

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

1. Profile PT. Garuda Indonesia

A. Sejarah PT. Garuda Indonesia

PT. Garuda Indonesia adalah perusahaan jasa penerbangan nasional milik negara yang melayani jalur dalam negeri dan internasional, berdiri sejak 26 Januari 1949 dengan nama *Indonesia Airways*. *Indonesia Airways* diawal kegiatannya melayani penerbangan dari Calcuta menuju Rangoon. Penerbangan perdana tersebut menggunakan pesawat dakota RI-001 “Seulawah” yang dilaksanakan oleh Angkatan Udara Republik Indonesia.

Pada tanggal 31 Maret 1950, *Indonesia Airways* diubah namanya menjadi *Garuda Indonesia Airways* dan pada waktu itu telah memiliki 20 pesawat DC-3/C47 dan 8 pesawat jenis catalina Amphibi. Selanjutnya *Garuda Indonesia Airways* dalam batas kemampuannya mengembangkan rute pelayanan dan memodernisasikan armada pesawat terbangnya. Pengembangan dan modernisasi tersebut telah memberikan dampak pada peningkatan jumlah penumpang dan barang yang dapat dilayani. Disamping itu, *Garuda Indonesia Airways* juga terus melakukan peningkatan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia. Peningkatan tersebut bertujuan untuk dapat memberikan citra lebih baik bagi *Garuda Indonesia Airways*, yang disesuaikan dengan tuntutan pasar.

Sejak tanggal 5 November 1985 *Garuda Indonesia Airways* mengganti namanya menjadi PT. (Persero) Perusahaan Penerbangan Garuda Indonesia disingkat menjadi PT. Garuda Indonesia dengan logo baru. Secara hukum, *merk* perusahaan ini dikuatkan dalam akte notaris Soeleman Ardjasmita, SH. Pada tanggal 4 April 1989, perubahan nama dan logo perusahaan tersebut tidak hanya mempengaruhi pelanggan dan citra baru, akan tetapi juga memberi dampak ke dalam perusahaan, khususnya karyawan Garuda untuk mempunyai semangat baru dalam meningkatkan pelayanan kepada pemakai jasa transportasi udara.

Seiring dengan terpaan krisis ekonomi diakhir era 90-an, Garuda mencoba keluar dari krisis dibawah kepemimpinan Abdulgani dengan memiliki slogan baru "*Garuda Indonesia Kini Lebih Baik*". Agar dalam melaksanakan tugasnya terarah dan jelas untuk mencapai misi dan visi perusahaan, maka Garuda memiliki jaringan rute penerbangan domestik dan internasional dengan tujuan 21 kota dalam negeri dan 24 kota luar negeri dengan perincian sebagai berikut:

- 21 kota tujuan dalam negeri:

Banda Aceh, Banjarmasin, Balikpapan, Batam, Biak, Denpasar, Jakarta, Jayapura, Mataram, Manado, Medan, Padang, Palembang, Pekanbaru, Pontianak, Semarang, Solo, Surabaya, Ujung Pandang, Yogyakarta.

- 24 kota tujuan luar negeri:

Asia (Bangkok, Hongkong, Kuala Lumpur, Singapore, Seoul, Taipei), Eropa (Amsterdam, Frankfurt, London), Jepang (Tokyo, Nagoya, Osaka, Fukuoka), Australia (Auckland, Adelaide, Brisbane, Cairns, Darwin, Melbourne, Perth, Sydney), Timur Tengah (Jeddah, Dhahran, Riyadh).

Kekuatan Armada PT. Garuda Indonesia yang dimiliki hingga saat ini adalah sebagai berikut:

TABEL 1
Kekuatan Armada PT. Garuda Indonesia sebelum penambahan Airbus baru (A330-200 dan B737-800NG)

No.	Type	Total	Seat Capacity/Aircraft	Remarkas
1	B 747-400	3	405	1 sewa
2	B 747-200	4	398	
3	A 330-300	6	293	6 sewa
4	DC 10-30	5	272	
5	B 737-400	7	124	
6	B 737-300	7	104	6 sewa
7	737-500	5	92	5 sewa
8	F 28-4000	2	85	
9	F 29-3000	3	65	
	Total	42		

B. Misi, Visi, Tugas Pokok, dan Falsafah Perusahaan

1. Misi Perusahaan

- Memberikan pelayanan jasa angkutan udara berkualitas dan berorientasi kepada kepuasan pengguna jasa yang terintegrasi dengan perdagangan, transportasi dan industri melalui pengelolaan secara profesional.

- b. Memupuk keuntungan dengan menyelenggarakan jasa usaha pengangkutan orang dan barang dari suatu tempat ke tempat lain baik didalam negeri maupun ke dan dari luar negeri serta kegiatan lain yang berhubungan dengan bidang usaha pengangkutan udara.
- c. Melaksanakan dan menunjang kebijakan dan program pemerintah di bidang pembangunan dan ekonomi nasional pada umumnya, khususnya dibidang jasa pengangkutan udara dan bidang lainnya yang terkait.

