

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

PT. Aerofood ACS merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri jasa katering, khususnya jasa katering maskapai penerbangan. Pada mulanya PT. Aerofood ACS yang merupakan anak dari perusahaan maskapai Garuda Indonesia ini bergerak dalam menyediakan layanan jasa boga untuk penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Kemayoran Jakarta dengan nama *Garuda Airlines Flight Kitchen* atau Dapur Penerbangan Garuda pada tahun 1970. Pada tahun 1974 Bandar Udara Halim Perdanakusuma dibuka yang kemudian memunculkan usaha gabungan (*joint venture*) antara maskapai Garuda Indonesia dengan *Dairy Farm* yang bernama *Garuda Dairy Farm Catering Service*. Seiring dengan berkembangnya industri penerbangan dan turut dibukanya Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta di Cengkareng ini membuat *Garuda Dairy Farm Catering Service* berkembang dan menjadi dikenal dengan nama *branding Aerowisata Catering Service (ACS)* yang kemudian berganti nama menjadi PT. Angkasa Citra Sarana *Catering Service*.

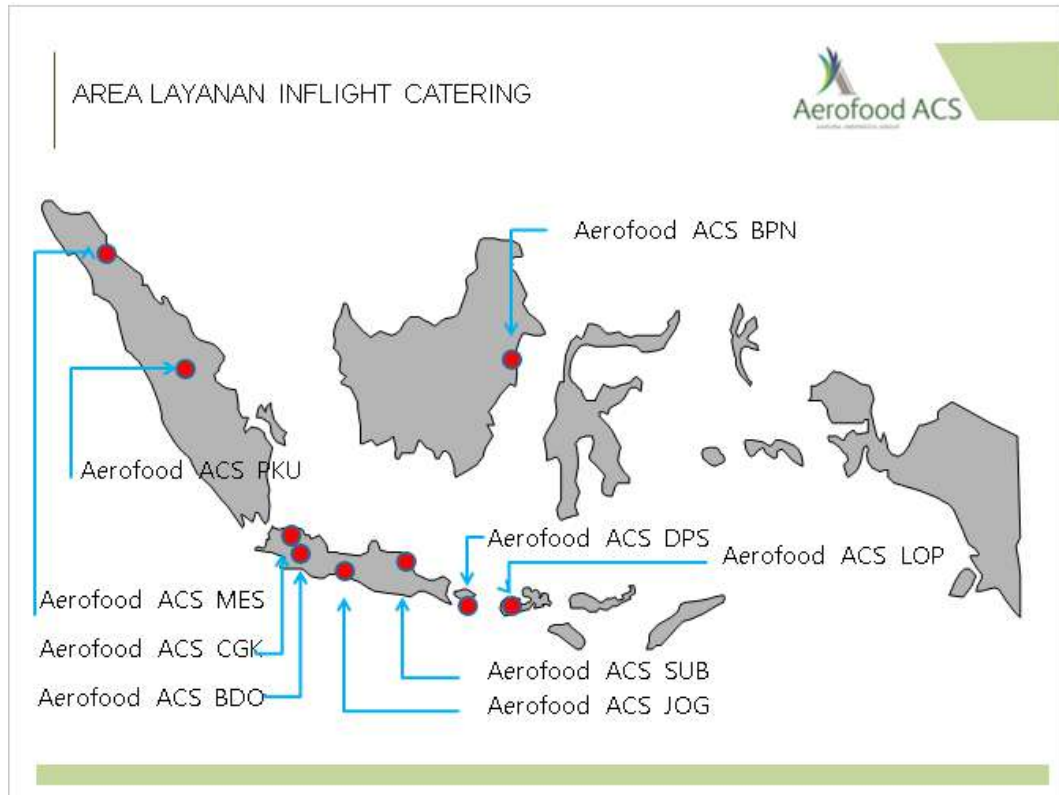
Pada tahun 2009 perusahaan memiliki pandangan untuk menanamkan *image* baru kepada para pelanggan, sehingga perusahaan kemudian memutuskan untuk melakukan *new branding* menjadi PT. Aerofood ACS. Yang kemudian pada tahun 2010, sebagai cara perusahaan dalam menjamin perusahaan memberikan layanan terbaik kepada pelanggan, perusahaan induk Aerowisata meluncurkan logo baru yang diintegrasikan ke semua unit usaha yang dimiliki untuk memperkuat

gambar pada saat itu. ACS yang sekarang dikenal sebagai PT. Aerofood ACS, kemudian pada tanggal 22 September 2011, badan usaha PT. Angkasa Citra Sarana *Catering Service* berganti nama menjadi PT. Aerofood Indonesia. ACS sendiri telah berkembang selama bertahun-tahun dengan cara memperluas layanan yang disediakan ke berbagai perusahaan non penerbangan seperti menjadi penyedia catering kilang minyak, catering industri, catering perusahaan gas dan pertambangan, catering rumah sakit hingga catering kota. Selain itu, pada tahun 2008 juga Aerofood Indonesia meluncurkan produk makanan dan minuman ritel dalam bentuk usaha kafe ataupun *restaurant*.

