk menyewa jaringan reservasi internasional SITA, yang sudah terkenal dan hampir lebih dari 118 pelanggan armada-armada penerbangan internasional dan agen-agen perjalanan serta jaringan-jaringan hotel internasional dari seluruh dunia adalah pemakai jasa SITA Internasional yang berpusat di Paris, Perancis.

---

<sup>20</sup>. James A. Seen, loc. cit.

Kemudian pusat reservasi penerbangan PT. Sempati Air untuk district Surabaya ada di 5 tempat, yaitu Town Office (Skyline Building-Hyatt Regency, Tunjungan Plaza 2, Jln. Mayjen Sungkono, dan di Jembatan Merah Plaza), Airport Office ( Bandara Ir. H. Juanda ).

3.1.3.2. SITA. SITA adalah kependekan dari *Societe Internationale de Telecommunication Aeronautiques* yaitu suatu lembaga internasional yang menyelenggarakan jaringan sistem komputer khususnya dalam sistem reservasi untuk jasa penerbangan internasional serta produk lainnya yang dilaksanakan oleh para pelanggan (klien) dalam berbagai bidang jasa mulai dari jaringan jasa perhotelan sampai dengan jaringan dunia perbankan. Berkantor pusat di Paris, Perancis. Perusahaan ini memiliki jaringan kerja yang luas diseluruh dunia sehingga tidak mengherankan bila pelanggannya banyak tersebar diseluruh pelosok dunia.

Salah satu pemakai jasa SITA Internasional ini adalah PT. Sempati Air, satu-satunya armada penerbangan Indonesia yang menggunakan jasa SITA. Sedangkan armada lain seperti Bouraq Airline, Mandala, mereka ini memakai jasa reservasi yang diselenggarakan oleh PT. Garuda Indonesia, yang dikenal dengan ARGA ( Airline Reservation Garuda ).

Selain itu banyak juga lembaga-lembaga keuangan, Agen-agen Perjalanan yang menyewa jaringan SITA dari

pemegang hak konsesi (hak perolehan izin) diluar penerbangan di Indonesia yaitu, PT. Lintas Arta. Jadi dalam hal ini reservasi penerbangan pada agen perjalanan untuk Sempati Air akan berbeda dengan penerbangan-penerbangan nasional lainnya, karena sistem pemesananpun akan berbeda.

## 3.2. ANALISIS

### 3.2.1. Analisis Rantai Nilai dan Teknologi Reservasi.

Sistem Reservasi pada PT. Sempati Air, layaknya seperti sistem reservasi penerbangan pada umumnya, bahkan lebih dari sekedar jaringan sistem reservasi, karena dengan kebijaksanaan perusahaan menyewa jaringan sistem reservasi yang telah dijamin keberadaannya dalam dunia penerbangan internasional, secara terbuka PT. Sempati Air telah membuka lebih lebar persaingan, dalam merebut penumpang tidak hanya penumpang domestik tetapi juga wisatawan luar negeri, dan hal ini dapat dikategorikan sebagai satu sisi keunggulan, dalam jasa reservasi PT. Sempati Air yang menyelenggaraan jaringannya disewa dari SITA Internasional dengan menggunakan paket program Gabriel, selain paket program reservasi yang terkenal seperti, SABRE, MARS (Multi-Access Reservation System).

PT. Sempati Air, memanfaatkan sistem reservasi pener-

bangun ini dengan kapasitas pelayanan penuh selama 24 jam. Pengaturan yang tampak transparan dalam suatu proses reservasi adalah ;

1. Pemberian informasi bagi calon penumpang, mengenai route, schedule, jam keberangkatan, dan sebagainya yang bersifat pelayanan informasi.
2. Menjaga daftar tunggu penumpang, konfirmasi, penundaan, sampai pada check in.
3. Memberikan kemudahan pelayanan pada penumpang dalam hal yang berkaitan dengan ; a). Tempat yang diinginkan, seperti area bebas rokok, dekat dengan pintu keluar, di dekat jendela. b). Pilihan untuk minuman/biasanya untuk penerbangan internasional. c). Kebutuhan terhadap kursi roda dan sebagainya.
4. Pembuatan reservasi untuk cargo.
5. Pengintegrasian Automatic Ticket, Bording Control, dan pengaturan serta pengantaran bagasi sampai di airport tujuan.
6. Sebagai informasi pelengkap bagi ; jadwal kru pesawat, juga bagian perawatan pesawat.

Melihat begitu kompleksnya keterkaitan suatu proses reservasi penerbangan tersebut, maka dapat kita katagorikan bahwa kesemua kegiatan diatas erat kaitannya dengan rantai nilai (*value chain*) yang menyebar dalam



setiap aktivitas primer dan pendukung yang ada di dalam perusahaan. Beberapa aktivitas yang langsung terkait dengan pelayanan reservasi ini dapat dikatakan erat kaitannya dengan pelayanan, dan penjualan/pemasaran pada aktivitas utama perusahaan, sedangkan aktivitas lainnya hanya merupakan kegiatan yang mau tak mau secara tidak langsung ikut terkait.

3.2.1.1. **Aktivitas Primer, Pelayanan.** Secara umum tampak bahwa pelayanan sistem reservasi yang terkomputerisasi, milik PT. Sempati Air, sudah menampakkan penerapan teknologi sistem komunikasi dalam bidang pelayanan seperti yang diisyaratkan oleh Michael E. Porter. Lebih dari itu proses yang terjadi telah memberi dampak disintermediasi atas pengambilan keputusan, kemudian dengan pelayanan 24 jam yang diterapkan oleh PT.Sempati Air, telah mengurangi non value activities dari panjangnya antrian pada loket untuk pembelian tanpa pemesanan sebelumnya.

Selain itu pada saat terjadi kasus seperti, Tn. X, seorang calon penumpang Surabaya yang ingin melakukan penerbangan dari Jakarta - Medan, karena mungkin Tn.X pergi ke Jakarta bersama-sama keluarganya dengan kereta Suryajaya, maka ia dapat melakukan reservasi di Surabaya. Tn. X cukup melakukan pemesanan ke kantor pemasaran Sempati Air, di lima tempat yang ada di Surabaya (di luar

agen-agen perjalanan), atas namanya dan segala identitas yang diperlukan ( mis. Alamat, Nomor telephone Tn.X ), tujuannya, jam keberangkatannya, hari dan tanggalnya pada saat ia ingin ke Medan melalui terminal A di Bandara Cengkareng.

Kejadian di atas telah membuat suatu transaksi yang melibatkan proses yang dapat dikategorikan sebagai Diagnostic and Testing Technology serta Communication System Technology, antara kantor pemasaran di Surabaya dengan pusat data yang ada di Jakarta. Hal ini dapat terjadi karena sistem reservasi PT. Sempati Air telah On-Line. Dan pada sistem reservasi yang digunakan bersifat OLRT (On-Line-Real-Time), atau maksudnya adalah apabila sebuah permintaan pemesanan tempat diterima, maka komputer segera menanggapi dengan cepat pemesanan atau dengan pemberitahuan bahwa penerbangan sudah terisi penuh untuk kelas tiket yang dicari. Pada tanggapan real-time memungkinkan seseorang memilih berbagai tujuan penerbangan atau mungkin setuju untuk membeli tiket dari kelas lain.

