

JUNI 2022



Garuda Indonesia Strategy After The Pandemic Crisis

A PROPOSAL BY

Kelompok 12



EXECUTIVE SUMMARY

Industri penerbangan terus berkembang dan semakin banyak perusahaan penerbangan terlahir di Indonesia sampai dengan saat ini. Namun dimulai pada akhir tahun 2019 sampai dengan akhir tahun 2020, merebaknya pandemi yang merupakan salah satu jenis penyakit dari virus bernama corona. Corona virus adalah suatu kelompok virus yang menyebabkan infeksi saluran nafas pada manusia mulai dari batuk pilek hingga lebih serius seperti jenis virus terbaru ini yaitu COVID-19 (World Health Organization Indonesia, 2020). Perusahaan PT Garuda Indonesia memiliki inisiasi aspek lingkungan sebagai komitmen Garuda Indonesia untuk mejadi Green Airline yang mampu menghindari atau setidaknya meminimalkan dampak terhadap kelestarian lingkungan hidup. Komitmen operasional perusahaan yang ramah lingkungan itu telah terwujud melalui program-program Garuda Indonesia Peduli Lingkungan diantaranya yaitu Garuda Indonesia Peduli, Garuda Indonesia Dan Accor Melanjutkan Program Kemitraan Global, dan Dukung Gerakan Ayo Pakai Masker, Garuda Indonesia luncurkan livery Pesawat Pertama di Indonesia.

Inovasi tersebut setidaknya dapat meminimalisir krisis terhadap perusahaan sehingga dapat mengembalikan citra perusahaan. Virus ini sejak awal 2020 sudah memasuki wilayah Indonesia dan Indonesia penerapan physical distancing dalam mengawali aturan kesehatan yang berlaku dimasyarakat, dilanjutkan dengan social distancing atau di Indonesia lebih dikenal dengan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), kemudian masuk kepada kebijakan PSBB Transisi, lalu kebijakan new normal, dan saat ini kembali ke kebijakan PSBB Transisi karena melihat penambahan yang signifikan di Indonesia.

ABOUT BACKGROUND

Dengan adanya peristiwa Pandemi Covid-19, tidak hanya negara Indonesia saja yang terkena dampak, tetapi hampir seluruh dunia. Dimana, perusahaan penerbangan yang biasanya melakukan flight ke luar kota, ke luar negeri kini benar-benar di nonaktifkan sementara selama masa pandemi pun setelah keadaan sedikit kembali normal, namun tetap masih diberlakukan pembatasan jumlah kuota penumpang. Dengan dibukanya kembali *flight* penerbangan, tetapi masih dalam keadaan membiasakan diri untuk berjaga jarak walaupun di dalam keadaan pesawat sekalipun. Hal itu diterapkan sebagai ikhtiar kita untuk mencegah penularan virus yang semakin meningkat. Ditambah pula, dengan banyaknya data dan berita yang beredar di dunia maya, baik di dalam negeri maupun luar negeri, terkait orang yang terpapar virus tersebut. Hal itu menunjukkan tingginya angka penyebaran virus covid-19, sehingga mau tidak mau pihak perusahaan penerbangan memberhentikan sementara jalur penerbangan, sampai batas waktu yang belum bisa ditentukan.

WHO IS PT. GARUDA INDONESIA?

PT.Garuda Indonesia merupakan perusahaan milik Negara Republik Indonesia yang merupakan penerbangan paling senior di dunia penerbangan Indonesia. Garuda Indonesia menghasilkan sebanyak 202 armada pesawat, dengan jumlah rata-rata armada dibawah 5 tahun.

VISI DAN MISI PERUSAHAAN



COMPANY VISION

TO BECOME A SUSTAINABLE AVIATION GROUP BY
CONNECTING INDONESIA AND BEYOND WHILE
DELIVERING INDONESIAN HOSPITALITY

//

MENJADI KELOMPOK PENERBANGAN BERKELANJUTAN DENGAN
MENGHUBUNGKAN INDONESIA DAN LUARNYA DALAM MEMBERIKAN
PERHOTELAN INDONESIA

COMPANY MISSION

“STRENGTHENING BUSINESS FUNDAMENTAL
THROUGH STRONG REVENUE GROWTH, COST
LEADERSHIP IMPLEMENTATION, ORGANIZATION
EFFECTIVENESS AND GROUP SYNERGY
REINFORCEMENT WHILE FOCUSING ON HIGH
STANDARD OF SAFETY AND CUSTOMER-ORIENTED
SERVICES DELIVERED BY PROFESSIONAL &
PASSIONATE EMPLOYEES”

//

MEMPERKUAT FUNDAMENTAL BISNIS MELALUI PERTUMBUHAN
PENDAPATAN YANG KUAT, IMPLEMENTASI KEPEMIMPINAN BIAYA,
EFEKTIFITAS ORGANISASI, DAN PENGUATAN SINERGI KELOMPOK
SELAMA FOKUS PADA STANDAR TINGGI KESELAMATAN & LAYANAN
MENJADI PRIBADI PELANGGAN

CRISIS PROFILE

Maskapai Penerbangan, PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk (GIAA) tampaknya sangat terpukul sekali dengan adanya Pandemi Covid-19. Dengan adanya beberapa faktor mulai dari Covid-19, Penerapan PSBB dan kondisi new normal yang terjadi pada tahun 2019 hingga 2021, membuat Perseroan mengalami penurunan kapasitas guna menyesuaikan tren *demand* yang terjadi saat ini. Peristiwa tersebut dapat menimbulkan krisis yang termasuk ke dalam krisis bencana alam, terjadi akibat diluar nalar atau kemampuan manusia tanpa diduga.

