

PERANAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM E-TICKETING PESAWAT UDARA

Yuli Angkasa, Nawang Kalbuana

Dosen Sekolah Tinggi Penerbangan Indonesia Curug PO BOX 509 Tangerang 15001

RINGKASAN

Saat ini permasalahan pelayanan transportasi udara yang sangat serius terjadi di wilayah perkotaan terutama di kota-kota besar dan kota metropolitan di dunia. Dominasi pengguna pesawat terbang dalam melakukan perjalanan tidak seimbang dengan jumlah pesawat yang ada. Pada akhirnya akan menyebabkan kepadatan penumpang yang tinggi di bandara-bandara (*airport*). Kondisi ini pada akhirnya akan memunculkan problem klasik di setiap perusahaan maskapai penerbangan, seperti halnya masalah rute penerbangan, jadwal penerbangan yang tidak tepat dan pemesanan tiket dan lain-lain. Salah satu solusi yang fundamental dari pemerintah khususnya mengenai pemesanan tiket adalah dengan menerapkan system *e-ticketing* pada setiap maskapai penerbangan yang ada. Karena dengan adanya system *e-ticketing* dapat memudahkan kita dalam memperoleh tiket.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia informasi dan teknologi berdampak pada proses pencarian informasi tentang produk yang akan dibeli. Konsumen akan mencari informasi secara online dari manapun, baik itu melalui mailing list yang diikuti, jaringan sosial ataupun *search engine*. Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi, internet kini muncul sebagai alternative system distribusi informasi travel. Internet merupakan medium yang sempurna untuk menjual paket perjalanan, karena internet sanggup membawa jaringan supplier yang luas dan basis customer yang besar ke sebuah market place terpusat yakni melalui E-ticketing atau penjualan tiket online. E-ticketing merupakan salah satu cara bagi orang untuk membeli tiket untuk acara lokal maupun internasional. E-ticketing

merupakan fasilitas pemesanan tiket online yang dirancang untuk membantu kelompok masyarakat yang tidak memiliki akses ke sistem jenis ini. Hal ini memungkinkan kelompok-kelompok masyarakat untuk meningkatkan kegiatan dan menjual tiket secara online melalui situs web. E-Ticketing sistem untuk memudahkan orang untuk membeli tiket untuk berbagai acara semua dari satu situs web. Tiket dapat dibeli dengan cara ini dengan uang tunai, cek atau kredit / kartu debit. Orang tanpa akses ke internet dapat memesan tiket melalui internet publik di terminal atau perpustakaan di Pusat Informasi dan Visitor Centre.

KAJIAN TEORI

1. **Electronic business (e-business),
electronic commerce (e-commerce)**

Menurut Chaffey et.al (2003:11) yang dikutip dari jurnal Indrakusuma dan Ellitan 2008, e-busniess adalah semua pertukaran informasi menggunakan media elektronik, baik dari dalam organisasi maupun dengan stakeholder untuk mendukung proses bisnis. Sedangkan E-commerce adalah semua transaksi informasional dan financial diantara organisasi dan pihak stakeholder luar. Kedua definisi tersebut menunjukkan bahwa konsep e-business lebih luas daripada e-commerce.

Dalam e-commerce terdapat dua sisi yang saling berdekatan, yaitu sell side e-commerce dan buy side e-commerce. Sell side ecommerce merupakan transaksi-transaksi yang berkaitan dengan menjual produk kepada konsumen sedangkan buy-side e-commerce merupakan transaksi-transaksi business to business (B2B) yang terkait dengan pengadaan sumber daya yang diperlukan oleh organisasi dari pemasoknya.