#### 3.2.1.2. Aktivitas Primer, Penjualan / Pemasaran.

Dilihat dari segi aktivitasnya, proses reservasi adalah bagaimana cara perusahaan penerbangan berusaha untuk mempermudah hal-hal yang berkaitan dengan pemesanan tempat duduk bagi calon penumpang, pemesanan ruang tertentu atas

kabin pesawat untuk angkutan cargo via udara, merupakan aktivitas pemasaran yang tak lepas dari bagaimana cara perusahaan meningkatkan penjualan produknya kepada pelanggan.

Salah satu kelompok generik dari aktivitas primer perusahaan adalah pemasaran dan penjualan, yaitu aktivitas yang menyangkut penyediaan sarana agar pembeli dapat membeli produk dan aktivitas yang mempengaruhi pembeli agar mau membelinya, seperti promosi wiraniaga, pemilihan penyalur dan hubungan dengan penyalur.

Dalam keterkaitannya dengan teknologi informasi, teknologi reservasi penerbangan bahkan dapat melayani pemesanan tiket untuk jumlah yang banyak untuk suatu grup-grup tur yang sering dilaksanakan oleh biro-biro perjalanan.

PT. Sempati Air sebagai pengguna jasa resevasi SITA Internasional, sangat berkepentingan dengan para pengguna jasa lainnya dalam hal reservasi ini. Biro-biro perjalanan apapun yang ada di Surabaya khususnya sangat berkepentingan sekali untuk menjual produk-produk layanan penerbangan seperti Sempati Air. Bahkan untuk hal-hal yang menyangkut kedatangan rombongan-rombongan turis asing yang datang dari Australia, Taipei, reservasi PT. Sempati Air dapat mengadakan Automatisasi Tiket, yaitu pembuatan prosedur tiket yang berjumlah banyak dalam waktu yang

bersamaan, tanpa memasukkan data penumpang satu persatu, dan hasil print-out tiket dapat berupa tiket perjalanan seperti biasa hanya saja, hal ini erat sekali kaitannya dengan biro pelaksana perjalanan tersebut, atau badan yang mengkoordinasi perjalanan tersebut.

Dan sekali lagi hal-hal yang sifatnya sudah memakan jarak hubung antar satu stasiun penerima pemesanan tiket dengan stasiun pusatnya di Jakarta dalam hal penjualan tiket seperti ini, kesemuanya tak lepas dari adanya Technology Communication System yang ada di dalam sistem reservasi yang diterapkan oleh SITA - Sempati Air. Selain itu PT. Sempati Air dapat saja menerima pemesanan dari biro perjalanan asing yang ada di lain negara yang tidak memiliki jaringan / cabang di Indonesia karena mereka adalah sama-sama pelanggan jasa reservasi yang diselenggarakan oleh SITA-Internasional.

Untuk pemesanan tiket Sempati Air di wilayah Indonesia, melalui biro-biro perjalan seperti PT.Pasopati, Orient Express, mereka tidak langsung berhubungan dengan PT. Sempati Air. Tetapi jaringan yang dipakai oleh biro-biro perjalanan ini mengakses data dari PT. Lintas Arta yang memegang hak jaringan reservasi penerbangan SITA, untuk agen dan biro perjalanan untuk Indonesia.

Dari hal di atas dapat terlihat bagaimana eratnya

•keterikatan suatu perusahaan penerbangan seperti PT. Sempati Air dengan biro-biro perjalanan dalam hal ini sebagai agen penjualan selain bagian pemasaran PT. Sempati Air sendiri, yang didukung oleh Teknologi Informasi.

**3.2.1.3. Aktivitas Primer, Logistik Ke Luar.** Dalam bukunya Michael E. Porter mengatakan bahwa aktivitas primer yang dikategorikan aktivitas logistik ke luar adalah aktivitas yang berhubungan dengan pengumpulan, penyimpanan, dan pendistribusian fisik produk kepada pembeli. Dalam dunia penerbangan, fisik utama produk yang disajikan adalah pelayanan. Dan dalam suatu reservasi, berbagai macam pemesanan yang diinginkan calon penumpang dikumpulkan dalam berbagai hal dalam suatu rute penerbangan. Misalnya, penempatan calon penumpang yang ingin duduk pada area smoking, atau baby food dan sebagainya.

Pemesanan dengan menggunakan jasa reservasi per telephone 24 jam, atau 2,3 hari sebelum keberangkatan biasanya lebih sering dilakukan dalam hal ini. Agar nantinya dalam penanganan pelayanannya dapat lebih efisien. Hal ini tidak akan terjadi bila tidak adanya Sistem Teknologi Komunikasi yang canggih atas layanan reservasi yang ada. Bagian Catering dapat melihat apakah ada pemesanan khusus dalam suatu penerbangan dengan

melihat terminal komputer dalam sistem reservasi, atau bagian tertentu yang memberitakan bahwa misalnya harus ada makanan khusus untuk bayi dalam penerbangan tertentu.

3.2.1.4. **Aktivitas Primer, Logistik Ke Dalam.** Hal ini erat kaitannya dengan penanganan material, penjadwalan kendaraan, pengendalian dan hal-hal yang berhubungan dengan penerimaan, penyimpanan, dan penyebaran masukan ke produk.

Sistem reservasi ternyata mengatur hal penjadwalan kendaraan, (dalam hal ini pesawat) dengan sangat transparan sekali. Misalnya, dalam lampiran yang ada, atau contoh kasus seperti tabel pada halaman berikut ini ;

TABEL 1

## TIME TABLE

DAY	FLTNO	ETD	ETA	AC	CLASS	TRANSIT	VALID FROM	TO
-----	-------	-----	-----	----	-------	---------	------------	----

FROM JAKARTA, SOEKARNO-HATTA (CGK)

&gt;&gt;&gt; to : DENPASAR (DPS)

..3..6..	SG412	07.00	10.45	F-100	CY	SUB(00.25)	15/12/94	UFN
1234567	SG404	12.40	15.25	A-300	CY	NS	15/12/94	UFN

FROM SURABAYA (SUB)

&gt;&gt;&gt; to : DENPASAR (DPS)

..3..6..	SG412	08.45	10.45	F-100	CY	NS	15/12/94	UFN
1234567	SG157	19.05	20.55	B-737	CY	NS	15/12/94	UFN

Catatan : Penjadwalan pesawat F-100, dengan nomor penerbangan SG412 telah didelegasikan dari bandara asal (Soekarno-Hatta/Jakarta), sampai ke bandara tujuan (Ngurah Rai/Denpasar), dengan transparan sekali, bahkan perkiraan waktu kedatangan dan keberangkatan sampai waktu menunggu saat transit di bandara persinggahan (Juanda/Surabaya), telah diperhitungkan agar penerbangan sampai ke bandara tujuan akhir dapat sampai tepat waktu.

Sumber : Time Table Sempati Air, Untuk pemakaian efektif, Tgl.15 Desember 1994 s/d 31 Maret 1995.

Pesawat jenis F-100 dengan nomor penerbangan SG.412, yang memulai penerbangannya dari Jakarta pukul 07.00 untuk tujuan akhir Denpasar (10.45), harus singgah dahulu di Bandara Juanda selama 25 menit, antara pukul 08.20-08.45, karena pesawat harus terbang kembali ke tujuan bandara akhir tepat jam 08.45.