Ditambah pada awal tahun 2019, menjadi fenomena di luar dugaan manusia di belahan dunia ini termasuk Indonesia. Penerbangan yang seyogyanya tidak dapat di hindari melalui jalur udara ini, menjadi terhambat dikarenakan pandemi yang membatasi pergerakan manusia untuk pergi kemana pun.

ATTRACT ENGAGE AND CONVERT

Sehingga dengan adanya peristiwa covid-19 yang melanda seluruh dunia ini, Indonesia termasuk di dalamnya sangat merubah semua sistem perekonomian utamanya pada perusahaan penerbangan. Peristiwa tersebut mengakibatkan penurunan yang cukup tinggi dan signifikan, tidak ada yang berani melakukan flight ke luar negeri atau lintas daerah. Akhir dari peristiwa ini dengan kerja keras seluruh tim medis, dan para satgas yang bekerja sama dengan rakyat Indonesia, untuk bersama-sama melawan covid-19. Pada awal tahun 2022 Presiden Republik Indonesia telah mengumumkan bahwa kita sudah diperbolehkan melakukan kembali aktifitas yang biasa dilakukan dan melepas penggunaan masker di tempat umum.

CRISIS IDENTIFICATION

Sumber Krisis

krisis terjadi karena sumber eksternal yang diakibatkan oleh virus covid-19 yang melumpuhkan semua aktifitas ataupun keadaan negara Indonesia.

Jenis Krisis

Krisis yang terjadi diklasifikasikan ke dalam krisis Bencana Alam. Hal tersebut dikarenakan terjadi diluar nalar manusia, yaitu sebuah virus yang pencegahannya sulit dihindari, dan mudah untuk menular.

Tahapan Krisis

Krisis sudah berada pada tahapan acute crisis, yang dimana media dan publik telah mengetahui permasalahan ini dan dapat menjatuhkan perusahaan menjadi gulung tikar.

Warning Time

Krisis tersebut masuk ke dalam “*Sudden Crisis*”. Hal tersebut dikarenakan krisis terjadi secara mendadak, tanpa peringatan atau gejala dan berdampak pada perusahaan.

Level Krisis

Krisis telah mencapai level 4, dikarenakan oleh krisis yang telah diketahui oleh media dan publik yang dapat mengakibatkan perusahaan semakin lumpuh dengan keadaan atau berita-berita yang beredar.



CRISIS CHRONOLOGY

| NO | WAKTU | KETERANGAN |
|-----------|------------------|--|
| 1 | 6 September 2020 | Pengamat penerbangan, Ziva Narendra Arifin, mengatakan kondisi keuangan Garuda Indonesia 'sudah berdarah-darah' atau terus merugi sejak sebelum pandemi Covid-19 melanda. |
| 2 | 24 Oktober 2020 | faktor eksternal atau pandemi Covid-19, katanya, hanya menambah beban maskapai penerbangan nasional ini sebesar 15% - 20%. |
| 3 | 29 April 2021 | Karena Permenhub Nomor 25 Tahun 2020 melarang kami mengangkut penumpang, kami mengubah bisnis model jadi angkut kargo," kata Irfan dalam Rapat Dengar Pendapat (RDP) dengan Komisi VI DPR RI, Rabu (29/4). Irfan mengatakan konversi bisnis model tersebut akan membantu pemasukan Garuda Indonesia karena adanya penurunan jumlah penumpang yang akan terjadi hingga Idulfitri 2020. Dengan kondisi ini, Garuda Indonesia tak bisa lagi bergantung pada pemasukan penjualan tiket penumpang. Irfan pun mengatakan keuangan Garuda terpukul pada kuartal I-2020. |
| 4 | 30 Mei 2021 | Akibatnya, dengan terpaksa perusahaan menawarkan program pensiun dini kepada pegawainya. Program ini bersifat sukarela dengan cara mendaftarkan diri bagi pekerja yang bersedia mulai dari 19 Mei hingga 19 Juni 2021. Harapannya, program pensiun dini bisa mengurangi beban operasional perseroan. |
| 5 | 2 Juni 2021 | Solusi jangka pendek yang dimaksud adalah seperti yang ditempuh perseroan saat ini mulai dari negosiasi utang dengan debitor, negosiasi dengan lessor, pembatalan dan penundaan kontrak pengadaan pesawat, hingga mengurangi belanja operasional. Mengingat keuangan negara sedang masa pemulihan dari covid-19. |