2. Visi Perusahaan

Pemantapan eksistensi PT. Garuda Indonesia menjadi perusahaan penerbangan terdepan di Asia dengan membangun image berdasarkan kualitas yang tinggi atas pelayanan dan reservasi serta rasionalisasi rute network dengan tidak menerbangi lagi rute-rute yang tidak menguntungkan serta mengevaluasi dan mengembangkan rute-rute baru yang menguntungkan.

3. Tugas Pokok Perusahaan

- a. Mengadakan pemupukan pendapatan dan keuntungan
- b. Memberikan sumbangan bagi perkembangan pembangunan Negara
- c. Menyelenggarakan usaha pengangkutan udara yang berkualitas baik dalam maupun luar negeri
- d. Melakukan tugas penunjang dan tugas lain yang berhubungan dengan tugas pokok pengangkutan udara

- e. Melakukan perbaikan dan pemeliharaan pesawat terbang
 - f. Meningkatkan kualitas pelayanan secara terus-menerus
 - g. Mengembangkan sumber daya manusia dan infrastruktur organisasi untuk meningkatkan efisiensi dan produktifitas sumber daya dalam persaingan global
 - h. Menjalinkan kemitraan dengan swasta, koperasi, dan pengusaha golongan ekonomi lemah (mitra binaan Garuda)
 - i. Berpartisipasi aktif dalam referensi kebijakan pemerintah yang berhubungan dengan usaha atau bisnis PT. Garuda Indonesia
4. Falsafah Perusahaan
- a. Orientasi pelanggan (*customer oriented*). Perusahaan menyadari bahwa hidup dan berkembangnya perusahaan sangat bergantung pada kepuasan pelanggan terhadap produk dan jasa yang diberikan. Kepuasan pelanggan hanya dapat tercapai apabila setiap proses pekerjaan di dalam perusahaan selalu berorientasi pada pelanggan akhir, dengan memperhitungkan pencapaian QCD (*quality, cost, delivery*).
 - b. Pengabdian menuju kesempurnaan (*dedicate to excellence*). Setiap insan PT. Garuda Indonesia harus bekerja keras dalam usaha memperbaiki budaya perusahaan di PT. Garuda Indonesia, telah dilakukan penjabaran budaya perusahaan ke dalam nilai-nilai yang merupakan perilaku kerja yang lebih berorientasi kepada pendekatan proses layanan pelanggan.

- c. Semangat kewirausahaan (*intrepreneurship*). Setiap unit yang menjalin fungsi-fungsi organisasi di PT. Garuda Indonesia harus selalu memanfaatkan peluang usaha baru (kreatif & inovatif) untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan.
- d. Kebersamaan perusahaan (*corporate solidarity*). Setiap individu (karyawan) di PT. Garuda Indonesia harus bangga sebagai anggota dan keluarga besar yang kompak, dalam menghadapi tantangan pekerjaan dan menciptakan sinergi untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Kemajuan suatu unit merupakan kebanggaan bersama.

C. Struktur Organisasi

PT. Garuda Indonesia menggunakan tipe atau bentuk organisasi garis dan staf. Hal ini disebabkan Garuda sebagai perusahaan udara sangat membutuhkan pimpinan dan karyawan yang terampil dan berdedikasi tinggi dalam tugas pada perusahaan tersebut. Pimpinan memberikan perintah yang bersifat komando. Dalam hal ini bawahan dapat mengerti dan melakukan perintah tersebut.

Adapun susunan direksi PT. Garuda Indonesia pada saat ini adalah sebagai berikut :