Garuda Indonesia (GA) terus mengalami perkembangan yang mana pada tahun 2009 Aerofood ACS membentuk divisi baru yang disebut Garuda Indonesia *Supprt Divisions* dengan menerapkan *konsep In-flight Service Total Solutions* (ISTS). Sebelum adanya ISTS, seluruh artikel makanan dalam kabin milik maskapai Garuda Indonesia. Dengan adanya ISTS ini lingkup tanggung jawab yang dimiliki PT. Aerofood ACS turut melebar untuk memasukan *cabin articles*. Hal tersebut dapat menguntungkan kedua belah pihak karena PT. Aerofood ACS dapat mengontrol penanganan makanan dengan tepat yang sesuai dengan peraturan kesehatan dan keselamatan yang berlaku. Kini PT. Aerofood ACS melayani lebih dari 40 maskapai penerbangan domestik dan internasional termasuk Garuda Indonesia, Qantas, Cathay Pacific, Singapore Airline (SQ), Air China, Japan (JAL), Emirates, Saudi Arabia, dan lainnya. Selain itu Aerofood ACS juga melayani permintaan *meals* untuk pesawat *charter*, VVIP termasuk Presiden RI dan Wapres RI dan penerbangan khusus seperti Haji. Untuk mendukung semua keperluan operasionalnya, Aerofood ACS memiliki cabang di

Jakarta, Denpasar, Surabaya, Bandung, Medan, Pekanbaru, Balikpapan, Jogja, Batam, Makassar, dan Solo. Sebagai bukti penjaminan mutu, Aerofood ACS telah memegang sertifikat ISO 9001:2008 (*Quality Management System*) yang diperoleh sejak tahun 1997, dan sertifikat ISO 22000:2005 (*Food Safety Management System*) sejak tahun 2008.

Kini PT. Aerofood ACS memiliki lima *Strategic Business Units* (SBU) yang beroperasi di kota-kota besar di Indonesia yaitu Layanan Boga Penerbangan (*In-flight Catering*), Layanan Boga Industri (*Industrial Catering*), *Inflight Service Total Solution* (penyedia jasa logistik), *Food & Beverages Service Retail* dan *Laundry*. PT. Aerofood ACS *Industrial* (AIC) merupakan bagian unit dari PT. Aerofood ACS yang berdiri pada tahun 2002. Pada awalnya PT. Aerofood ACS *Industrial* hanya melayani pelanggan rumah sakit dan perusahaan industri manufaktur, namun demikian dengan seiringnya perkembangan usaha, unit bisnis PT. Aerofood ACS *Industrial* mulai berkembang dan merambah industri *mining*. Beberapa *customer* yang telah mempercayakan pengelolaan kateringnya kepada PT. Aerofood ACS *Industrial* diantaranya RS. Puri Indah, RS. Siloam Karwaci dan Cikarang, RS. Husada, RS. Mayapada, RS. MRCC, Garuda *Maintenance Facility*, PT. AMOCO, PT. Trakindo, PT. Darma Henwa, PT. Medco Luwuk, Premier Oil, HES *Company Ltd*, PT Jorong Barutama Greston dan lainnya.



GAMBAR 1

PETA PENYEBARAN LAYANAN IN-FLIGHT CATERING PT. AEROFOOD ACS

Sumber : Data PT. Aerofood ACS Januari (2020)

Gambar diatas menunjukkan peta penyebaran layanan PT. Aerofood ACS untuk Layanan Boga Penerbangan (*In-flight Catering*), salah satu kota yang merupakan area layanan *in-flight catering* Aerofood ACS adalah Kota Bandung. PT. Aerofood ACS unit Bandung berlokasi di Jl. Aruna No.34, Husein Sastranegara, Bandung. PT. Aerofood ACS unit Bandung mulai beroperasi sejak tahun 2010 hingga saat ini. PT. Aerofood ACS unit Bandung merupakan salah satu unit Aerofood ACS yang kecil karena tidak memiliki kapasitas sebesar PT. Aerofood ACS unit Cengkareng, Bali ataupun Surabaya. Selain itu, *Airlines customer* yang dilayani oleh PT. Aerofood ACS unit Bandung pun tidak banyak,

untuk saat ini PT. Aerofood ACS unit Bandung hanya melayani maskapai penerbangan Garuda Indonesia, Citilink dan TransNusa, meski sebelumnya PT. Aerofood ACS unit Bandung pun pernah melayani maskapai penerbangan Silk Air, Air Asia dan juga Nam Air.