Bagian pemasaran PT. Sempati Air Jakarta, akan dapat

menjual tiket untuk ke Surabaya dengan prioritas penumpang ke Denpasar untuk penerbangan SG.412 ini. Namun bila calon penumpang pada hari-hari tersebut (hari ke3, dan ke6) tidak ingin penerbangan dengan menyinggahi kota-kota tertentu seperti Surabaya maka ia dapat memilih waktu keberangkatan jam 12.40 dengan menggunakan penerbangan nomor SG.404. Kemudian melihat jalur penerbangan pesawat dengan nomor penerbangan SG.412 maka penerbangan ini merupakan penerbangan alternatif ke Bali bila selain pada jam-jam tersebut (12.40) seluruh penerbangan ke Bali telah terisi penuh, maka diusahakan penumpang yang ingin ke Bali transit dahulu di Surabaya dengan pesawat ini. Begitu pula sebaliknya, bila seorang calon penumpang yang ingin ke Denpasar dari Surabaya, diprioritaskan ke penerbangan pada jam 19.05, diluar hari ke 3 dan ke 6. Namun bila mereka ingin pergi pada hari ke3, maka operator yang menangani reservasi akan memberikan dua alternatif jam terbang kepada calon penumpang bahwa mereka akan dapat terbang dengan F-100, jam 08.45 pagi ini.

Dari kasus di atas terlihat jelas bagaimana suatu sistem reservasi akan selalu berpatokan penuh pada jadwal pengoperasian penerbangan, dalam mengalokasikan calon penumpang, untuk dicarikan tempat bagi penerbangannya ke tujuan yang diinginkan.



### 3.2.2. Analisis Sistem Operasi dan Jaringan.

Sistem operasi dari sistem reservasi penerbangan ini, dapat terlihat dari setiap terminal komputer yang ada di kantor-kantor cabang Sempati Air yang juga menjual, dan menerima pemesanan tiket untuk penerbangan pada hari yang diinginkan dan waktu yang diinginkan serta banyak sekali kemudahan-kemudahan yang dapat diberikan.

Pada masing-masing cabang, dan juga kantor-kantor pemasaran Sempati Air, tersedia terminal-terminal komputer yang dihubungkan dengan modem (modulator-demodulator) sebagai sarana komunikasi yang menghubungkan antara kantor cabang dengan pusat data yang ada di Jakarta. Pihak PT. Sempati Air menggunakan jasa PT. TELKOM melalui sarana *Leased line*, *Leased line* yang disewa dari PT. TELKOM ini telah memanfaatkan Saluran Transmisi Telephone Digital. Satu-satunya cabang yang menggunakan jasa PT. INDOSAT untuk jasa *VSAT* (*Very Small Aperture Terminal*) dengan jasa satelit hanyalah kantor cabang yang ada di Jember.

*Leased line*, atau dalam istilah yang dikemukakan oleh George M.Scott,<sup>21</sup> sebagai *Private Line*, yaitu saluran putar (dial-up line), karena biasanya berkenaan dengan pemutaran nomor (dialing) telephone biasa atau peralatan

---

21. George M.Scott, Prinsip-prinsip Sistem Informasi Manajemen, terjemahan, Rajawali Pers. Halaman 288.

semacam telephone, dan pembayarannya dilakukan berdasarkan setiap panggilan. Leased line ini lebih sempurna kerjanya karena tingkat kesalahan transfer data sudah sangat kecil sekali dibandingkan saluran lain yang serupa yang masih banyak mengalami gangguan gema (*echo*), melemah (*attenuation*), dan galau (*noise*). Leased line yang disewa dari PT. TELKOM ini telah memanfaatkan Saluran Transmisi Telephone Digital. Sedangkan VSAT (*Very Small Aperture Terminal*) adalah se-perangkat alat komunikasi yang menggunakan parabola kecil sebagai penghubung dengan satelit dengan diameter antara 4 sampai 10 kaki. Alat ini akan mentransmisikan data dengan menggunakan gelombang mikro. Suatu controller VSAT di bumi memancarkan sinyal gelombang mikro ke satelit yang mengorbit. Setelah menerima sinyal satelit yang mengorbit itu mengirim kembali sinyal itu ke stasiun controller lain di bumi yang dijadikan tujuan pengiriman. Sistem transmisi cara ini sangat menguntungkan bila stasiun pengirim dan penerima dipisahkan oleh lautan atau tempat pengirim transmisi jauh, atau tidak memiliki saluran komunikasi telephone, atau tidak terjangkau jaringan komunikasi leased line.

Sistem pengoperasian reservasi ini, dapat diilustrasikan sebagai berikut. Katakan saja seorang calon penumpang yang bernama Lisa Andriani, ingin memesan tempat

duduk untuk keberangkatannya ke Jakarta dari Surabaya.

Untuk pemesanan ini, yang bersangkutan cukup menghubungi kantor pelayanan reservasi Sempati Air, per telephone ( yang empat angka terakhir nomornya seragam : 1612, di 26 kota di Indonesia, selain mudah diingat, keseragaman tersebut akan memudahkan calon penumpang Sempati Air dalam membuat reservasi, 10 kota diantaranya siap dengan reservasi 24 jam ).

Pertama ia akan ditanyai atas nama siapa reservasi ini akan dibuat (nama calon penumpang), dan operator yang menjalankan sistem pun akan memasukkan nama sesuai yang disebutkan. Kedua ia akan ditanya segmen perjalanan yang akan dijalani (Surabaya-Jakarta), kemudian apakah penerbangan hanya untuk satu kali penerbangan ataukah shuttle (pulang/pergi), Tanggal keberangkatan, Jam keberangkatan, dan operator memasukkan informasi segmen perjalanan tersebut cukup dengan kode yang lazim dipakai dalam Sempati Air untuk daerah tujuan dan keberangkatan (misal; SUB-CGK), dan kode-kode lain seperti nomor tempat duduk yang digandeng kode kelas yang diinginkan ( Gold Class / Business Class [Y], atau Silver Class / Economy Class [C], seperti 12Y, 45C ), Tanggal keberangkatan, Airport tujuan, kemudian kode-kode lain yang muncul seperti Time Departure, Time Arrival, Nomor Pesawat, Jenis

Pesawat, untuk masukan data keberangkatan jam tertentu.  
(lihat lampiran 1)

Kemudian operator memasukkan data-data yang diminta tersebut dengan mengadakan Request Message atau permintaan pesan kepada terminal host yang berada di Jakarta melalui terminal district yang dalam bentuk data digital dari komputer yang kemudian diubah dalam data analog melalui alat yang dinamakan modem (modulator demodulator). Data-data tersebut diterima oleh front-end device yang membantu kerja CAS (Central Automatic System) sebagai server untuk semua terminal yang tersebar di seluruh Indonesia, melalui leased line ataupun melalui VSAT. Disini dilakukan pengecekan secara on-line terhadap permintaan penerbangan tanggal, jam yang diinginkan, apakah seat yang akan dijual masih tersedia lengkap dengan seluruh kelas yang ada, misalkan Miss Lisa Andriani ingin memesan tempat duduk di business class dan ternyata telah terisi penuh maka operator akan menawarkan seat economy class yang mungkin masih tersedia, bila Miss Lisa setuju maka data-data pun dimasukkan dan kemudian dilengkapi dengan data-data tambahan seperti tanggal pembuatan reservasi, nomor telephone penumpang, dan kode-kode lain yang diakui sebagai penelusur record pada saat reconfirmasi.

Setelah data lengkap maka operator akan meminta

Authorization Message, atau pesan untuk pemberian kuasa penjualan yang ditandai dengan penerimaan data record baru atas nama Miss Lisa Andriani, dan pada langkah terakhir CAS akan menerima data bahwa transaksi telah diterima dan telah berjalan dengan baik setelah operator membuat pesan yang disebut sebagai Complete Message.