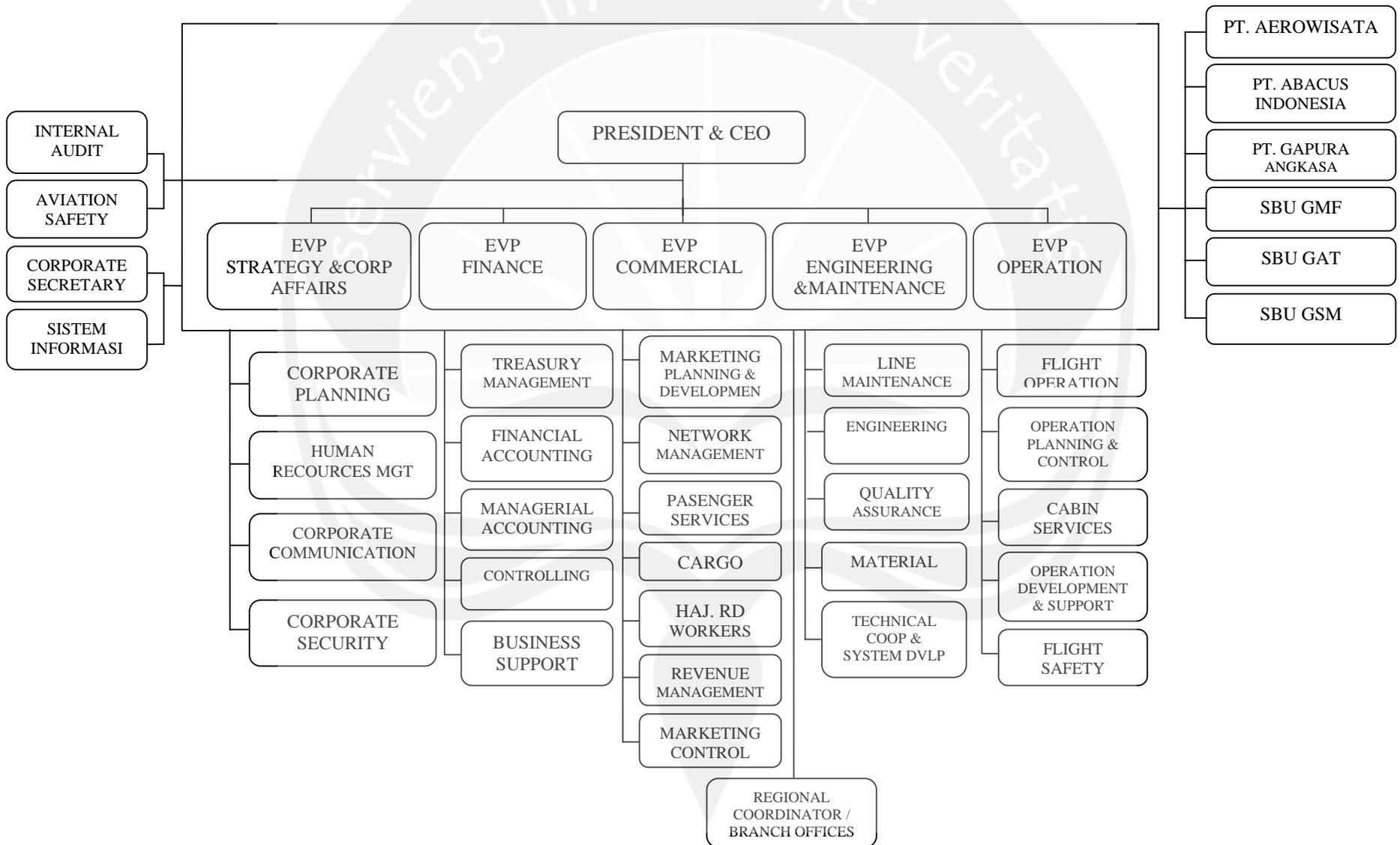
- Direktur Utama : Indra Setiawan
- Direktur Teknik : Richard B. S
- Direktur Strategi dan Umum : Wiradharma B. Oka

- Direktur Keuangan : Emirsyah Satar
- Direktur Operasi : Rudy A. Hardono
- Direktur Niaga : Bachrul Hakim

Untuk lebih jelasnya, berikut ini digambarkan bagan organisasi perusahaan penerbangan PT. Garuda Indonesia:



Bagan 2
Organization Chart PT. Garuda Indonesia



Fungsi-fungsi organisasi di PT. Garuda Indonesia pada masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

1. Tugas dan wewenang Direktur Utama Garuda (*Chief Executive Officer*)

a. Tugas pokok Direksi adalah :

- Melaksanakan kepengurusan perseroan untuk kepentingan dan tujuan perseroan dan bertindak selaku pimpinan dalam kepengurusan tersebut.
- Memelihara dan mengurus kekayaan perseroan.

b. Direksi bertanggung jawab penuh dalam melakukan tugasnya untuk kepentingan perseroan dalam mencapai maksud dan tujuannya.

c. Setiap anggota Direksi wajib dengan itikad baik dan penuh tanggung jawab untuk menjalankan tugas untuk kepentingan dan usaha perseroan dengan mengindahkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

d. Direksi berhak mewakili perseroan di dalam dan di luar pengadilan serta melakukan segala tindakan dan perbuatan baik mengenai kepengurusan maupun kepemilikan serta meningkatkan hubungan perseroan dengan pihak lain.

e. Direksi berhak untuk :

- Menetapkan kebijaksanaan dalam memimpin dan mengurus perseroan.

- Mengatur ketentuan-ketentuan tentang kepegawaian perseroan termasuk penetapan gaji, pensiun atau jaminan hari tua dan penghasilan lain bagi para pegawai.
 - Mengangkat dan memberhentikan pegawai berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
 - Menjalankan tindakan-tindakan lainnya baik mengenai pengurusan maupun pemilikan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang diatur dalam AD dan ditetapkan oleh RUPS.
- f. Direksi berkewajiban :
- Mengusahakan dan menjamin terlaksananya usaha dan kegiatan perseroan sesuai dengan maksud dan tujuan serta kegiatan usahanya.
 - Menyiapkan rencana pengembangan perseroan, rencana kerja dan anggaran tahunan perseroan, termasuk rencana-rencana lainnya yang berhubungan dengan pelaksanaan usaha dan kegiatan perseroan.
 - Mengadakan dan memelihara pembukuan dan administrasi perseroan sesuai dengan kelaziman yang berlaku.
 - Menyusun system akuntansi sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan dan berdasarkan prinsip-prinsip pengendalian intern.

