



RESERVASI PENERBANGAN

PENGERTIAN DAN PENGETAHUAN DASAR

Products of Airlines

A. Main Product:

- ♦ *Aircraft*
- ♦ *Destination*
- ♦ *Scheduling*
- ♦ *Ground Handling*, yaitu penanganan *passenger needs* yang dapat merupakan pelayanan tambahan, biasanya terjadi di *airport*.
- ♦ *Inflight*, yaitu pelayanan *passenger* selama penerbangan.
- ♦ *Reservation*
- ♦ *Ticketing*
- ♦ *Human Resources*

B. Other Product:

- ♦ Program, bersifat ekstern dan intern (menyangkut pengembangan perusahaan dan tujuan-tujuan dalam jangka pendek atau jangka panjang).
- ♦ *Advertisement*
- ♦ *Pricing*, sesuai dengan jalur atau rute penerbangan dan peraturan pemerintah.
- ♦ *Administration*.

Reservasi Penerbangan

Menurut IATA (International Air Traffic Association), reservasi adalah suatu permintaan penyediaan secara awal bagi ruang, tempat duduk, atau akomodasi untuk seseorang, atau suatu ruang untuk barang yang dibawa orang tersebut.

Sedangkan *airlines reservation* adalah penyediaan tempat atau pembukuan pada dinas-dinas penerbangan bagi penumpang beserta permintaan-permintaan (bila ada) akan fasilitas-fasilitas tertentu.

Manfaat Reservasi dari Sisi Penumpang

- ♦ Mempermudah mengatur atau mempersiapkan keperluannya sedini mungkin.
- ♦ Memberi kepastian rencana perjalanan.
- ♦ Efisiensi waktu.

Manfaat Reservasi dari Sisi Airlines

- ♦ Sarana untuk menjual *load factor* secara maksimum.
- ♦ Sarana untuk meningkatkan produksi.
- ♦ Mempermudah atau memperlancar penjualan produksi.
- ♦ Menyediakan layanan secara maksimum.
- ♦ Efisiensi.

Jenis-Jenis Reservasi Penerbangan

1. Berdasarkan Teknis Pelaksanaan: manual dan *computerized*.
2. Berdasarkan Jumlah *Pax*: grup dan individual.
3. Berdasarkan Alat yang Digunakan: verbal, telepon, *telex*, *faximile*, dan komputer (*online reservation*).
4. Berdasarkan Saluran: *direct reservation* dan *indirect reservation*.

Tugas dari Reservasi:

1. Penyediaan Tempat
 - ♦ Mengawasi *saleable seat* pada penerbangan tertentu dengan mencatat pembukuan dan pembatalannya.
 - ♦ Mengusahakan pendapatan semaksimal mungkin.

2. Permintaan Khusus
 - ♦ Meneruskan permintaan khusus penumpang kepada bagian-bagian yang bersangkutan.
3. Penjualan
 - ♦ Menyarankan perubahan penerbangan apabila diperlukan
 - ♦ Membantu jika terjadi ketidakaturan.
 - ♦ Memberikan laporan kepada bagian penjualan.
 - ♦ Membuat rencana untuk masa depan.
 - ♦ Memberikan *revenue* setinggi mungkin.

Fungsi Reservasi

- ♦ Melaksanakan penyediaan *seat* atau *space*
- ♦ Agar tidak sampai terjadi *oversales*.
- ♦ Mengusahakan pendapatan setinggi-tingginya.



PENGERTIAN RESERVASI

A. Pengertian Reservasi

Reservasi adalah sebuah proses perjanjian berupa pemesanan sebuah produk baik barang maupun jasa, di mana pada saat itu telah terdapat kesepahaman antara konsumen dengan produsen mengenai produk tersebut namun belum ditutup oleh sebuah transaksi jual-beli. Pada saat reservasi berlangsung, biasanya ditandai dengan adanya proses tukar-menukar informasi antara konsumen dan produsen agar kesepahaman mengenai produk dapat terwujud.

Beberapa contoh dari reservasi adalah sebagai berikut:

1. reservasi tiket penerbangan/pesawat,
2. reservasi kamar hotel,
3. reservasi tiket kereta api,
4. reservasi tiket bus, dan lain-lain.

Mengapa reservasi menjadi sebuah media yang sangat efektif baik bagi produsen maupun bagi konsumen? Alasannya adalah sebagai berikut:

5. Keuntungan bagi produsen

Produsen akan dapat melakukan evaluasi terhadap produk yang akan mereka jual melalui tingkat tinggi rendahnya jumlah reservasi jauh sebelum produk tersebut dijual (barang) ataupun diselenggarakan (jasa), di mana hasil evaluasi tersebut akan membantu produsen untuk menentukan langkah pemasaran yang akan diambil terhadap produk yang akan dijual tersebut.

6. Keuntungan bagi konsumen

Melalui media reservasi, konsumen dapat menimbang terlebih dahulu sebelum membeli produk sampai dengan waktu yang telah ditentukan (*time limit*). Sampai dengan *time limit* yang telah ditentukan, produk yang telah dipesan tersebut tidak boleh dijual kepada konsumen lain, karena secara tertulis maupun tidak, sampai dengan *time limit* produk tersebut telah diprioritaskan kepada konsumen yang telah melakukan reservasi. Hal ini akan sangat menguntungkan konsumen, karena sampai dengan *time limit* yang ditentukan, konsumen dapat melakukan perbandingan dengan produk lain. Selain itu, jika terjadi sesuatu dan lain hal yang mengharuskan konsumen untuk batal membeli produk tersebut, konsumen yang bersangkutan tidak harus membeli produk tersebut.