Contoh output dari reservasi penerbangan di atas dapat dilihat sebagai berikut :

TABBL 2

KA		
1.ILISA ANDRIANI/MISS	_____	Nama Penumpang
1 SG051 16Y 10SEP 0 SUR CKG 030A 950A		Informasi tentang
2 SG503 45C 20SEP 0 CKG SUB 1515P 1635P		Segmen penerbangan
3 FREE		
4 FREE		
T-RIN01SEP/	_____	Tanggal Reservasi
P-ELP0	_____	No.Telp.Agen 0
ELP031-053-2106	_____	No.Telp.Calon Penumpang
M-07		Kode-kode lain yang digunakan
CALL DR FOR RECFRM		sebagai pengakuan untuk men-
R-P		cocokkan pada saat merecord,
C3V#MS2027/10SEP RCS6KX H		dan rekonfirmasi

Catatan harus diformulasikan dalam kode-kode terkadang nyata, seperti 10Sep = tanggal ke sepuluh Bulan September. Kode-kode seperti CGK = Airport Cengkareng Jakarta, SUB = Surabaya. Semua data harus disingkat seefisien mungkin karena perhitungan ketukan kode berdasarkan pulsa yang telah ditentukan oleh PT. TELKOM, karena jaring yang di pakai oleh sistem reservasi SITA dilakukan melalui kabel telephone melalui sarana leased line.

Sumber : PT. Sempati Air - District Surabaya.

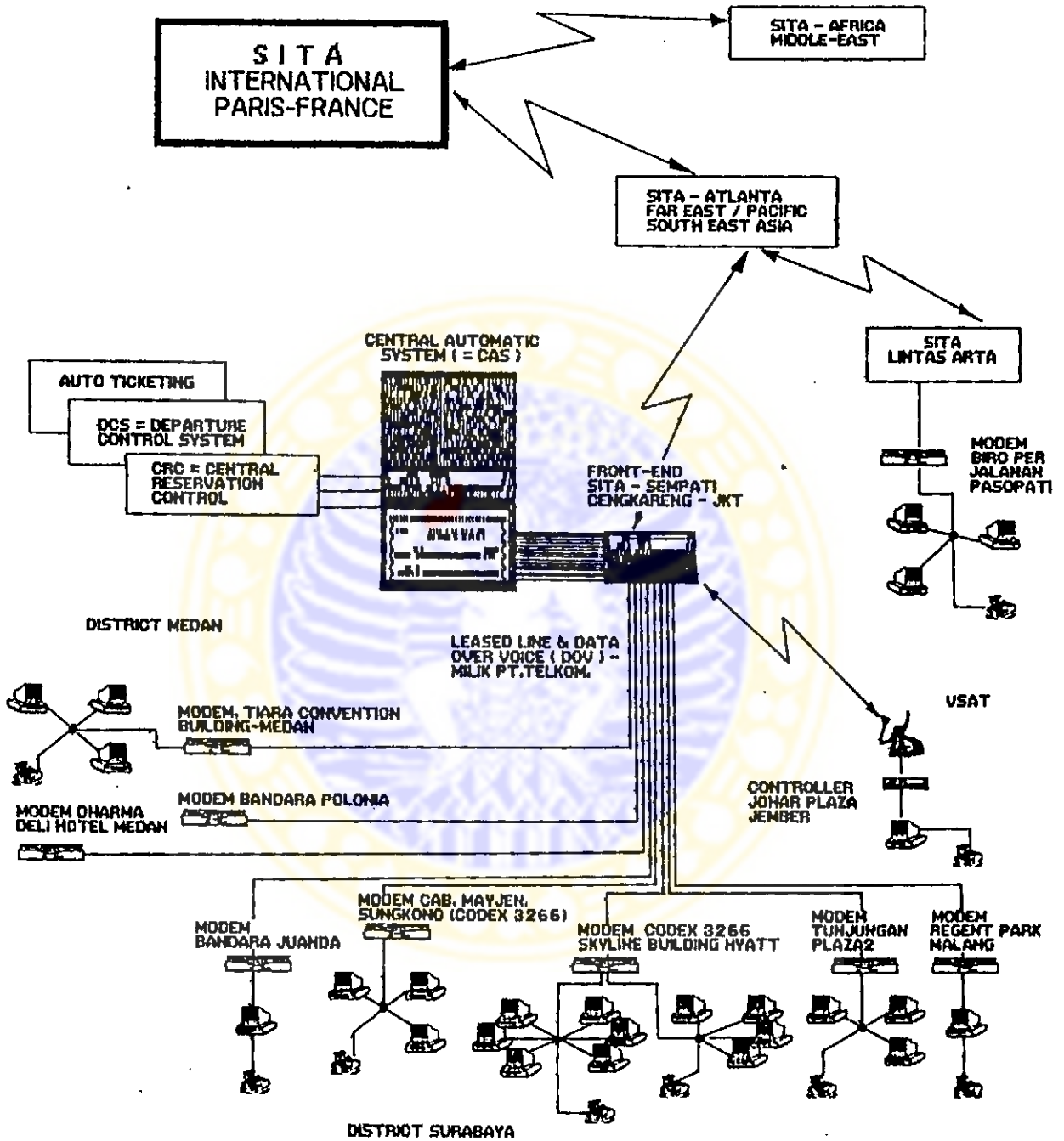
Didalam menganalisis sistem jaringan dari reservasi PT. Sempati Air, khususnya district Surabaya, gambar jaringannya (Network), tidaklah sebegitu rumit bila kita bandingkan dengan dengan pusat data reservasi PT. Sempati Air yang ada di Jakarta. Hal ini disebabkan jaringan yang ada bukan berbentuk LAN (Lokal Area Network), karena PT. Sempati Air menggunakan jaringan dengan memanfaatkan perangkat modem yang memanfaatkan leased line PT.TELKOM, dan jasa VSAT, dari PT.INDOSAT, khusus untuk cabang Jember.

Jadi setiap modem akan langsung berhubungan langsung dengan front-end SITA - Sempati Air (selanjutnya disingkat SITA-SG) yang ada di Jakarta. Pada akhirnya dari front-end tersebut, data reservasi yang masuk akan disambungkan ke sebuah mainframe yang berfungsi sebagai CAS (Central Automatic System), yang dalam hal ini CAS dapat membagi tugasnya dalam tiga jenis layanan yang berbeda ;

- a. Sebagai DCS (Departure Control System)
- b. Sebagai CRC (Central Reservation Control)
- c. Sebagai sentral pengatur Autoticketing.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat gambar 6 pada halaman berikut ini.

Gambar 6  
**Konfigurasi Jaringan Reservasi Penerbangan  
 PT. Sempati Air**



Catatan : Jenis Modem; CODEX 3266, Printer yang berada di Skyline Building Hyatt Surabaya terdiri dari Jenis Epson LX-800 dan Texas Omni 800/8950 (untuk mencetak jenis ticket - Automaticticket) Terminal yang terdapat di setiap Kantor penjualan Jenis z Delta Model 2160.

Sumber : PT. Sempati Air - District Surabaya

Secara ringkas penjabaran jaringan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### A. Terminal ( HOST )

Untuk mendukung pelaksanaan produk jasa reservasi PT. Sempati Air tersebut, perangkat keras yang dipergunakan untuk melayani seluruh kegiatan operasional reservasi Sempati Air adalah beberapa buah mesin mainframe, yang masing-masing tugasnya berbeda dalam hal pelayanan yang berkaitan dengan pelayanan reservasi penerbangan, dan bahkan lebih dari sekedar itu, terminal ( Host ) SITA-SG yang pusat datanya berada di Jakarta ini bertindak sebagai CAS ( Central Automatic System ).