- Memberikan pertanggungjawaban dan segala keterangan tentang keadaan dan jalannya perseroan berupa laporan tahunan termasuk perhitungan tahunan kepada RUPS.
- Memberikan laporan berkala menurut cara-cara dan waktu sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- Menyiapkan susunan organisasi perseroan lengkap dengan perincian tugasnya.
- Menjalankan kewajiban-kewajiban lainnya sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang ada.

2. Direktorat Strategi dan Umum (*EVP Strategy & Corp. Affairs*)

Corporate Planning, Human Resources Development, Corporate Communication dan Corporate Security adalah unit-unit yang menjalankan fungsi strategis dan fungsi umum yang dalam kegiatannya bertanggung jawab kepada Direktur Strategi dan Umum.

- *Corporate Secretary* adalah unit yang menjalankan fungsi-fungsi legal dan umum perusahaan yang dalam kegiatannya bertanggung jawab kepada Direksi.
- *Corporate System Support & Development* adalah unit yang menjalankan fungsi pengembangan system perusahaan yang dalam kegiatannya bertanggung jawab kepada Direksi.
- *Aviation Safety* adalah unit yang menjalankan fungsi keselamatan penerbangan yang dalam kegiatannya bertanggung jawab kepada Direksi Utama.

- *Internal Audit* adalah unit yang menjalankan fungsi pengawasan internal yang dalam kegiatannya bertanggung jawab kepada Direktur Utama.
 - Perwakilan Setempat adalah unit yang menjalankan fungsi pemasaran dan penjualan serta bertindak sebagai perwakilan perusahaan untuk wilayah pasar yang dalam kegiatannya bertanggung jawab kepada Direksi.
3. Direktorat Keuangan (*EVP Finance*)
Treasury Management, Financial Accounting, Manajerial Accounting & Controlling adalah unit-unit yang menjalankan fungsi manajemen keuangan, yang dalam kegiatannya bertanggung jawab kepada Direktur Keuangan.
 4. Direktorat Niaga (*EVP Commercial*)
Marketing Development, Network Management, Passenger Services, Revenue Management, Cargo, Haji / Umroh / Workers adalah unit-unit yang menjalankan fungsi niaga perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan, yang dalam kegiatannya bertanggung jawab kepada Direktur Niaga.
 5. Direktorat Teknik (*EVP Engineering & Maintenance*)
Line Maintenance, Engineering Material, Quality Assurance dan Technical Cooperation & System Development adalah unit-unit yang menjalankan fungsi perawatan armada yang memenuhi standar

internasional, yang dalam kegiatannya bertanggung jawab kepada Direktur Teknik.

6. Direktorat Operasi (*EVP Operation*)

Flight Safety, Operation Planning & Control, Flight Operations, Cabin Services dan Operation Support & Development adalah unit-unit yang menjalankan fungsi operasional penerbangan yang memenuhi persyaratan keselamatan penerbangan serta kenyamanan pemakai jasa penerbangan, yang dalam kegiatannya bertanggung jawab kepada Direktur Operasi.

D. Sumber Daya Manusia

Tenaga kerja sebagai sumber daya manusia merupakan ujung tombak sebuah perusahaan dalam menjalankan fungsinya. Oleh karena itu, harus mencari sumber daya manusia yang benar-benar kompeten, *qualified*, loyal dan bertanggungjawab. Seiring dengan terpaan krisis ekonomi pada akhir 90-an, PT. Garuda Indonesia mengurangi jumlah tenaganya untuk efektifitas dan menekan biaya pengeluaran. Sampai dengan tahun 2010, jumlah karyawan PT. Garuda Indonesia sebanyak 9.415 orang.

Jumlah karyawan PT. Garuda Indonesia pada setiap tahunnya mengalami penurunan. Seperti telah disebutkan diatas untuk efisiensi pengeluaran seiring dengan adanya terpaan krisis ekonomi. Namun tingkat pendidikan karyawan setiap tahun semakin meningkat. Hal ini

menunjukkan bahwa pendidikan itu semakin diperlukan untuk meningkatkan sumber daya manusia.

E. *Corporate Communication Departement*

Corporate communication department merupakan humas pada PT. Garuda Indonesia. *Corporate communication department* berawal dari *corporate secretary department*. Pada awal tahun 1964, humas yang masih disebut dengan *corporate secretary* mempunyai tugas yang lebih luas, yaitu melaksanakan pemasaran dan memperkenalkan perusahaan pada masyarakat. Baru pada tahun 1984, *corporate secretary* diganti dengan humas.

Pada tanggal 17 Mei 1994, humas diakui sebagai sebuah bagian yang menduduki eselonisasi pada eselon 11 di perusahaan. Selanjutnya pada tahun 1997, humas diganti dengan hubungan bisnis. Dan sejak tahun 1998 hingga sekarang humas berganti nama menjadi *corporate communications department (CCGA)* dengan fungsi dan kegiatan yang berkembang pesat sehingga langsung bertanggungjawab dan menerima wewenang dan direktur utama.