SWOT ANALYSIS

STRENGTHS

- Maskapai penerbangan terbesar di Indonesia Garuda saat ini mengoperasikan 89 pesawat
- Garuda mempunyai 36 rute penerbangan domestik dan 26 rute internasional
- Konsep layanan yang selalu menempatkan pelanggan sebagai fokus utama yang didasarkan keramah tamahan dan keunikan Indonesia yang disebut dengan “Garuda Indonesia Experience” yang didasarkan 5 senses
- Adanya layanan “ Immigration on Board” yang merupakan inovasi Garuda dan merupakan satu-satunya di dunia
- Memiliki tim yang terdiri dari individu-individu yang handal, profesional, kompeten, berdaya saing tinggi dan helpful
- Pangsa pasar Garuda Indonesia di pasar Internasional mencapai 23,2%
- Memiliki teknologi informasi yang mutakhir dalam menjalankan bisnis sehingga mendapatkan Garuda Indonesia sebagai maskapai penerbangan dengan TI tercanggih di Indonesia
- Garuda Indonesia banyak melakukan program CSR, seperti program kemitraan dan bina lingkungan
- Garuda Indonesia termasuk dalam kategori baik untuk tata kelola perusahaan
- Garuda Indonesia telah memiliki brand yang kuat dan telah diakui di pasar domestik

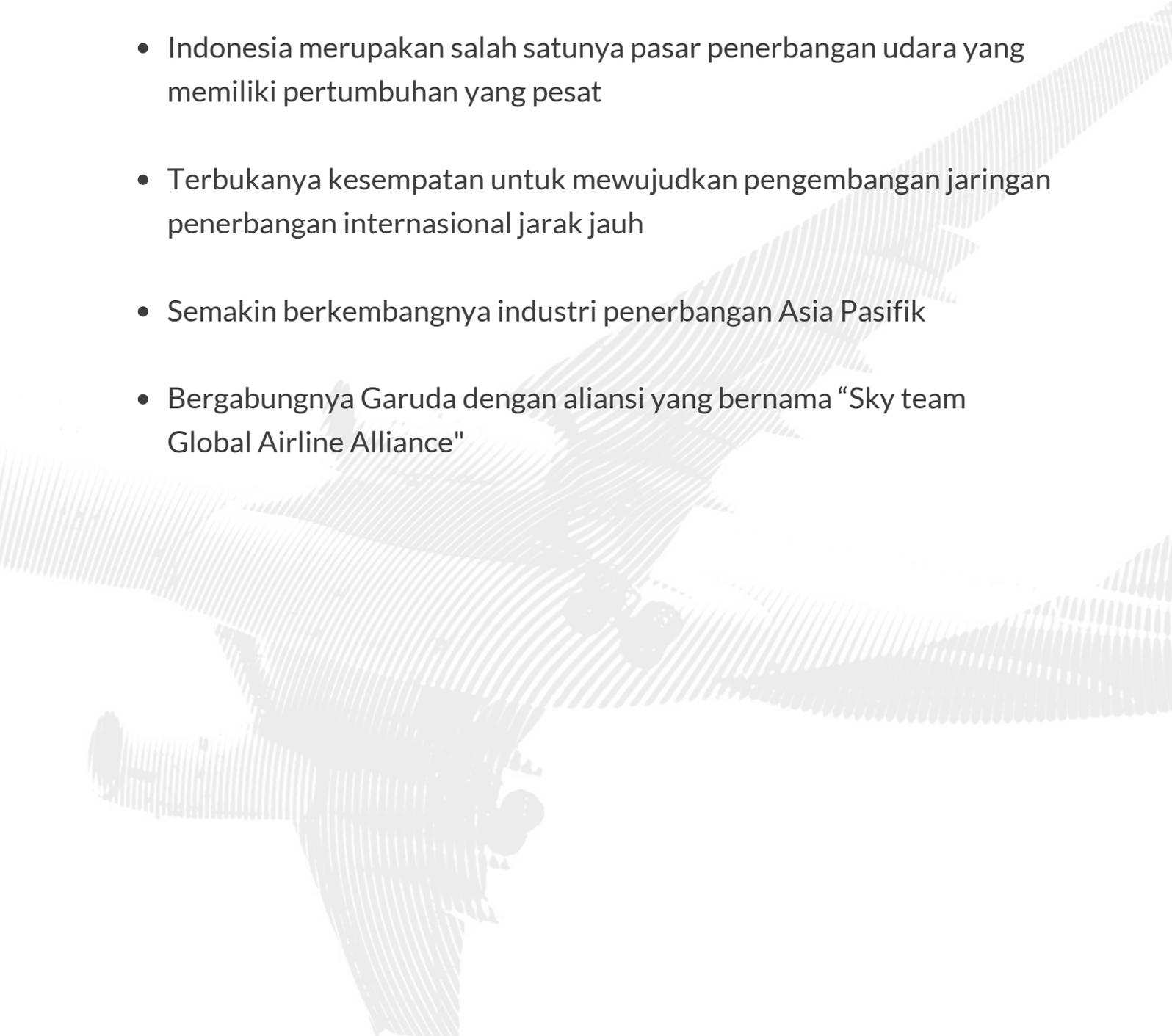
SWOT ANALYSIS

WEAKNESSES

- Adanya faktor teknis dan flight operations seperti keterbatasan jumlah cockpit dan cabin crew sehingga menyebabkan keterlambatan penerbangan
- Tingginya tingkat hutang lancar yang diakibatkan adanya peningkatan dalam jumlah kewajiban pada akun-akun lancar seperti hutang usaha dan biaya yang masih harus dibayar
- Garuda sudah bergantung kepada sistem otomatisasi dalam menjalankan bisnis sehingga apabila terjadi kesalahan sistem, proses bisnis perusahaan akan terganggu
- Perseroan memiliki atau tetap memiliki defisit pada modal kerja pada masa yang akan datang
- Biaya operasional yang tinggi menyebabkan harga tiket pesawat lebih tinggi dibandingkan dengan maskapai penerbangan lainnya