Central Automatic System ini bertugas sebagai pusat sistem pengolahan data yang bekerja secara otomatis, karena sistem yang digunakannya bersifat OLRT (On-Line-Real-Time). Semua permintaan pemesanan tempat duduk akan ditanggapi dengan cepat, sehingga tanpa kerja otomatis maka akan mempengaruhi seluruh kegiatan yang dihasilkan oleh district atau cabang yang berinteraksi dengan terminal (host) di Jakarta. Tidak hanya dalam pengelolaan pemesanan tempat duduk namun kerja CAS juga meliputi seluruh Airline Information System bagi Sempati Air.



Central Automatic System (CAS) yang terdiri dari Departure Control System, Control Reservation Control, Automatic-ticketing/Autoticketing ( Otomatisasi pemesanan / pembuatan tiket ).

#### A.1. Departure Control System (DCS)

Tugas utama DCS, adalah mengatur jadwal kedatangan, keberangkatan pesawat dari dan ke bandara tujuan, masing-masing untuk tiap pesawat dengan penugasan yang berbeda-beda, dari seluruh armada pesawat yang dimiliki oleh Sempati Air. Biasanya operator yang menjalankan ini lebih banyak menghabiskan waktunya di bandara-bandara.

#### A.2. Central Reservation Control (CRC) dan Auto-ticketing (Otomatisasi Tiket)

Central Reservation Control (CRC) adalah pusat pengendalian reservasi, yang tujuannya mengendalikan semua pemesanan tempat duduk untuk seluruh penerbangan Sempati Air dari setiap district yang tersebar di seluruh Indonesia. Setiap district dapat melakukan proses reservasi dengan cepat, karena jaringan reservasi yang dimiliki telah bersifat OLRT (On-Line-Real-Time), proses dan penjelasannya telah dikemukakan di atas.

Automatisasi Tiket, adalah salah satu kelebihan yang dimiliki oleh jaringan sistem reservasi yang dimiliki Sempati Air, untuk mengotorisasi ticket dalam jumlah banyak. Biasanya pemakai utama kemudahan ini adalah grup-grup perjalanan yang sering dilakukan oleh agen, biro perjalanan yang telah memiliki hubungan kerja yang baik dengan PT. Sempati Air, bahkan tidak tertutup kemungkinan biro, agen perjalanan luar negeri yang sama-sama telah bergabung sebagai pelanggan sistem jaringan reservasi milik SITA Internasional.

#### B. Server (Communication Front-End Device)

Sehari-hari kegiatan Host (untuk aktivitas reservasi) dibantu oleh Front-End Device yang berfungsi sebagai server dari semua terminal yang ada di setiap distric di seluruh Indonesia. Pengertian server disini adalah perantara setiap modem dari terminal ke Host, dan sebaliknya mengirim kembali data dari Host ke terminal-terminal. Dengan fungsi tersebut, mesin front-end device sekaligus membantu meringankan beban Host dalam menangani arus komunikasi dengan modem-modem setiap terminal yang berhubungan 24 jam sehari 7 hari seminggu. Piranti front-end ini dapat berupa komputer mikro atau komputer mini, yang akan mengedit ( memilah / menyun-

ting) data yang diterima untuk menentukan apakah ada kesalahan atau tidak, ataukah data perlu diteruskan ke tujuan lain. Piranti front-end ini kemudian akan memberikan penandaan bagi setiap data yang masuk, misalnya nomor seri, tanggal dan waktu dan mengirimkan data termaksud ke tujuan termaksud setelah sebelumnya memberi kode wilayah tujuan.

Bila menerima data dari piranti berkecepatan rendah yang mengirim data secara seri (karakter per karakter), piranti ini akan mengubah data ke bentuk paralel, yang memungkinkan berbagai karakter memasuki Host secara serempak. Fungsi ini memungkinkan Host bekerja secara lebih efisien.

### C. MODEM (Modulator Demodulator)

Modem adalah seperangkat alat modulator-demodulator yang mengubah gelombang digital ke bentuk analog untuk pengiriman dan mengubahnya kembali ke bentuk digital setelah dikirimkan, perangkat ini menggunakan saluran komunikasi umum, seperti saluran telephone. PT. Sempati Air menyewa saluran yang disediakan oleh PT.TELKOM dengan leased line, dan DOV (Data Over Voice). Dan jenis modem yang digunakan oleh PT. Sempati Air adalah Codex 3266. Daya kirim modem jenis Codex 3266 berkapasitas tinggi dengan kemampuan kirim 1200 karakter perdetik.

#### D. Terminal dan Printer

Pada setiap kantor pemasaran di masing-masing distrik tersedia sejumlah terminal untuk memasukkan data calon penumpang yang melakukan reservasi. Terminal yang langsung dihubungkan dengan perangkat Modem, pada PT. Sempati Air menggunakan jenis  $\Sigma$ -Delta type 2160, dan dari masing-masing terminal inipun setiap terminal dihubungkan dengan beberapa alat printer, untuk membuat print-out sebuah ticket yang telah di rekonfirmasi keberangkatannya. Untuk membuat sebuah print-out ticket biasanya dapat dilakukan hanya dengan sebuah printer dot matrik biasa jenis Epson LX-800, namun untuk membuat print-out 20-30 ticket sekaligus biasanya digunakan printer jenis Texas Omni 800/8950 yang kedua-duanya ada di kantor pemasaran Sempati Air Skyline Building Hyatt-Surabaya.

#### E. Lain-lain

Selain perangkat keras yang diuraikan di atas, ada peralatan lain yang diketahui menggunakan jasa jaringan satelit dengan fasilitas VSAT dari PT. INDOSAT. Karena objek penelitian yang terletak diluar Surabaya, yaitu di Jember, maka identifikasi jenis peralatan inipun tidak dapat diuraikan. Biasanya peralatan semacam ini dipergunakan untuk daerah-daerah yang sukar dijangkau

oleh saluran komunikasi sebelumnya, atau dijadikan cadangan bila kedua saluran komunikasi telephone mengalami gangguan. Namun fungsi utama peralatan ini sama halnya dengan peralatan sejenis Modem, yaitu mengirim dan menerima data yang dikirimkan dari setiap terminal di masing-masing distrik ke terminal (Host) di pusat data yang berada di Jakarta.

### 3.2.3. Analisis Efektivitas Penjualan Ticket

Dalam usaha menjual tempat duduk yang tersedia pada setiap penerbangan, PT. Sempati Air tidak hanya semata-mata mengandalkan satu jenis pelayanan yang dapat dijadikan tanda oleh seorang konsumen, tapi berbagai usaha yang selama ini diketahui oleh konsumen bahwa meskipun begitu banyak produk layanan yang menjanjikan yang disediakan oleh PT. Sempati Air, namun perusahaan ini konsisten dan sudah banyak sekali bukti-bukti yang menyebutkan bahwa PT. Sempati tidak hanya dapat berkata " We Mean Business ", namun juga mereka bukan hanya memberi janji tetapi berapa banyak bukti yang susah dihitung dari usaha pelayanan jasa penerbangan yang selama ini mereka geluti.