Dalam struktur organisasi, CCGA berada dibawah direktorat strategi dan umum (*EVP strategy & corporate affairs*) bersama dengan *corporate planning, humas resources development, dan corporate secretary*. Tugas utama CCGA adalah menjalankan fungsi manajemen komunikasi, baik internal maupun eksternal, yang dilaksanakan secara

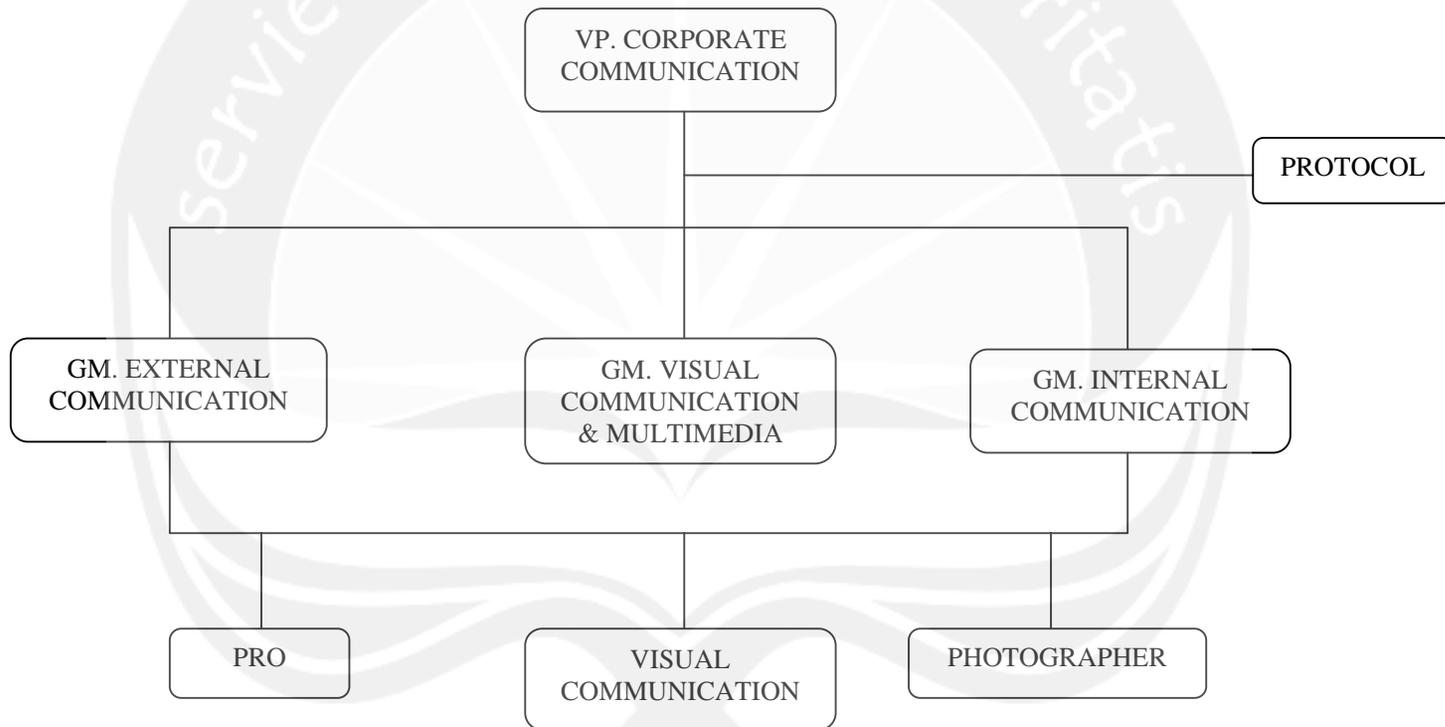
berencana, terarah, dan berkelanjutan. Tujuannya adalah terciptanya *mutual understanding* dan *acceptance* melalui komunikasi dua arah (*two-way symmetric*).

Susunan kepala bagian pada *Corporate Communication* PT.

Garuda Indonesia saat ini adalah :

- *Vice President of Corporate Communication* : Bapak Pujobroto
- *General Manager of External Communication* : Bapak Singgih Handoyo
- *General Manager of Internal Communication* : Ibu Ellis Camalia
- *General Manager of Visual Communication* : Bapak Fajar Sidik

Bagan 3
Organization Chart Corporate Communication Departement PT. Garuda Indonesia



Sumber daya manusia atau staf pada *Corporate Communication* sampai dengan saat ini sebanyak 14 orang yang terdiri dari :

- 5 orang *Public Relation Officer* (2 orang *Senior PRO* & 3 orang *Junior PRO*)
- 3 orang Protokol
- 2 orang *Photographer*
- 1 orang Sekretaris
- 2 orang Administratif
- 1 orang Pustakawan