2. Internet Marketing dan e-ticketing

Internet marketing merupakan penggunaan media internet atau teknologi digital terkait untuk mencapai tujuan marketing dan mendukung konsep marketing modern. Dalam prakteknya, internet marketing terkait dengan penggunaan website, promosi online secara search engine. Langkah pertama untuk melakukan internet marketing adalah pemilik bisnis harus memiliki system yang menjadikan website mampu berinteraksi dengan para pengunjung, para affiliatenya dan pemilik bisnis sehingga diharapkan website harus terdapat system yang mampu mengotomatisasi website dalam 24 jam penuh (Indrakusuma dan Ellitan :2008).

E-ticketing atau electronic ticketing adalah suatu cara untuk mendokumentasikan proses penjualan dari aktifitas perjalanan pelanggan tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga secara fisik ataupun paper ticket. Semua informasi mengenai electronic ticketing disimpan secara digital dalam sistem komputer milik airline. Sebagai bukti pengeluaran E-Ticket, pelanggan akan diberikan Itinerary Receipt yang hanya berlaku sebagai alat untuk masuk ke dalam bandara di Indonesia yang masih mengharuskan penumpang untuk membawa tanda bukti perjalanan. E-ticketing (ET) adalah peluang untuk meminimalkan biaya dan mengoptimalkan kenyamanan penumpang. E-ticketing mengurangi biaya proses tiket, menghilangkan formulir kertas dan meningkatkan fleksibilitas penumpang dan agen perjalanan dalam membuat perubahan-perubahan dalam jadwal perjalanan (<http://www.ebizzasia.com/>).

E-Ticketing sistem untuk memudahkan orang untuk membeli tiket untuk berbagai acara semua dari satu situs web. Tiket dapat dibeli dengan cara ini dengan uang tunai, cek atau kredit / kartu debit. Orang tanpa akses ke internet dapat memesan tiket melalui internet publik di terminal atau perpustakaan di Pusat Informasi dan Visitor Centre.

3. Manfaat e-ticketing

Saat ini hampir semua maskapai penerbangan menjual tiket dengan E-ticketing. E-ticketing menyediakan banyak manfaat diantaranya :

- a. **Biaya Simpanan** - Mengurangi biaya yang terkait dengan pencetakan dan mailing tiket ke pembeli. Menghilangkan atau mengurangi memerlukan tiket untuk stok, amplop dan pos.
- b. **Buruh Simpanan** - Mengurangi tenaga kerja yang terkait dengan pencetakan dan mailing tiket. Potong bawah pada upaya yang diperlukan untuk mengambil tiket untuk membeli Akan Panggil pesanan.
- c. **Aman dan Aman** - E-Tiket selamat dan aman. Barcode validasi menghilangkan kemungkinan palsu dan duplikat tiket.
- d. **Kehadiran sebenarnya Pelaporan** - Cari tahu berapa banyak Anda e-tiket patrons dihadiri Anda acara dan ketika mereka tiba.
- e. **Instant Pengiriman** - Tiket pembeli senang menjadi mampu mencetak tiket mereka segera. Tidak perlu menunggu surat atau menunggu di baris di acara tersebut. Pelanggan dapat mencetak tiket elektronik mereka segera setelah mereka membelinya. Hal ini membuat e-tiket yang ideal untuk hadiah menit terakhir atau menit terakhir keputusan.
- f. **Informasi tambahan** - E-Tiket menyediakan ruang untuk tambahan informasi seperti jam keberangkatan, tempat berkumpul dan informasi lain yang pelanggan mungkin dianggap perlu tahu.
- g. **Periklanan** - E-Tiket menyediakan kemampuan unik periklanan. Meningkatkan pendapatan

perusahaan anda dengan menawarkan ruang iklan pada web tiket maskapai penerbangan.