SWOT ANALYSIS

OPPORTUNITIES

- Indonesia merupakan salah satunya pasar penerbangan udara yang memiliki pertumbuhan yang pesat
 - Terbukanya kesempatan untuk mewujudkan pengembangan jaringan penerbangan internasional jarak jauh
 - Semakin berkembangnya industri penerbangan Asia Pasifik
 - Bergabungnya Garuda dengan aliansi yang bernama "Sky team Global Airline Alliance"
- 

SWOT ANALYSIS

THREATS

- Adanya faktor fasilitas bandara yang menghambat penerbangan
- Sumber utama pasokan bahan bakar pesawat Garuda Indonesia berasal dari Pertamina, sehingga persediaan tergantung dari Pertamina
- Adanya bencana alam seperti letusan gunung merapi, wabah penyakit yang dapat menurunkan permintaan
- Adanya peningkatan kapasitas, penurunan harga tiket dan semakin banyaknya rute penerbangan baru yang dibuka maskapai penerbangan lain
- Maskapai asing yang melakukan penetrasi pasar ke Indonesia untuk mengimbangi penurunan penumpang internasional akibat adanya krisis global

PROBLEM STATEMENT

Dengan adanya virus covid-19 membuat keadaan perusahaan PT.Garuda Indonesia menjadi semakin rumit bahkan terancam gulung tikar. Akibat adanya jumlah penumpang yang turun bahkan tidak ada, serta penurunan jumlah pendapatan.

SMART GOALS

TUJUAN

- Pada tahun 2020, Perusahaan Garuda Indonesia menjaga konsistensi untuk tetap eksis dimasa pandemi
- Garuda meningkatkan pelayanan dan keselamatan menjadi 85%
- Mendapatkan image yang baik dimata masyarakat utamanya dalam keadaan pandemi dari tahun 2020 sampai sekarang

MEASURABLE

- Terciptanya mask livery pesawat pertama Garuda Indonesia pada 1 Oktober 2020
- Exposure di media sosial dan pemberitaan televisi bernada positif mengenai PT.Garuda Indonesia
- Program CSR pada 4 bulan pertama menumbukan eksistensi PT. Garuda di kalangan masyarakat

SPESIFIC

- Menumbuhkan konsistensi perusahaan di era pandemi covid-19
- Peningkatan terhadap kualitas pelayanan dan keamanan para penumpang menjadi 85%
- Meningkatkan *image* yang baik di mata pemerintah dan masyarakat

ACHIEVEABLE

- Memberikan bantuan pengangkutan obat-obatan, APD dan vaksin selama pandemi menggunakan pesawat utama Garuda Indonesia
- Mengembalikan kepercayaan masyarakat atas pelayanan dan keselamatan dari maskapai Garuda Indonesia yang kini meningkat menjadi 85%
- Memberikan sosialisasi kepada pemerintah untuk kebutuhan seluruh masyarakat bahwa maskapai Garuda Indonesia siap membantu dalam pengangkutan barang dan juga obat-obatan dari luar negeri

Realistic ✨ ✨

- Garuda Indonesia telah menjadi salah satu maskapai penerbangan Internasional di Indonesia. Dengan usahanya memberikan pelayanan yang lebih baik lagi memungkinkan Garuda Indonesia memiliki standar penerbangan Internasional.
- Garuda Indonesia sudah menjadi Maskapai penerbangan Internasional. Dengan menambah rutenya ke London, Sekaligus dapat meningkatkan Reveune dengan memperluas cangkupan penerbangannya.

Time- Bound 🔊

- Dengan rentang waktu 4 tahun tonggak pencapaian bisa ditetapkan setiap 1 tahun sekali untuk memastikan bahwa tujuan akan dicapai sesuai rencana.

Target Sasaran 🎯

- Segmentasi Geografis: Garuda Indonesia mengambil pasar dikota -kota besar seluruh Indonesia dan luar negeri.
- Segmentasi Demografis: Untuk usia 17-50 tahun, pendapatan 5 juta-10 juta, pekerjaannya biasanya pengusaha bisnis, pegawai pemerintah, profesional muda.
- Segmentasi Psikografis: Garuda membagi kelas sosial, gaya hidup dan karakteristik pribadi dengan contoh garuda membuka cabang Citylink dengan kelas sosial satu tingkat dibawah garuda dengan pelayanan yang sama.

Behavior 👤 👤 👤

- Targeting Target pemasaran Garuda Indonesia adalah menarik peminat dari domestik atau mancanegara. Hal tersebut telah dibuktikan dengan penambahkan berbagai jadwal penerbangan ke beberapa negara di dunia.