Fungsi pada masing-masing jabatan dalam struktur organisasi pada *Corporate Communication Departement* adalah sebagai berikut :

1. Kepala Komunikasi Perusahaan (*Vice President of Corporate Communication*)
 - Merencanakan, mengkoordinasikan dan mengevaluasi strategi dan program komunikasi perusahaan sesuai *policy* yang ditetapkan direksi. Kepala Komunikasi Perusahaan mempunyai kedudukan satu tingkat dibawah direksi.
2. Kepala Komunikasi Eksternal (*General Manager of External Communication*)
 - Merumuskan, mengkoordinasikan dan mengevaluasi strategi dan program komunikasi eksternal sesuai *policy* yang ditetapkan oleh Kepala Komunikasi Perusahaan. Posisi *General Manager of External Communication* adalah dua tingkat dibawah direksi.

3. Kepala Komunikasi Internal (*General Manager of Internal Communication*)

- Merencanakan, mengkoordinasikan dan mengevaluasi strategi dan program komunikasi internal sesuai *policy* yang ditetapkan oleh Kepala Komunikasi Perusahaan. Posisi *General Manager of Internal Communication* adalah dua tingkat dibawah direksi.

4. Kepala Komunikasi Visual & Multimedia (*General Manager of Visual Communication and Multimedia*)

- Merencanakan, mengkoordinasikan dan mengevaluasi strategi dan program komunikasi visual dan multimedia sesuai *policy* yang ditetapkan oleh Kepala Komunikasi Perusahaan. Mempunyai posisi dua tingkat dibawah direksi.

5. *Senior Public Relations Officer*

- Menyiapkan konsep perencanaan dan pengevaluasian strategi serta melaksanakan kegiatan komunikasi internal dan eksternal sesuai arahan yang ditetapkan oleh Kepala Komunikasi Perusahaan.

6. *Junior Public Relations Officer*

- Mendukung dan melaksanakan kegiatan komunikasi internal dan eksternal sesuai *policy* yang ditetapkan oleh Kepala Komunikasi Perusahaan.

7. *Senior Visual Communicator*

- Membuat konsep perencanaan dan pengevaluasian strategi serta melaksanakan kegiatan komunikasi visual sesuai arahan yang ditetapkan oleh Kepala Komunikasi Perusahaan.

8. *Junior Visual Communicator*

- Mendukung dan melaksanakan perumusan konsep perencanaan dan pengevaluasian kegiatan komunikasi visual sesuai arahan yang ditetapkan oleh Kepala Komunikasi Perusahaan.

9. *Photographer*

- Membuat *draft* perencanaan, mengevaluasi program kegiatan fotografi sesuai arahan Kepala Komunikasi Perusahaan.

10. Protokol

- Menyelenggarakan kegiatan keprotokolan yang meliputi menyusun jadwal dan membantu kegiatan Direksi serta pelaksanaan acara seremonial dan upacara.

Program *external relations* dari CCGA ditujukan agar proses jalannya perusahaan tidak mendapat gangguan atau tekanan yang bisa menghambat kemajuan perusahaan dan mendapat dukungan sepenuhnya dari *stakeholder*. Beberapa program kerja *external relations* adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan hubungan kelembagaan dengan media, seperti :
 - a. Kunjungan direksi ke media tertentu secara selektif.

- b. Pertemuan periodik antara direksi dengan redaktur atau wartawan media massa.
 - c. Pemberian apresiasi terhadap wartawan atau media yang memberikan kontribusi positif terhadap Garuda.
 - d. Memberikan pembekalan atau pemahaman kepada wartawan tentang bisnis penerbangan dan perkembangan Garuda melalui “Seminar Penerbangan”.
2. Mengoptimalkan peran pihak ketiga untuk membantu membangun *image* PT. Garuda Indonesia, seperti pengamat, kolumnis, tokoh masyarakat atau bisnis.
 3. Membuat dan mengelola media komunikasi khusus untuk *opinion leaders*, seperti DPR dan Lembaga Tinggi Negara atau Pemerintah, LSM, kolumnis.
 4. Membangun hubungan dengan dunia pendidikan dan asosiasi penerbangan seperti universitas, sekolah, atau lembaga pendidikan, serta IATA / AAPA / INACA.

Sedangkan program-program *internal relations* CCGA antara lain adalah sebagai berikut ini :

1. Melaksanakan penerbitan media internal, seperti Info-GA, *Rajawali View*, poster / slogan, *Tell Us About Us*.
2. Mengoptimalkan prasarana dan sarana yang ada, seperti papan pengumuman, TV monitor, jaringan intranet / internet.

3. Membuka dan mengelola media komunikasi via internet dan intranet, yakni media intranet : <http://media.intra.garuda> dan media *website* Garuda.
4. Mengaktifkan dialog dan kegiatan yang bersifat partisipatif, seperti :
 - a. Dialog bisnis yang diadakan tiga bulan sekali dengan mengundang pembicara dari luar, baik pakar maupun praktisi.
 - b. Dialog internal, baik antara atasan (manajemen) dan bawahan (forum karyawan) maupun pejabat pusat dengan kantor cabang (dalam rangka sosialisasi kebijakan / program)
 - c. Sayembara karya tulis, kalender internal.