Mempertahankan standar keselamatan yang tinggi merupakan prioritas utama untuk memastikan keselamatan penerbangan, sejumlah maskapai layanan penuh telah mengadopsi e-tiket mereka sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan layanan kepada pelanggan. E-sistem tiket penumpang yang memungkinkan sebuah buku tiket pesawat untuk mendapatkan salinan mereka terima berisi catatan Penemu atau reservasi dan nomor e-tiket nomor. Bahwa e-tiket sangat menguntungkan bagi kedua perusahaan penerbangan dan pelancong, menghilangkan masalah ini dan biaya yang pelancong pengalaman ketika mereka kehilangan tiket kertas. Jika sebuah tiket boarding terputus, mendapatkan penggantian sering mudah seperti naik ke loket tiket dan memberikan Anda nomor konfirmasi untuk baru satu. Sementara untuk maskapai penerbangan, e-tiket adalah lebih murah dan lebih efisien metode pengelolaan tiket. Ia menghilangkan manual tugas yang diperlukan untuk proses dan account untuk kertas tiket penerbangan dan menyimpan biaya bahan lainnya, seperti tiket jaket. Seorang penumpang yang memegang e-tiket memiliki pilihan untuk check-in online dan cetak out nya tiket boarding di rumah atau di kantor. Layanan ini tersedia antara 30 jam dan satu jam sebelum penumpang jadwal keberangkatan. Dengan manfaat bagi kedua perusahaan penerbangan dan penumpang, maka tidak mengherankan bahwa semakin banyak perusahaan penerbangan yang menyiapkan

sistem tiket elektronik - sesuatu yang telah mendapat respon antusias dari penumpang di seluruh dunia.

PENERAPAN E-TICKETING

Dalam proses e-ticketing terdapat beberapa langkah yang dapat dilakukan guna mempermudah kita dalam pemesanan tiket secara online dimana dengan e-ticketing kita repot mengantri dalam memesan tiket. Langkah-langkah E-Ticketing sangat praktis, reservasi adalah yang paling utama. Sebagai seorang mobile, sibuk dan akrab dengan e-lifestyle, ada beberapa pilihan yang tersedia bagi anda. Menelepon Call Center maskapai penerbangan yang dipilih. Langkah berikutnya adalah pembayaran. Dengan mengutamakan kemudahan, anda dapat melakukannya melalui ATM, serta credit card. Call Center yang menjamin keamanan saat memasukkan nomor credit card. Terjamin semua informasi anda akan disimpan dengan rapi dan aman. Jika tertinggal tanda terima perjalanan, anda dapat meminta duplikatnya di seluruh kantor penjualan tiket maskapai penerbangan (airport).

CONTOH PENERAPAN E-TICKETING

Dalam prakteknya, internet marketing terkait dengan penggunaan website, promosi online pada search engine, email langsung, link dan semua aktivitas untuk mendapatkan dan membina hubungan dengan konsumen. Internet perlahan-lahan mulai menggeser budaya pembelian (pemesanan) tiket pesawat dari cara konvensional menjadi lebih modern atau booking online (online

booking). Pada saat penerapan e-ticketing terdapat beberapa kendala diantaranya tidak semua pembeli mengerti tentang internet artinya belum bisa mengoperasikan internet itu sendiri sehingga belum semua orang mengetahui tentang bagaimana caranya memesan tiket secara online

Salah satu maskapai penerbangan yang menerapkan pemesanan tiket secara online (e-ticketing) yaitu maskapai penerbangan AirAsia. **PT. Indonesia AirAsia** merupakan kerjasama gabungan dengan maskapai berbiaya rendah yang terkemuka Asia Tenggara, AirAsia Berhad - yang memiliki 49% sahamnya. Indonesia AirAsia diluncurkan kembali pada tanggal 8 Desember 2004 sebagai maskapai penerbangan berbiaya hemat dan mengusung konsep yang sama dengan Grup AirAsia. Indonesia AirAsia hadir dengan harga terjangkau dan konsep "tanpa embel-embel" (tanpa tiket, tempat duduk bebas dan tanpa penyediaan makanan). Indonesia AirAsia sekarang telah mengoperasikan sebelas armada Boeing 737-300 yang melayani delapan rute domestik, yaitu dari Jakarta ke Medan, Padang, Pekanbaru, Denpasar (Bali), Balikpapan, Surabaya, Batam, Yogyakarta dan Solo, serta lima belas rute internasional dari Jakarta, Bandung, Bali, Medan, Padang, Pekanbaru, Surabaya ke Kuala Lumpur (Malaysia), dari Jakarta ke Johor Bahru, Bangkok, Kota Kinabalu, Kuching dan Penang, dari Medan ke Penang (Malaysia) dan dari Bali ke Kota Kinabalu dan Kuching. Bagi Indonesia AirAsia keselamatan penumpang merupakan hal terutama. Indonesia AirAsia selalu mengedepankan keselamatan penumpang beserta awak pesawat dan pilot.