Industri jasa katering maskapai penerbangan / *in-flight catering* bertujuan utama untuk menyediakan makanan dan minuman kepada maskapai penerbangan untuk dikonsumsi oleh penumpang selama penerbangan. Produk makanan dan minuman dipersiapkan dan dikelola di dapur khusus kemudian dipindahkan ke bandara udara untuk kemudian dimuat ke pesawat. Semua makanan dan peralatan dan siap untuk diberangkatkan tepat pada waktunya sesuai dengan jadwal penerbangan. Keterlambatan jadwal penerbangan yang disebabkan oleh masalah *catering* merupakan masalah yang harus dihindari oleh penyedia jasa penerbangan.



PROFIL INFLIGHT CATERING




Description	CGK	DPS	SUB	BPN	MES	JOG	BDO	LOP	PKU
Capacity per Day	35.000	25.000	15.000	5.000	5.000	4.000	3.000	2000	2000
Production per Day	36.000	11.000	7.000	3.000	5.000	3.000	500	300	300
Flight per Day	245	70	35	19	22	15	3	7	7
Operating Hours	24/7	24/7	20/7	20/7	20/7	18/7	18/7	18/7	18/7
Number of Staff	2.090	886	402	162	203	78	34	37	37
Number of Customer	30	21	8	3	3	2	3	1	1

GAMBAR 2

PROFILE IN-FLIGHT CATERING PT. AEROFOOD ACS

Sumber: Data PT. Aerofood ACS Januari 2020

Pada Gambar 2 terdapat tabel yang menjelaskan deksripsi dari PT. Aerofood ACS semua unit, seperti kapasitas produksi, total produksi per hari, penerbangan per hari, jam operasional, jumlah *staff* hingga pada jumlah *customer* yang dilayani oleh masing-masing unit PT. Aerofood ACS.

Pada tanggal 24 Mei 2018 Bandar Udara Internasional Kertajati, Majalengka dibuka dan merupakan bandar udara terbesar kedua setelah Bandar Udara Soekarno Hatta. Hal ini menyebabkan maskapai Garuda Indonesia memutuskan untuk memindahkan penerbangan dari Bandar Udara Husein Sastranegara, Bandung ke Bandar Udara Internasional Kertajati. Hal ini berpengaruh terhadap bisnis PT. Aerofood ACS unit Bandung, karena dengan dipindahkannya rute penerbangan maskapai Garuda Indonesia dari Bandar Udara Husein Sastranegara ke Bandar Udara Internasional Kertajati maka PT. Aerofood

ACS unit Cengkareng lah yang memenuhi kebutuhan maskapai Garuda Indonesia sebagaimana dengan keputusan yang ditetapkan oleh jajaran direksi PT. Aerofood Indonesia sehingga menyebabkan PT. Aerofood ACS unit Bandung kehilangan penjualan secara drastis dari maskapai Garuda Indonesia sebagai *customer* utama dari PT. Aerofood ACS unit Bandung. Data penurunan *volume* usaha PT. Aerofood ACS unit Bandung dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini.

Pada tabel 1 dapat dilihat penurunan *revenue* PT. Aerofood ACS unit Bandung dengan dipindahkannya rute penerbangan maskapai Garuda Indonesia, khususnya mulai bulan Juli 2019 dimana pada saat itu maskapai Garuda Indonesia memulai penerbangan pertama di Bandar Udara Internasional Kertajati. Dalam menyikapi hal ini PT. Aerofood ACS unit Bandung mulai mrencanakan strategi bisnis mereka agar tetap dapat mempertahankan usahanya.

TABEL 1
ACTUAL REVENUE IN-FLIGHT CATERING PT. AEROFOOD ACS UNIT
BANDUNG TAHUN 2019

Description	Actual Revenue					
	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
Garuda Indonesia	293.429.287	317.222.702	290.152.305	248.449.705	167.931.580	253.913.940
Domestic Airlines	76.236.000	51.624.350	36.175.500	31.287.500	32.545.108	34.081.500
Charter Flight						
VVIP Flight			15.987.500	21.502.000		
Total	369.665.287	368.847.052	342.315.305	301.239.205	200.476.688	287.995.440
Description	Actual Revenue					
	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Garuda Indonesia	95.184.600	93.264.499	151.095.091	120.315.297	128.712.173	122.559.994
Domestic Airlines	65.497.500	44.493.900	30.657.504	14.880.500	291.500	
Charter Flight						
VVIP Flight				7.085.000		
Total	160.682.100	137.758.399	181.752.595	142.280.797	129.003.673	122.559.994

Sumber: Laporan Keuangan PT. Aerofood ACS unit Bandung (2019)

Salah satu hal yang dilakukan oleh PT. Aerofood ACS unit Bandung dalam menghadapi kondisi tersebut yaitu dengan mengembangkan bisnis mereka.