Reservasi penerbangan 24 jam hanyalah salah satu jenis pelayanan kemudahan bagi pemesanan tempat untuk melakukan penerbangan bersama Sempati Air. Beberapa produk

unggulan lain yang memberikan posisi keunggulan kompetitif dengan differensiasinya telah banyak diluncurkan oleh anak kelompok usaha HUMPUS ini, antara lain; Senyum di Udara, Arisan di pesawat udara (Sandiwara), Preferred Connection Card, dan lain-lain. Semua usaha memikat calon penumpang tersebut merupakan strategi pasar yang boleh dikatakan menerobos era persaingan yang semakin kompetitif diantara perusahaan-perusahaan penerbangan nasional.

Hal ini dapat dijadikan patokan bahwa baru berselang 3 tahun (sejak pengambilalihan tahun 1989) dalam membangun brand image dimata konsumen, dan benar-benar beroperasi penuh diakhir 1991, perusahaan ini telah memperlihatkan kejutan yang luar biasa dalam menampung lonjakan penumpang yang bersedia terbang bersama Sempati Air.

Penilaian mengenai efektivitas penjualan tiket, dibatasi pada jalur penerbangan Jakarta-Surabaya, dengan asumsi jenis penerbangan rutin setiap hari dalam 7 hari seminggu, dan bukan untuk jenis penerbangan transit, baik dari, melalui dan ke tujuan Surabaya-Jakarta. Jalur ini memperlihatkan pertumbuhan pasar yang sangat bagus. Dengan berbekal perencanaan tiket terjual minimal 60% , dari jumlah tempat duduk yang dijual, maka PT. Sempati Air mulailah melaksanakan segala daya upayanya memasarkan produk layanan jasa penerbangan ini dari hal-hal yang

menumbuhkan citra produk kepada calon penumpang. Peningkatan jumlah pemakai jasa dari tahun 1992-1993 sebesar 83.115 penumpang atau sekitar 17,69%, mempunyai arti tersendiri bagi perusahaan karena hal tersebut membawa dampak yang baik bagi dunia penerbangan nasional khususnya PT. Sempati Air. Berikut ini data penjualan seluruh perusahaan penerbangan untuk jalur Surabaya-Jakarta Thn.1992-1993 (per-orang).

TABEL 3

DATA PENJUALAN SELURUH PERUSAHAAN PENERBANGAN  
UNTUK PENERBANGAN SURABAYA-JAKARTA TH.1992-1993  
(PER-ORANG)

KET.	BOURAQ	GARUDA	MANDALA	MERPATI	SEMPATI
TW.1	984	86.093	3.274	890	19.417
TW.2	1.813	86.677	3.764	1.657	19.871
TW.3	1.970	98.413	2.130	1.534	19.612
TW.4	1.759	96.018	595	1.031	22.142
TH'92	6.526	367.201	9.763	5.121	81.042
TW.1	3.568	91.512	268	1.193	23.072
TW.2	7.806	91.450	445	1.843	27.652
TW.3	8.239	100.995	452	1.996	29.694
TW.4	5.912	95.118	326	1.783	59.200
TH'93	25.525	379.075	1.735	6.815	139.618

Sumber : Perum. Angkasa Pura I Surabaya.

Penerbangan yang dilakukan untuk jalur Surabaya - Jakarta, pada saat itu (tahun 1992-tahun 1993) hanya dilaksanakan dalam 5 kali frekwensi penerbangan setiap hari, dengan 7 hari penerbangan dalam seminggu. Ini berarti dalam seminggu terdapat 35 kali penerbangan. Penerbangan ini dilakukan dengan menggunakan pesawat jenis Fokker 100, yang banyak memiliki keunggulan dari pesawat generasi sebelumnya yaitu F-28. Selain kapasitas angkut penumpang (100 tempat duduk), pesawat ini menjamin kelegaan menikmati perjalanan dengan ruang gerak kaki yang nyaman. Baru pada akhir menjelang tahun 1993, PT. Sempati Air menambah armada pesawat berbadan besarnya jenis Boing 737-200, selain pesawat Airbus 300-400 yang telah dimilikinya.

Melihat pangsa pasar yang diserap oleh seluruh perusahaan penerbangan yang melayani jalur Surabaya - Jakarta, terlihat bahwa Sempati Air bukanlah pemegang pangsa terbesar, karena kurang begitu besarnya armada yang dimilikinya. Namun bila diperhatikan lebih seksama dari hasil penjualan pada tabel di atas maka akan terlihat bahwa Sempati Air memperlihatkan prestasi yang gemilang dalam meraih pangsa pasar yang tersedia dengan mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Hal ini dapat terlihat pada tabel 3 di halaman berikut ini.



TABEL 4

**DATA PERBANDINGAN PANGSA PASAR  
ATAS PENJUALAN TIKET UNTUK JALUR PENERBANGAN  
SURABAYA - JAKARTA, TH.1992-1993**

Perusahaan	Th. '92	Th. '93
PT. Bouraq Airlines	1,39%	4,62%
PT. Garuda Indonesia	78,18%	68,18%
PT. Mandala Airlines	2,09%	0,31%
PT. Merpati Nusantara Airlines	1,09%	1,23%
PT. Sempati Air	17,25%	25,26%

Sumber : Perum Angkasa Pura I, Surabaya, diolah kembali

Data telah membuktikan bahwa prestasi ini tidak akan tercapai bila seluruh aktivitas pemasaran PT. Sempati Air tidak berjalan dengan semestinya. Sebagai produk layanan yang dijanjikan dan dijamin keberadaannya, katakanlah seperti On-Time Guarantee, yang sering menjadi momok dalam dunia penerbangan, telah banyak memberikan minat penumpang dalam memilih terbang bersama Sempati Air. Oleh karena setiap keterlambatan dari tenggang waktu lazim keberangkatan sekitar 20 menit, penumpang akan mendapatkan ganti rugi menunggunya dalam permenitnya. Selain itu jasa-jasa pelayan lainnya yang menarik, banyak sekali diminati calon penumpang seperti yang telah disebut-sebut di atas.

Menganalisis kapasitas terisi dari daya angkut yang terealisasi maka akan kita temui hasil yang sangat memuaskan, yang akhirnya menurut pengamatan hal inilah yang mengakibatkan PT. Sempati Air menambah frekwensi penerbangan untuk tahun berikutnya dengan penambahan armadanya yang baru. Berikut hasil analisis load factor dari tahun 1992 dan tahun 1993.

Rencana yang diperkirakan untuk Minimal Load Factor pada Tahun 1992 dan tahun 1993 adalah 60%.

- Kapasitas tempat duduk untuk penumpang F-100 = 97 tempat duduk
- Frekwensi penerbangan dalam setahun ( 5 x 365 hari ) = 1.825 kali
- Jumlah total penumpang th.1992 = 81.042 orang
- Jumlah total penumpang th.1993 = 139.618 orang

$$\text{Load Factor} = \frac{\text{Total jumlah penumpang per-th.x}}{\text{Frekwensi penerbangan per-th.x}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} \text{a. Load Factor '92} &= \frac{81.042}{1.825} \times 100\% \\ &= \underline{44,46\%} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{b. Load Factor '93} &= \frac{139.618}{1.825} \times 100\% \\ &= \underline{76,50\%} \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas terlihat bahwa untuk hasil yang diperoleh pada tahun 1992 belum menunjukkan efektifnya usaha penjualan yang dilakukan oleh PT. Sempati Air, yang dimungkinkan karena Sempati Air adalah produk baru yang belum begitu dikenal oleh konsumen.