Layaknya perjanjian lainnya, reservasi akan dinyatakan batal apabila terjadi beberapa hal berikut:

1. Terjadi sesuatu di luar kendali manusia sehingga produk tidak dapat dibuat atau diselenggarakan oleh produsen (*ex*: bencana alam, perang, dan lain-lain).

2. Konsumen melakukan pembatalan sebelum *time limit*.
3. Terdapat kesalahan pengisian data penting mengenai konsumen pada saat proses reservasi sehingga produsen harus membatalkan reservasi (catatan: tergantung kebijakan masing-masing perusahaan).
4. Tidak dilakukan transaksi terhadap produk yang dipesan sampai dengan *time limit* yang telah ditentukan.
5. Baik produsen maupun konsumen melakukan hal-hal yang menyebabkan reservasi harus dibatalkan (tergantung perjanjian yang dibuat/ditentukan).

B. Reservasi Tiket Penerbangan

Reservasi tiket penerbangan adalah sebuah proses pemesanan salah satu produk yang dijual oleh perusahaan penerbangan pengangkut penumpang, yaitu berupa dokumen perjalanan yang berfungsi sebagai tanda bahwa pemegang dokumen tersebut berhak atas fasilitas pengantaran dari satu daerah ke daerah lain.

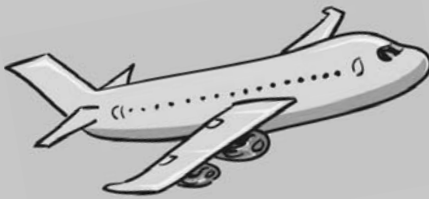
Proses reservasi pemesanan tiket penerbangan dapat terjadi di:

1. Lokasi penjualan (*points of sales*) tiket penerbangan yang langsung dikelola oleh perusahaan penerbangan itu sendiri (*ex: Town Office, Airport, dan lain-lain*).
2. *Travel agent* (biro perjalanan wisata).

3. Media pembantu (*ex: call center, SMS broadcast, website, dan lain-lain*).
4. Perusahaan rekanan.

Seperti halnya proses reservasi lainnya, pada proses reservasi tiket penerbangan juga terjadi tukar-menukar informasi antara konsumen (calon penumpang) dengan pihak perusahaan penerbangan yang diwakili oleh staf reservasi. Adapun beberapa informasi penting yang sering menjadi pertanyaan sebelum dilakukannya proses reservasi adalah sebagai berikut:

1. Calon pembeli
 - ♦ Jadwal penerbangan (*ex: waktu berangkat dan tiba, transit, frekuensi, dan lain-lain*)
 - ♦ Harga yang tersedia
 - ♦ *Time limit*
 - ♦ Fasilitas pendukung (*ex: bagasi cuma-cuma, diskon khusus, meals, dan lain-lain*)
2. Staf reservasi
 - ♦ Periode/waktu keberangkatan yang diinginkan calon penumpang
 - ♦ Jumlah calon penumpang yang akan berangkat
 - ♦ Kelas penerbangan yang diinginkan (*ex: ekonomi, bisnis, first class*)



SEKELUMIT TENTANG E-COMMERCE DI MASKAPAI:

***E-COMMERCE* DALAM BISNIS PENERBANGAN**
Makalah disampaikan pada simposium internasional
tentang Pemerintah dalam Pengembangan

E-Commerce

Ningbo, Cina, April 23-24, 2001

Yang Siliang

***E-Commerce* dalam Bisnis Penerbangan**

Ahli memprediksi bahwa *e-commerce* akan mencapai kurang dari 8% dari PDB pada tahun 2003 di Amerika Serikat, negara *e-commerce* terbesar di dunia. Salah satu risiko dari *e-commerce* adalah bahwa hal itu meningkatkan kesempatan untuk membuat keputusan yang salah. Jika terjadi kesalahan, kerusakan akan besar dan cepat. Kekuatan destruktif teknologi, masih harus ditekankan, yang telah dipelajari oleh beberapa perusahaan dengan biaya yang tinggi. Risiko lain adalah dampak yang mungkin terjadi pada organisasi yang sudah ada dan

pola bisnis. Setelah *e-commerce* diimplementasikan, maskapai harus mengubah prosedur bisnis, bahkan struktur organisasi. Perubahan ini bisa menyakitkan. Sebelum kota atau industri lainnya meluncurkan *e-commerce*, mungkin disarankan untuk melihat pada petualangan awal dari industri penerbangan di Amerika Serikat. Petualangan ini menunjukkan bahwa sebelum menuai manfaat dari *e-commerce*, perencanaan yang matang dan investasi besar diperlukan untuk membangun infrastruktur. Bahkan ketika seluruh infrastruktur di tempat, *e-commerce* masih membutuhkan alat-alat pendukung seperti sistem komputerisasi manajemen pendapatan dan *e-distribusi* sistem untuk mencegah *dilusi* pendapatan. Salah satu harus selalu waspada terhadap potensi risiko dari setiap teknologi tinggi—termasuk *e-commerce*—dan tahu apa yang bisa dilakukan serta apa yang perlu dilakukan. Menjadi tergesa-gesa tidak dapat membuktikan bijaksana. Tak perlu dikatakan, pernyataan ini hanya berlaku untuk penggunaan komersial dari internet. Sejauh yang menggerakkan pemerintah *on line*, semakin cepat semakin baik.

Kata kunci: *e-commerce*, maskapai penerbangan, internet pemesanan, pengelolaan pendapatan, *e-distribusi*, likuiditas pendapatan, risiko tinggi teknologi.

Berikut tren penggunaan *e-commerce* di Amerika Serikat tahun 2001-2002 serta trennya.