Key Message

- Garuda Indonesia merupakan maskapai penerbangan yang tertua dan terbaik di Indonesia. Hal itu terbukti dari berbagai penghargaan yang telah diterima dll. Garuda Indonesia sudah memiliki segmentasi pasar yang sangat luas yang memang sudah go international. Sekarang ini Garuda juga telah menambahkan berbagai jadwal penerbangan ke beberapa negara di dunia. Sedangkan di Indonesia Garuda Indonesia sudah menjangkau seluruh kota.



PT GARUDA INDONESIA



STAKEHOLDERS



Konsumen

- Stakeholders ini merupakan kelompok atau individu yang sering menggunakan jasa PT. Garuda Indonesia. Khususnya konsumen yang selalu setia dalam menggunakan jasa PT. Garuda Indonesia.

Karyawan

- Stakeholders ini merupakan yang sangat penting, karena SDM berkualitas dapat menarik konsumen untuk menggunakan jasa PT. Garuda Indonesia, selain itu mampu menjaga reputasi sekaligus branding perusahaan, dalam hal ini karyawan merupakan touch point yang mencerminkan budaya perusahaan kepada konsumen.

Pemerintah

- PT. Garuda Indonesia adalah perusahaan jasa penerbangan nasional milik negara yang melayani jalur dalam negeri dan internasional, itu sebabnya pemerintah memiliki kewajiban untuk melakukan pengawasan dan pengembangan standardisasi dan komponen penerbangan dengan menggunakan sebanyak-banyaknya muatan lokal dan ahli teknologi.

STRATEGI & TAKTIK PERUSAHAAN

Strategi perusahaan PT. Garuda Indonesia termasuk kedalam Adaptive Strategic Change atau adaptif yang dimana strategi ini muncul atau berkembang secara berkelanjutan ketika perusahaan belajar tentang peluang dan ancaman. Strategi ini digunakan untuk menawarkan atau membantu menyelesaikan masalah PT. Garuda Indonesia dalam menghadapi krisis karena pandemi.

Dalam permasalahan PT. Garuda Indonesia tentu menghadapi Pandemi Covid-19 membuat seluruh perusahaan sangat kewalahan dalam mengatur perusahaannya, terutama dengan Garuda Indonesia yang sudah menjadi Perusahaan milik negara yang besar pun terkena akan dampak pandemi ini, akan tetapi ini tidak menjadi sebuah titik dimana Garuda Indonesia sebagai maskapai penerbangan menyerah begitu saja.

Dalam menghadapi permasalahan ini PT. Garuda Indonesia akan melaksanakan beberapa program untuk menangani permasalahan yang sedang di alaminya, diantaranya adalah program Garuda Indonesia Peduli, Program Garuda Indonesia dan Accor Melanjutkan Program Kemitraan Global. Yang bertujuan untuk membantu PT. Garuda Indonesia menghadapi krisis yang sedang menimpa.

Garuda Indonesia Peduli

Salah satu komitmen Garuda Indonesia tersebut tertuang dalam konsep Garuda Indonesia Green Airline, Bertujuan menjadikan maskapai penerbangan selaras dengan masyarakat dan alam itu diwujudkan dengan keterlibatan Garuda Indonesia sebagai salah satu founding member dalam Indonesia Business Council for Sustainable Development (IBCSD). Sebuah forum untuk perusahaan-perusahaan di Indonesia yang fokus pada upaya-upaya sektor bisnis dalam menciptakan pembangunan Indonesia yang berkelanjutan. Garuda Indonesia juga aktif berpartisipasi dalam Program Indonesia Vision 2050 yang merupakan program inisiatif dengan tujuan menyusun kerangka kerja sektor bisnis agar berpaling dari praktik Business As Usual menjadi sustainable.

Melalui Garuda Indonesia Peduli, Garuda Indonesia telah menjalankan program CSR yang dirancang untuk mendukung perkembangan masyarakat dan pembangunan berwawasan lingkungan yang berkelanjutan. Program-program yang dijalankan juga kerap disinergikan dengan upaya Pemerintah, dan institusi lainnya baik domestik maupun internasional yang menyentuh 3 aspek CSR yakni Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan secara konsisten dan berkesinambungan.

Garuda Indonesia Dan Accor Melanjutkan Program Kemitraan Global

Melalui program kemitraan global antara Garuda dan Accor ini, para pelanggan kedua perusahaan mendapatkan beberapa fasilitas antara lain program penawaran harga khusus di hotel-hotel Accor dengan boarding pass Garuda melalui program *Boarding Pass True Value (BPTV)*, program potongan harga sebesar minimum 10% untuk program-program promosi khusus hotel Accor, dengan reservasi online melalui www.accorhotels.com/garuda dan www.accorhotels.com/garudamiles, program “Garuda Miles Redemption” dan “Earning Mileage” untuk pemesanan/transaksi di Accor Hotels, dan berbagai manfaat lainnya.