Tidak hanya saat di udara, tetapi juga saat pemesanan, *check-in*, *boarding*, terbang, hingga tiba di tempat tujuan. Indonesia AirAsia mempercayakan seluruh perawatan armadanya di Garuda Maintenance Facilities (GMF). Di tempat tersebut, dilakukan pemeriksaan rutin dan pemeriksaan pemeliharaan tingkat rendah "A" check, hingga pemeliharaan tingkat tinggi "C" check. Indonesia AirAsia akan terus melakukan pengembangan serta penambahan armada untuk memenuhi antusiasme masyarakat terhadap hadirnya maskapai dengan konsep *Low Cost Carrier* (LCC) yang aman dan nyaman di Indonesia. Harapannya semua masyarakat Indonesia, baik tua-muda, balita-lansia, sehat maupun cacat merasakan terbang dengan nyaman dan aman menggunakan Boeing 737-300 Indonesia AirAsia yang berkursi empuk dan mewah serta lorong kabin yang ditebari karpet merah. Adapun kegiatan operasional AirAsia mengikuti pola operasi sebagai berikut :

1. Harga hemat

Harga AirAsia selalu lebih rendah dibandingkan maskapai lainnya. Layanan jasa seperti ini sangat cocok bagi penumpang yang hanya ingin terbang tanpa embel embel makanan, tanpa layanan airport lounge, tanpa mengikuti program *loyalty frequent flyer miles*. Semua ini lebih baik di tukar dengan harga kursi yang 80% jauh lebih murah dibandingkan dengan mengikutsertakan layanan layanan tersebut. Tidak memberikan makanan atau minuman. Namun AirAsia mempunyai 'Snack Attack', yang menyajikan berbagai macam pilihan lezat untuk makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau dan hanya untuk para

tamu AirAsia. Tamu dapat membelinya di dalam pesawat.

2. Frekuensi Terbang Tinggi

Frekuensi terbang AirAsia yang tinggi bertujuan untuk kenyamanan para tamu. Maskapai ini mempraktekkan pola 25 menit untuk tinggal landas, dimana merupakan yang paling cepat di Asia, sehingga menghasilkan utilisasi pesawat yang tinggi, biaya makin rendah dan produktivitas staf/maskapai yang makin meningkat.

3. Kenyamanan Tamu

AirAsia berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang nyaman untuk membuat perjalanan lebih mudah. Tamu dapat melakukan pembelian dengan kenyamanan berikut :

a. Call Center (Pusat Layanan Telepon)

Berdiri pada bulan februari 2004, Call Center AirAsia berlokasi di Halim Perdana Kusuma dengan 60 layanan sambungan telepon untuk kenyamanan para tamu dalam membeli penerbangan.

b. Terbang tanpa tiket

Diluncurkan pada tanggal 18 April 2002, konsep ini melengkapi layanan pembelian dari Internet booking AirAsia dan layanan Call Center dengan menyediakan alternatif murah biaya dari tiket cetak asli. Tamu tidak lagi perlu repot repot untuk mengambil tiket!