Jika pada mulanya PT. Aerofood ACS unit Bandung hanya melayani maskapai penerbangan / *in-flight catering*, maka sejak akhir tahun 2018 PT. Aerofood ACS unit Bandung memulai pengembangan dibidang *industrial catering service*. PT. Aerofood ACS unit Bandung memulai bisnis dibidang *industrial catering* dengan menggunakan strategi pada pendekatan dari segi *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence*. Dengan demikian, PT. Aerofood ACS unit Bandung menggunakan strategi bauran pemasaran dengan konsep 7P sesuai dengan konsep Kotler dan Armstrong.

Bauran pemasaran yang dimaksud yaitu secara umum adalah bauran pemasaran yang menekankan pada pengertian suatu strategi yang mengintegrasikan *Product, Price, Promotion* dan *Place* dimana kesemuanya itu diarahkan untuk dapat menghasilkan omset penjualan yang maksimal atas produk yang dipasarkan dengan memberikan kepuasan pada para pelanggan (Kotler & Keller, 2012). Menurut (Kotler & Armstrong, 2016) Bauran pemasaran (*marketing mix*) mencakup empat (4) hal pokok dan dapat dikontrol oleh perusahaan yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) Menurut (Kotler & Armstrong, 2016) pengertian bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah *marketing mix is the set of tactical marketing tools that the firm blends to produce the response it wants in target markets*.

Strategi tersebut dilakukan oleh PT. Aerofood ACS unit Bandung untuk mempertahankan bisnis mereka dan bersamaan dengan mengembangkan bisnis mereka, dimana pada mulanya PT. Aerofood ACS unit Bandung hanya melayani maskapai penerbangan, tetapi kini PT. Aerofood ACS unit Bandung pun turut melayani *industrial catering*.

Berdasarkan pada temuan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan topik mengenai **bauran pemasaran** di PT. Aerofood ACS unit Bandung dengan judul yang diajukan yaitu “**Strategi Bauran Pemasaran PT. Aerofood ACS unit Bandung**”.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dibuat agar penelitian ini memiliki arah dan pedoman yang jelas sehingga tidak melebar ke pembahasan yang terlalu luas, maka dalam penelitian ini peneliti hanya berfokus kepada hal sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh PT. Aerofood ACS unit Bandung dalam bidang *industrial catering*?
2. Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh PT. Aerofood ACS unit Bandung dalam bidang *industrial catering*?
3. Apa kendala yang yang didapatkan PT. Aerofood ACS unit Bandung saat menerapkan strategi bauran pemasaran dalam bidang *industrial catering*?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh PT. Aerofood ACS unit Bandung dalam bidang *industrial catering*.
2. Mengetahui penerapan strategi bauran pemasaran PT. Aerofood ACS unit Bandung dalam bidang *industrial catering*.

3. Mengetahui kendala yang dihadapi oleh PT.Aerofood ACS unit Bandung dalam menerapkan konsep bauran pemasaran 7P dalam bidang *industrial catering*.

D. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini yaitu:

1. Masih terbatasnya data usaha yang diperoleh dari *industrial catering*, mengingat jenis usaha dari target pasar yang dihadapi relatif beragam.
2. Konsumen dari *industrial catering* relatif beragam, berbeda dengan konsumen pada maskapai penerbangan,
3. Pengetahuan dan pengalaman peneliti dalam pengelolaan usaha catering sangat terbatas.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pihak PT. Aerofood ACS unit Bandung baik yang terlibat langsung maupun tidak langsung sehingga dapat mengembangkan bisnis PT. Aerofood ACS unit Bandung dengan lebih baik lagi dengan menerapkan konsep strategi bauran pemasaran. Selain itu juga dapat dijadikan referensi bagi usaha jasa boga/katering lainnya yang ingin menerapkan konsep strategi bauran pemasaran, sehingga katering tersebut dapat mengembangkan bisnisnya.

2. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pertumbuhan ilmu pengetahuan khususnya bidang catering. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam penelitian sejenis oleh para peneliti lainnya.