2. Peran PR sebagai bagian dari PT. Garuda Indonesia

Public Relations PT. Garuda Indonesia adalah Bapak Pujobroto dimana beliau menjabat sebagai Kepala Komunikasi Perusahaan (*Vice President of Corporate Communication*). Tugas Kepala Komunikasi Perusahaan (*Vice President of Corporate Communication*) adalah merencanakan, mengkoordinasikan dan mengevaluasi strategi dan program komunikasi perusahaan sesuai *policy* yang ditetapkan direksi.

Dalam bagian struktur perusahaan, *Public Relations* termasuk di dalam bagian *Corporate communication department*. *Corporate communication department* berawal dari *corporate secretary department*. Pada awal tahun 1964, humas yang masih disebut dengan *corporate secretary* mempunyai tugas yang lebih luas, yaitu melaksanakan pemasaran dan memperkenalkan

perusahaan pada masyarakat. Baru pada tahun 1984, *corporate secretary* diganti dengan humas.

Pada tanggal 17 Mei 1994, humas diakui sebagai sebuah bagian yang menduduki eselonisasi pada eselon 11 di perusahaan. Selanjutnya pada tahun 1997, humas diganti dengan hubungan bisnis. Dan sejak tahun 1998 hingga sekarang humas berganti nama menjadi *corporate communications department* (CCGA) dengan fungsi dan kegiatan yang berkembang pesat sehingga langsung bertanggungjawab dan menerima wewenang dan direktur utama.

Dalam struktur organisasi, CCGA berada dibawah direktorat strategi dan umum (*EVP strategy & corporate affairs*) bersama dengan *corporate planning, humas resources development, dan corporate secretary*. Tugas utama CCGA adalah menjalankan fungsi manajemen komunikasi, baik internal maupun eksternal, yang dilaksanakan secara berencana, terarah, dan berkelanjutan. Tujuannya adalah terciptanya *mutual understanding* dan *acceptance* melalui komunikasi dua arah (*two-way symmetric*).

3. Airbus A330-200

Airbus A330-200 merupakan pesawat *brand-new* milik Garuda Indonesia yang didatangkan langsung dari pabrik Airbus di Toulouse, Perancis. Diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia Susilo Bambang Yudhoyono pada hari Kamis, 23 Juli 2009 bersamaan dengan peresmian Boeing B-737-800NG (*Next Generations*), “*Corporate Identity Brand*

Refresh”, dan peresmian gedung baru “*Garuda Indonesia Management Building*” yang terletak di area “*Garuda Indonesia City Centre*”, Bandara Soekarno-Hatta, Cengkareng.

Airbus A330-200 memiliki kapasitas 222 penumpang dengan konfigurasi 36 penumpang di Kelas Eksekutif dan 186 di Kelas Ekonomi. Khusus untuk Kelas Eksekutif dilengkapi dengan tempat duduk yang dapat direbahkan hingga 180° (*fully reclining flat bed seat*). Dari penampilan interior, beberapa fasilitas yang dimiliki airbus A330-200 adalah sebagai berikut :

- Desain interior yang serba baru
- Kursi *full-flat* untuk *executive class*
- Kursi *new model* dengan layar *inflight entertainment* untuk *economy class*
- *Inflight entertainment* dengan sistem *audiovideo on demand / touch screen* baik untuk *executive class* maupun *economy class*
- Jarak terbang sampai 11 jam, lebih jauh 2 jam dibandingkan airbus A330-300
- Kapasitas kursi A330-200 36C/186Y, sementara A330-300 42C/251Y

Sedangkan untuk fasilitas *in-flight entertainment*-nya untuk sementara ini antara lain adalah :

- 25 program film
- 15 saluran musik
- 12 program radio
- 25 *games*

- *Power outlet* untuk komputer laptop tersedia untuk *executive class*
- Saluran internet dan *e-mail*

Bersamaan dengan peresmian Airbus A330-200, konsep baru yang digunakan Garuda Indonesia dalam pelayanan kepada pelanggan adalah “*Garuda Indonesia Experience*” yang memadukan keramahan dan suasana khas Indonesia (*Indonesia Hospitality*) dengan layanan yang megutamakan keamanan dan kenyamanan. Selain itu Garuda Indonesia juga me-*release* konsep *corporate identity* yang diperbarui (*corporate identity brand refresh*).