Dukung Gerakan Ayo Pakai Masker, Garuda Indonesia luncurkan livery Pesawat Pertama di Indonesia

1 Oktober 2020

Jakarta - Mask Livery

12 Oktober 2020

Jakarta - Indonesia Pride

30 November 2020

Jakarta - Motif Batik Tambal



BUDGETING

| NO | Activity/Transaction Income | Debit | Credit | Balance |
|----|-------------------------------|-------------------|-------------------|---------|
| 1. | Crisis Reserve Cash | Rp. 300.500.000,- | | |
| 2. | Sponsor | Rp. 167.000.000,- | | |
| 2. | Pra-Program | | Rp. 125.000.000,- | |
| 3. | Pra-Produksi | | Rp. 100.500.000,- | |
| 4. | Sarana dan Prasarana Produksi | | Rp. 200.000.000,- | |
| 5. | Pasca Produksi | | Rp. 20.000.000,- | |
| 6. | Pasca Program | | Rp. 22.000.000,- | |
| | TOTAL | Rp. 467.500.000,- | Rp. 467.500.000,- | |

| No | Nama Program | Rincian Program | Anggaran | Kuantitas | Total |
|----|--------------------------|-------------------------|-------------------|-----------|-------------------|
| | Perencanaan Program | Saran dan Prasarana | Rp. 125.000.000,- | 1 | Rp. 125.000.000,- |
| 1. | Garuda Indonesia Peduli | | | 1 | |
| | Program CSR Perekonomian | Pra-Produksi | Rp. 20.100.000,- | 1 | Rp. 20.100.000,- |
| | | Sarana dan Prasarana | Rp. 40.000.000,- | 1 | Rp. 40.000.000,- |
| | | Pasca Produksi | Rp. 4.000.000,- | 1 | Rp. 4.000.000,- |
| | Program CSR Lingkungan | Pra-Produksi | Rp. 20.100.000,- | 1 | Rp. 20.100.000,- |
| | | Sarana dan Prasarana | Rp. 40.000.000,- | 1 | Rp. 40.000.000,- |
| | | Pasca Produksi | Rp. 4.000.000,- | 1 | Rp. 4.000.000,- |
| | Program CSR Sosial | Pra-Produksi | Rp. 20.100.000,- | 1 | Rp. 20.100.000,- |
| | | Sarana dan Prasarana | Rp. 40.000.000,- | 1 | Rp. 40.000.000,- |
| | | Pasca Produksi | Rp. 4.000.000,- | 1 | Rp. 4.000.000,- |
| 2. | Program Kemitraan Global | Pra-Produksi | Rp. 20.100.000,- | 1 | Rp. 20.100.000,- |
| | | Sarana dan Prasarana | Rp. 40.000.000,- | 1 | Rp. 40.000.000,- |
| | | Pasca Produksi | Rp. 4.000.000,- | 1 | Rp. 4.000.000,- |
| 3. | Gerakan Ayo Pakai Masker | Pra-Produksi | Rp. 20.100.000,- | 1 | Rp. 20.100.000,- |
| | | Sarana dan Prasarana | Rp. 40.000.000,- | 1 | Rp. 40.000.000,- |
| | | Pasca Produksi | Rp. 4.000.000,- | 1 | Rp. 4.000.000,- |
| 4. | Evaluasi Keseluruhan | Monitoring dan Evaluasi | Rp. 22.000.000,- | 1 | Rp. 22.000.000,- |
| | TOTAL | | Rp. 467.500.000,- | | |



PT GARUDA INDONESIA



EVALUATION



Indicator Keberhasilan Program

- Dalam diadakannya program ini, empat bulan pertama PT. Garuda Indonesia dapat meningkatkan eksistensi masyarakat dan pembangunan wawasan lingkungan yang berkelanjutan mencapai 45%
- Terciptanya pembangunan Ekonomi, Sosial dan Lingkungan dari Program CSR yang digagaskan oleh PT. Garuda Indonesia

Evaluasi

Input

- Program ini merupakan Gagasan dari PT. Garuda Indonesia yang bertujuan untuk menjadikan maskapai penerbangan selaras dengan masyarakat dan alam yang ini diwujudkan dengan keterlibatan Garuda Indonesia sebagai salah satu founding member dalam Indonesia *Business Council for Sustainable Development (IBCSD)*

Output

- Berdasarkan Monitoring lapangan dan evaluasi yang dilakukan oleh Manajemen dan Praktisi Public Relation PT. Garuda Indonesia dapat terlihat bahwa dalam beberapa Bulan saja terutama empat bulan pertama, PT. Garuda Indonesia sudah meningkatkan Eksistensi dan Pengembangan Masyarakat Indonesia untuk pembangunan wawasan dan Lingkungan yang berkelanjutan

Outcome

- Setelah dilaksanakannya program penuh dalam 6 bulan terakhir, PT. Garuda Indonesia telah berhasil memajukan wawasan masyarakat dan melek ilmu teknologi sebesar 90% dengan dedikasi dan peningkatan repitisi untuk memaksimalkan kesempurnaan berjalannya program.

GARUDA INDONESIA DAN ACCOR MELANJUTKAN PROGRAM KEMITRAAN GLOBAL

Indicator Keberhasilan Program

- Dalam 7 bulan, Tamu Reservasi Hotel Accor meningkat sebanyak 35% dari hari biasa
- Dalam berjalannya program pertama, PT. Garuda Indonesia dan Accor Hotel dapat membangun kerjasama kembali yang baik setelah sekian lama.
- Terciptanya hubungan yang harmonis bagi kedua perusahaan yang memanfaatkan tamu reservasi mendapatkan semakin banyak kupon dan fitur lainnya
- Masyarakat merasakan dampak baik dari kedua perusahaan ini karena pelayanan dari kedua perusahaan tersebut semakin baik seiring berjalannya hari.