Namun usaha yang gigih untuk memperkenalkan produk pelayanan yang baik, baru dan bermutu bagi calon penumpang pesawat terbang Indonesia akhirnya terbukti dengan meningkatnya pemasaran jasa pelayanan penerbangan ini ditahun berikutnya (Tahun 1993) dengan sangat dramatis, dan ini adalah usaha penjualan yang paling efektif, dengan berbagai cara kemudahan yang diterima oleh calon penumpang sehingga mereka mau terbang bersama Sempati Air, yang salah satunya adalah pelayanan reservasi 24 jam.

Meskipun dimata awam peranan reservasi tidak begitu mendapat perhatian sebagai penentu efektivitas penjualan tiket, namun secara tidak sengaja mereka telah memanfaatkan kemudahan ini dengan baik untuk mempermudah pembelian tiket yang telah mereka pesan sebelumnya.

Pada tahun 1993, terdapat bukti yang menunjukkan adanya peningkatan pangsa pasar dibandingkan tahun 1992. Hal ini menunjukkan terdapat efektivitas usaha penjualan tiket, sekitar kurang lebih 40%.

## BAB IV

## K E S I M P U L A N

Berdasarkan hasil penganalisaan atas berbagai usaha yang dilakukan PT. Sempati Air, dalam meningkatkan penjualan ticket, yang banyak terkait dengan aktivitas jasa reservasi dengan mengandalkan teknologi informasi maju, maka dapat ditarik kesimpulan, bahwa PT. Sempati Air (selanjutnya disebut perusahaan), telah banyak melakukan perubahan-perubahan mendasar dalam bidang penerbangan, khususnya setelah manajemen dan lebih dari separuh kepemilikannya beralih dari tangan Dephankam ke tangan Humpuss Group. Perusahaan ini menjadi airline company yang lebih profesional dan memiliki mutu pelayanan yang banyak sekali memberikan kepuasan kepada konsumen. Tidak hanya sekedar janji namun juga diikuti dengan bukti-bukti nyata dan didukung dengan data-data penjualan yang meningkat tiap tahunnya.

Dalam hal reservasi, PT. Sempati Air menyewa jaringan reservasi internasional milik SITA (*Societe Internationale de Telecommunication Aeronautiques*), suatu asosiasi internasional yang bergerak dalam penyediaan jaringan telekomunikasi penerbangan khususnya jaringan sistem reservasi. Asosiasi ini telah berpengalaman dan memiliki

jaringan sistem kerja yang luas.

Berdasarkan hasil analisis terlihat bahwa proses reservasi tidak semata-mata hanya proses yang terjadi dalam memesan tempat duduk, namun pada kenyataannya reservasi yang ada, khususnya reservasi Sempati Air, juga mengatur penjadwalan keberangkatan pesawat yang dalam *primary activity* dari rantai nilai termasuk dalam aktivitas logistik ke luar. Kemudian hal-hal yang menyangkut reservasi untuk penerbangan dalam beberapa contoh kasus yang dikemukakan dalam analisis di muka, (misal ; reservasi untuk Jakarta-Singapura, yang dipesan dari Surabaya), memperlihatkan bahwa hal tersebut tidak akan mungkin terlaksana bila tidak ada teknologi informasi dalam telekomunikasi dari sistem reservasi, yang termasuk dalam aktivitas pemasaran, dan penjualan dari aktivitas primer perusahaan, serta banyak hal yang dikupas dari contoh-contoh kasus di atas, yang menunjukkan bahwa banyak sekali keterkaitan antara teknologi informasi dengan rantai nilai (*value chain*) didalam menciptakan keunggulan bersaing.

Dapat pula disimpulkan bahwa dengan memanfaatkan seluruh aktivitas yang saat ini dilakukan oleh PT.Sempati Air, menunjukkan bahwa perusahaan ingin menunjukkan suatu perbedaan dan keunikan tersendiri dari perusahaan penerbangan lain di Indonesia, dengan segala macam

terobosan-terobosan yang dilakukannya, seperti On-Time Guarantee, Prompt Baggage Clearance, City Check In, dan segala macam bentuk pelayanan yang semata-mata memberikan kepuasan kepada calon penumpang, agar mereka memiliki keunggulan bersaing dari sisi diferensiasi dan keunikan sehingga mereka dapat meraih pangsa pasar penumpang yang lebih besar.

Membicarakan sistem reservasi, tidak akan terlepas dari pembahasan mengenai jaringan sistem tersebut. PT. Sempati Air memiliki jaringan yang tersebar luas berkat kerjasama yang dilakukan bersama SITA, yang berkantor pusat di Paris - Perancis, sehingga berbagai bentuk kerjasama reservasi bersama dengan maskapai penerbangan asing yang sama-sama menjalin kerjasama bersama SITA, tidak sukar dilakukan, salah satu contoh bentuk kerja sama tersebut belakangan ini dilaksanakan bersama dengan maskapai penerbangan Silk Air. Hal ini menumbuhkan suatu keuntungan dan keunggulan tersendiri bagi PT. Sempati Air, didalam meraup pangsa pasar, baik untuk penumpang dalam negeri maupun luar negeri, sehingga menciptakan keunggulan bersaing bagi perusahaan.

Kenaikan angka penjualan pada tahun 1992 ke tahun 1993, menunjukkan efektifnya segala bentuk usaha pemasaran yang dilakukan oleh PT. Sempati Air. Perusahaan telah

berusaha menciptakan differensiasi, dan dapat dinilai bahwa hanya dengan lima kali jadwal penerbangan langsung ke Jakarta pada awal perkenalannya, memang belum memperlihatkan efektifnya load factor yang ingin dicapai, namun setahun setelah itu perkembangan yang terjadi memperlihatkan efektifitas usaha yang dilakukan perusahaan dengan dilampauinya load factor yang diperkirakan semula. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa memang pada awal pengoperasiannya setelah menjadi airline company, Sempati Air hanya menargetkan bagaimana menyerap pangsa pasar sebesar mungkin, dan sasaran penjualan memang bergantung pada Load Factor yang dihasilkan. Pada akhirnya memang terlihat bukti yang nyata bahwa usaha penjualan ini efektif, sehingga mulailah di tahun-tahun berikutnya armada yang melayani rute ini ditambah dengan dioperasikannya beberapa jenis pesawat baru dibeli, jenis Boeing 737-200, dan juga Airbus A-300, hingga sampai akhir tahun 1994 kemarin jumlah penerbangan yang langsung setiap hari ke Jakarta (tanpa transit), bertambah sampai menjadi delapan kali penerbangan.

Hal-hal di atas menunjukkan bahwa, kinerja perusahaan yang dihasilkan dari keterkaitan semua rantai nilai yang ada di dalam perusahaan berjalan dengan baik, sehingga banyak sekali perkembangan yang dihasilkan dari

semua kerja keras yang selama ini dijalankan oleh PT. Sempati Air didalam memajukan dunia penerbangan komersial di Indonesia, sehingga PT. Sempati Air tidak dapat diragukan lagi untuk segera go internasional, sebagai asset negara yang mampu membawa nama bangsa ke kancah persaingan global dalam dunia penerbangan internasional.