Konsep tersebut diinspirasi oleh konsep “*nature’s wing*” atau sayap burung yang energi dan keindahannya dapat dilihat di dalam riak air serta bentuk kelopak bunga yang banyak dijumpai di Indonesia. Konsep “*nature’s wing*” ini terlihat pada eksterior pesawat A330-200. Semangat *corporate identity* yang di-*refresh* tersebut tetap menampilkan dua unsure utama selayaknya logo lama, yaitu *symbol* (burung) dan *typography* (*font*). Bila logo lama di dominasi oleh warna-warna sejuk alam Indonesia (biru, hijau, dan warna *aqua*), maka logo yang di-*refresh* memiliki *variant* warna lebih luas dengan *font* lebih modern, bersih dan bersinergi dengan *symbol* (burung). Pemilihan warna *font* “*dark grey*” merupakan jembatan untuk menampilkan warna-warna baru yang lebih hangat, yaitu coklat, merah, dan oranye. Warna-warna tersebut muncul dalam interior pesawat A330-200. Konsep pelayanan yang baru itu juga diinspirasi oleh lima *sense* yaitu : *sight*, *sound*, *smell*, *taste* dan *touch*, misalnya interior kabin dengan motif bambu dan batik, musik dan makanan pilihan menu Indonesia, *aroma therapy*, serta salam Garuda.

Peresmian pembukaan kembali rute Jakarta-Amsterdam melalui Dubai tersebut dilaksanakan pada tanggal 1 Juni 2010 di Gate E4, Terminal 2E Bandara Soekarno-Hatta oleh Menteri Negara BUMN Mustafa Abubakar dan Direktur Utama Garuda Indonesia Emirsyah Satar.

Rincian jadwal penerbangan A330-200 adalah sebagai berikut :

take-off dari Jakarta setiap hari pada pukul 20.40 dan tiba di Dubai pukul 02.00, kemudian berangkat lagi pada pukul 03.15 dan tiba di bandara Schiphol Amsterdam pukul 08.00 hari berikutnya. Pesawat akan berangkat kembali dari Amsterdam pukul 11.00, tiba di Dubai pada 19.30, kemudian terbang kembali pukul 20.45 dan tiba di Jakarta pada pukul 08.10.

Amsterdam merupakan kota pertama dari beberapa kota tujuan lain di Eropa yang secara bertahap akan dilayani oleh Garuda Indonesia antara lain Frankfurt, London, Paris, dan Roma. Layanan Jakarta-Amsterdam yang baru ini akan memberikan kemudahan sambungan penerbangan (*connecting flight*) yang lebih nyaman bagi para penumpang Garuda Indonesia, khususnya bagi yang melaksanakan perjalanan antara Asia dan Eropa. Dengan dibukanya kembali rute ini, maka Garuda Indonesia menjadi maskapai Indonesia pertama yang membuka penerbangan ke Eropa setelah larangan terbang di wilayah udara Eropa sejak bulan Juli tahun lalu.

Eropa akan memainkan peran yang penting dalam strategi pengembangan perusahaan lima tahun ke depan (*Quantum Leap*) yang mencakup pengembangan jaringan / rute internasional. “Membangun posisi yang kuat di Amsterdam dan kota-kota lain di Eropa merupakan elemen

penting dalam memenuhi target pertumbuhan kami," tutur Direktur PT. Garuda Indonesia Emirsyah Satar, (Berita Pers, Garuda Membuka Kembali Rute ke Eropa, Jakarta-1 Juni 2010).

Penuturan serupa diungkapkan oleh Pieter Verboom, *CFO Group Schiphol*, "Kami merasa terhormat bahwa Garuda Indonesia telah menunjuk Bandara Schiphol Amsterdam untuk menjadi bandara pertama yang akan menandai terhubungnya kembali koneksi ke Eropa. Kami sangat senang dengan penerbangan kembali rute Jakarta-Amsterdam Garuda Indonesia. Layanan baru ini akan memberikan kesempatan bagi para penumpang untuk melakukan *connecting flights* menuju kota-kota Eropa melalui bandara Schiphol. Dibukanya kembali penerbangan Garuda Indonesia ke Bandara Schiphol Amsterdam juga memberikan kemudahan sambungan penerbangan (*connecting flight*) yang lebih baik bagi penumpang untuk melakukan perjalanan antara Asia dan Eropa, selain pilihan Jakarta sebagai pintu alternatif ke Asia Tenggara dan Australia. Kami yakin bahwa rute ini akan memperkuat hubungan antara Indonesia dan Belanda, baik untuk keperluan bisnis maupun perjalanan wisata", (Berita Pers, Garuda Membuka Kembali Rute ke Eropa, Jakarta-1 Juni 2010).

Sebagai pengakuan atas peningkatan kualitas layanannya, Garuda Indonesia baru-baru ini juga telah menerima sertifikat sebagai maskapai penerbangan dengan peringkat layanan bintang empat dari *Sky Trax London* yang menjadi tolok ukur global untuk standar layanan penerbangan. Selain itu, baru-baru ini Garuda Indonesia juga meraih penghargaan "*World's Most*

Improved Airline” pada acara *Skytrax World Airline Awards 2010* di Hamburg, Jerman, bulan lalu. *Skytrax World Airline Awards* merupakan parameter yang paling komprehensif dan prestisius dalam industri penerbangan dalam hal pengukuran kualitas pelayanan yang didasarkan pada hasil survei dari hampir 18 juta penumpang internasional.