Evaluasi

Input

- Program ini dilaksanakan sebagai ajang untuk bekerjasama dalam membantu masing-masing perusahaan antara Accor Hotel dan PT. Garuda Indonesia tetap bertahan dalam masa krisis pandemic, dengan mendapatkan Fasilitas masing-masing dan fitur yang menimbulkan keuntungan mutualisme sangat membantu perusahaan berkembang lebih baik hari demi hari.

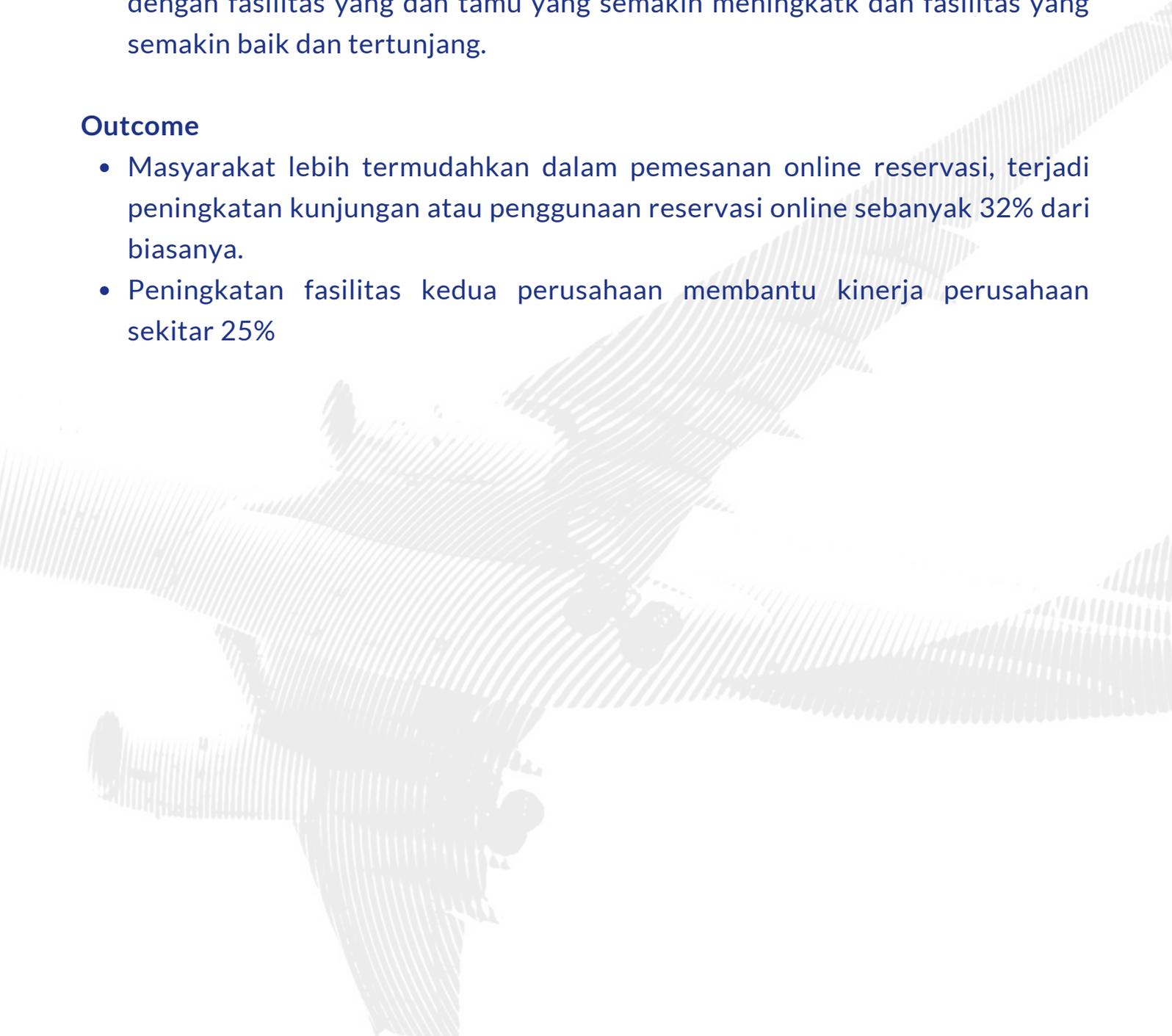
GARUDA INDONESIA DAN ACCOR MELANJUTKAN PROGRAM KEMITRAAN GLOBAL

Output

- Program ini dapat menarik keuntungan sebesar 75%, jika diakumulasikan dengan fasilitas yang dan tamu yang semakin meningkat dan fasilitas yang semakin baik dan tertunjang.