## DAFTAR PUSTAKA

- Amin W. Tunggal, Manajemen Auditing Selayang Pandang,  
Majalah Akuntansi, No.5 tahun IX, 1990
- Antony Robert N., John Dearden dan Bedford Norton M.  
SISTEM PENGENDALIAN MANAJEMEN, Terjemahan, Penerbit  
Erlangga, Tahun 1985.
- Banfe Charles F., AIRLINE MANAGEMENT, Prentice Hall,  
Englewood, New Jersey 1992
- Cacuk Sudarijanto, TEKNOLOGI INFORMASI, Organisasi Mana-  
ajemen dan Produktivitas, Makalah Konvensi Nasional  
Produktivitas, Jakarta Hilton Convention Center,  
November 1992
- Davis Gordon, Olson Margarethe H., MANAGEMENT INFORMATION  
SYSTEM, New York 1984.
- Martin E. Wainright, DeHeyes Danniell W., Hoffer Jeffrey A.,  
Perkins William C., MANAGING INFORMATION TECHNOLOGY,  
What Manager Need To Know, Mac Millan Publishing  
Company, 1991.
- Monger Rod F., MASTERING TECHNOLOGY, A Management Frame  
Work For Getting Result, The Free Press. 1989.
- Naisbitt and Patricia Aburdane, Megatrend 2000, Sepuluh  
Arah Baru Untuk tahun 1990-an, Terjemahan Penerbit  
Binarupa Aksara 1991.
- Porter Michael E., KEUNGGULAN BERSAING, Cetakan Kedua,  
Terjemahan Penerbit Erlangga 1993.

Philip Kotler, MANAJEMEN PEMASARAN. Analisis, Perencanaan dan Pengendalian, Edisi Kelima, Terjemahan, Penerbit Erlangga 1990.

Scott George M., PRINSIP-PRINSIP SISTEM INFORMASI MANAJEMEN. Cetakan Pertama, Terjemahan, Rajawali Pers 1994.

Seen James A., INFORMATION SYSTEM IN MANAGEMENT, Fouth Edition, Wadsworth Inc. 1990.

Wahjudi Prakarsa Benyamin, PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI Untuk Efektivitas, Efisiensi dan Produktivitas Usaha. Lembaga Managemen, Fak. Ekonomi U.I., 1992.

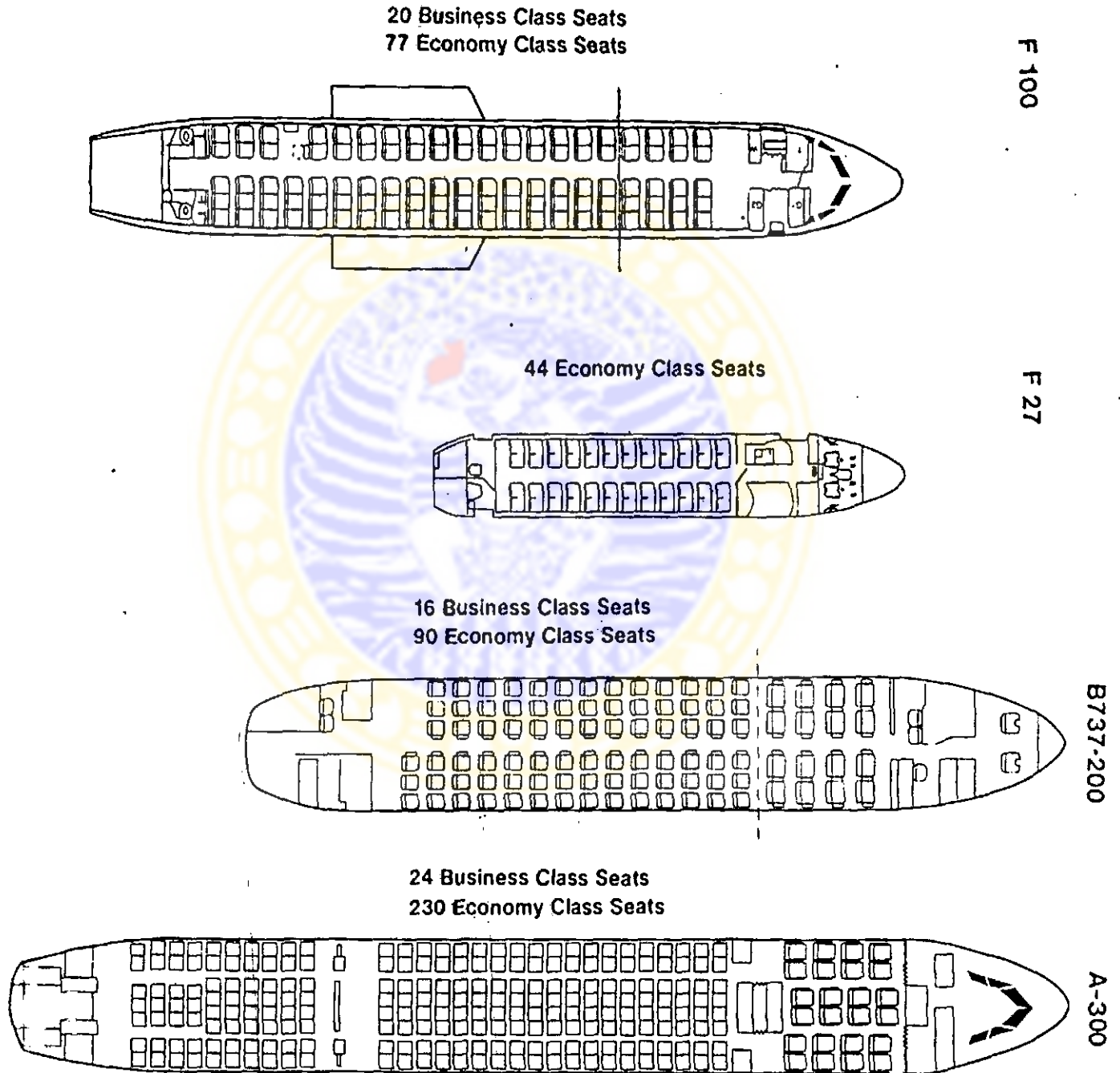
Wahjudi Prakarsa Benyamin, PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI Untuk Efektivitas, Efisiensi dan Produktivitas Usaha. Majalah Usahawan No.11/Th.XXI - Nopember 1992.

## LAMPIRAN 1.

TIME TABLE (TABEL JADWAL PENERBANGAN)  
PT. SEMPATI AIR

Day	Flt.No.	ETD	ETA	A/C	Class	Transit
FROM SURABAYA						
» TO : JAKARTA, SDEKARNO-HATTA						
1234567	56311	05.40	07.00	F-100	CY	NS
1234567	56311	07.30	08.50	A-300	CY	NS
1234567	56123	07.40	10.00	B-737	CY	JOG (00.25)
	56123			B-737	CY	
1234567	56051	08.30	09.50	B-737	CY	NS
1234567	56321	11.30	12.50	B-737	CY	NS
1...567	56307	13.15	15.50	F-27	Y	SRG (00.15)
	56307			F-27	Y	
1.3.567	56853	13.45	15.05	F-100	CY	NS
.2.4...	56855	13.45	15.05	F-100	CY	NS
1234567	56325	16.10	18.25	B-737	CY	SOC (00.20)
	56325			B-737	CY	
1234567	56207	17.10	19.50	F-27	Y	SRG (00.25)
	56207			F-27	Y	
1234567	56317	17.15	18.35	A-300	CY	NS
1234567	56831	18.15	20.30	F-100	CY	JOG (00.20)
	56831			F-100	CY	
1234567	56317	19.30	20.50	B-737	CY	NS
..3..6.	56415	20.50	21.10	F-100	CY	NS
12.45.7	56857	21.50	22.10	F-100	CY	NS
..3..6.	56865	21.50	22.10	F-100	CY	NS

LAMPIRAN 2  
TATA LETAK KABIN PESAWAT  
PT. SEMPATI AIR



MILIK  
PERPUSTAKAAN  
"UNIVERSITAS AIRLANGGA"  
SURABAYA