c. Beli lewat Internet

Sebagai maskapai pertama yang memperkenalkan layanan ini di Asia, AirAsia menawarkan cara baru yang nyaman dalam membeli kursi AirAsia melalui website www.airasia.com. Tidak perlu telepon, tidak perlu antri. www.airasia.com di luncurkan pada tanggal 10 Mei 2002, dan sekarang tersedia dalam 6

bahasa - English, Bahasa Malaysia, Mandarin, Thai dan Bahasa Indonesia.

d. Reservasi dan kantor penjualan

Tersedia di bandara dan di kota untuk kenyamanan bagi tamu yang ingin datang langsung.

e. Travel agent resmi

- AirAsia juga memperkenalkan layanan online B2B kepada travel agent. Fitur berbasis internet dengan informasi ketersediaan kursi secara real time yang pertama di Asia. Travel agent dapat melakukan pembayaran secara virtual melalui kartu kredit.

f. Layanan pelanggan untuk lebih baik

AirAsia secara terus menerus cari mencari cara untuk melayani lebih baik dan memberikan penghematan lebih lagi kepada tamu nya.

g. Keamanan yang utama

AirAsia (PT. IAA) melakukan pemeriksaan rutin pesawatnya di hangar Garuda Maintenance Facilities (GMF). Kegiatan ini merupakan komitmen kepada masyarakat bahwa Indonesia AirAsia selalu patuh pada ketentuan keselamatan penerbangan. Saat ini GMF sudah memiliki approval EASA (sertifikasi dari authority Eropa) dan FAA (sertifikasi dari authority Amerika) yang berarti kualitas perawatan pesawat di GMF sudah diakui oleh dunia internasional.

6. Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Dari kajian diatas maka ditarik beberapa kesimpulan, sebagai berikut:

1. Kemajuan teknologi informasi mulai menggeser paradigma pembelian tiket pesawat dari konvensional ke pembelian

tiket secara online, hal tersebut juga harus diikuti oleh pihak maskapai penerbangan untuk bisa terus mengikuti perubahan pangsa pasar.

2. Harga tiket pesawat berpengaruh terhadap preferensi online sehingga pembeli juga mulai paham kapan harus membeli tiket karena tingkat harga juga berbeda apabila dipesan pada saat "high season" dimana banyak orang mengadakan perjalanan seperti pada saat tahun baru dan "low season" dimana hanya sedikit orang yang melakukan perjalanan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat ditemukan beberapa saran yang kiranya dapat bermanfaat yaitu :

1. Perubahan paradigma dari pemesanan tiket secara konvensional menuju pemesanan secara online mengharuskan kita untuk terus mengupdate pengetahuan kita tentang teknologi informasi (internet) sehingga kita dapat memilih, memesan tiket pesawat lebih cepat.
2. Harga tiket antar maskapai dapat kita bandingkan satu persatu melalui internet sehingga kita bisa mendapatkan harga yang lebih murah.

Daftar Pustaka

Abdul Halim, Drs., MBA. Ak. dan Sarwoko Drs., Manajemen Keuangan, BPFE, Yogyakarta, 1999.

Bambang Riyanto, Prof. Dr., Dasar-Dasar < Pembelanjaan Perusahaan, BPFE, Yogyakarta, 2001.

Eko Nugroho, Pengenalan Komputer, Andi Offset, Yogyakarta, 1993.

Praktik, Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Indrakusuma dan Ellitan, 2008 “ Analisi Multi Atribut yang Mempengaruhi Prefensi Belanja Online Produk Tiket Pesawat di Kalangan Mahasiswa UKWMS.” The 2nd National Conference UKWMS Surabaya, 6 September 2008.

Moekijat, Pengantar Sistem Informasi Manajemen, Remadja Karya, Bandung, 1986.

Setyawan Hidayat, Analisis Pengeruh Multi Atribut Internet terhadap Preferensi online Airasia, Jakarta, 2010

Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani, 2006. Manajemen Pemasaran Jasa teori dan