Outcome

- Masyarakat lebih termudahkan dalam pemesanan online reservasi, terjadi peningkatan kunjungan atau penggunaan reservasi online sebanyak 32% dari biasanya.
- Peningkatan fasilitas kedua perusahaan membantu kinerja perusahaan sekitar 25%



RE-DESIGN MOTIF PESAWAT GARUDA INDONESIA UNTUK MEMPERINGATKAN MASKER

Indicator Keberhasilan Program

- Setelah melakukan peninjauan selama hampir 9 bulan, terjadi peningkatan penggunaan masker di Indonesia sebanyak 87%
- Daerah sekitar bandara diseluruh Indonesia, telah sadar untuk menggunakan masker tanpa melepasnya sekalipun
- Garuda Indonesia berhasil membuat Pesawat dengan design yang membuat peringatan agar memakai masker setiap saat

Evaluasi

Input

- Program ini dilaksanakan dengan tujuan memperkuat dan menyerukan gerakan Indonesia memakai masker, yang dimana Indonesia sendiri masih berperang untuk melawan covid-19 yang masih ada disekitar kita.

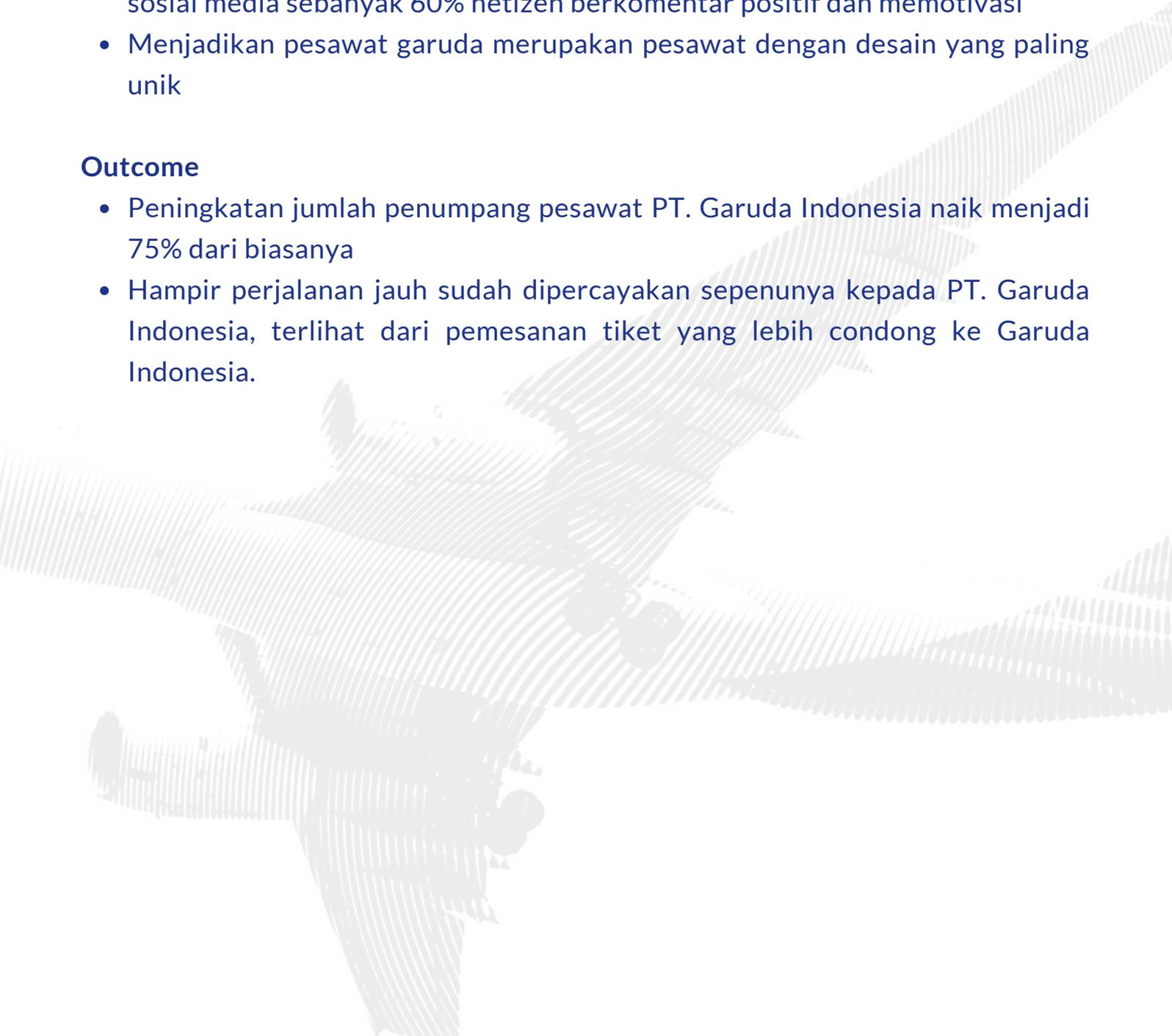
RE-DESIGN MOTIF PESAWAT GARUDA INDONESIA UNTUK MEMPERINGATKAN MASKER

Output

- Program ini mendapatkan banyak pujian dari beberapa netizen yang aktif di sosial media sebanyak 60% netizen berkomentar positif dan memotivasi
- Menjadikan pesawat garuda merupakan pesawat dengan desain yang paling unik

Outcome

- Peningkatan jumlah penumpang pesawat PT. Garuda Indonesia naik menjadi 75% dari biasanya
- Hampir perjalanan jauh sudah dipercayakan sepenuhnya kepada PT. Garuda Indonesia, terlihat dari pemesanan tiket yang lebih condong ke Garuda Indonesia.





Garuda Indonesia strategy after the Pandemic Crisis