

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

PENGARUH STRATEGI MANAJEMEN DAN DAYA SAING HARGA DALAM MENINGKATKAN KINERJA DI INDUSTRI PENERBANGAN GLOBAL PT GARUDA INDONESIA

Asaphita Rambu Eda¹ Syahwa Karolin² Venna Al Viona Puteri³
Ainil Paulin Sinaga⁴ Vera Sylvia Saragi Sitio

Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma

Coresponding Author: alvionavenna@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi manajemen dan daya saing harga terhadap peningkatan kinerja di industri penerbangan global, dengan fokus pada studi kasus PT Garuda Indonesia. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang diberikan kepada responden terpilih. Validitas dan reliabilitas instrumen penelitian diuji untuk memastikan keabsahan indikator yang digunakan dalam mengukur variabel strategi manajemen dan kualitas kerja. Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai rhitung lebih besar daripada rtabel, yang berarti semua indikator valid. Uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,857 untuk variabel strategi dan 0,852 untuk variabel kualitas kerja, yang melebihi batas minimum 0,60, sehingga instrumen dapat dinyatakan reliabel. Analisis data menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara strategi manajemen serta daya saing harga terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan strategis bagi manajemen PT Garuda Indonesia dalam meningkatkan daya saing di pasar global.

Kata Kunci: strategi manajemen, daya saing harga, kinerja perusahaan, kuantitatif, PT Garuda Indonesia.

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

PENDAHULUAN

Industri penerbangan merupakan sektor yang sangat dinamis dan memiliki peran vital dalam perekonomian global. Sebagai salah satu bagian dari sektor transportasi, penerbangan mendukung mobilitas orang, barang, dan berbagai layanan lainnya yang mendukung aktivitas perdagangan, pariwisata, serta diplomasi antarnegara. Selain itu, dengan persaingan yang semakin ketat di tingkat global, strategi manajemen dan daya saing harga menjadi dua faktor kunci yang menentukan keberhasilan atau kegagalan sebuah perusahaan di industri ini. PT Garuda Indonesia, sebagai maskapai penerbangan nasional Indonesia, merupakan salah satu perusahaan yang mengalami transformasi besar dalam rangka mempertahankan keberlanjutan usahanya dalam menghadapi tekanan kompetitif pasar global (Melisa et al., 2020).

Persaingan di industri penerbangan tidak hanya mencakup kualitas layanan yang diberikan, tetapi juga efisiensi biaya dan kemampuan untuk mengelola risiko yang datang bersama fluktuasi harga bahan bakar dan permintaan pasar. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan penerbangan seperti Garuda Indonesia untuk merumuskan strategi manajemen yang baik, yang mampu mengelola aspek-aspek operasional dan pelayanan untuk meningkatkan daya saing di pasar global. Selain itu, daya saing harga juga menjadi faktor yang sangat penting, mengingat pasar penerbangan menawarkan berbagai pilihan kepada konsumen. Setiap keputusan yang diambil mengenai harga dapat mempengaruhi posisinya di mata konsumen serta keunggulan kompetitifnya (Ayu Trisna Wijyanthi et al., 2021).

Seiring dengan perkembangan teknologi dan globalisasi, kebutuhan akan pengelolaan yang lebih efisien semakin mendesak. Untuk itu, penerapan strategi manajerial yang dapat menyesuaikan dinamika pasar serta membuat perusahaan tetap relevan menjadi sangat penting. Dalam konteks ini, strategi manajerial harus merangkul berbagai aspek mulai dari pengelolaan sumber daya manusia, peningkatan kualitas layanan, serta inovasi dalam penetapan harga, yang semuanya

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

berperan dalam pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan (Azzulfa Fajriani Nursabina, 2023).

Pengelolaan yang baik dalam strategi harga juga berpengaruh langsung terhadap kinerja keuangan perusahaan. Harga yang kompetitif dapat menarik lebih banyak pelanggan, sedangkan harga yang tidak terjangkau atau tidak sebanding dengan kualitas dapat mengurangi loyalitas pelanggan, bahkan membuat mereka beralih ke pesaing.

Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan riset pasar yang cermat guna menentukan kebijakan harga yang tepat, yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga berorientasi pada kepuasan pelanggan (Alam & Arifin, 2024).

Selain itu, dalam menanggapi situasi pasar yang cepat berubah, perusahaan perlu memiliki daya adaptasi yang baik. Garuda Indonesia sebagai perusahaan yang memiliki basis operasional dalam negeri serta pengaruh internasional, membutuhkan pemahaman mendalam tentang dinamika pasar dan kebutuhan konsumen yang terus berkembang. Dalam hal ini, pengelolaan strategi manajemen yang fleksibel, terutama yang berkaitan dengan faktor harga, akan sangat mendukung upaya tersebut (Satyodriyani et al., 2023).

Studi ini bertujuan untuk menyelidiki lebih lanjut tentang bagaimana strategi manajerial dan daya saing harga dapat memengaruhi kinerja Garuda Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui kuesioner, penelitian ini akan mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan manajerial terkait harga dan kinerja perusahaan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi perusahaan dalam menyusun strategi yang lebih efektif dan efisien (Devilia et al., 2023).

Kinerja perusahaan yang baik pada akhirnya tidak hanya terlihat dari keberhasilan finansial, tetapi juga dari kualitas produk dan layanan yang diberikan kepada konsumen. Oleh karena itu, pemahaman terhadap hubungan antara manajemen, harga, dan kinerja menjadi hal

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

yang sangat penting untuk terus mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan di pasar yang penuh dengan tantangan ini. Riset ini akan berfokus pada dua variabel utama, yakni strategi manajemen dan daya saing harga, serta bagaimana kedua variabel tersebut berkontribusi dalam meningkatkan kinerja Garuda Indonesia (Imam Ozali, 2025).

Sebagai pemegang saham utama dan pemain besar di pasar penerbangan Indonesia, Garuda Indonesia menghadapi tuntutan untuk terus berinovasi dalam berbagai aspek, termasuk manajemen, pelayanan, dan harga. Dengan keberagaman pasar dan potensi pasar internasional yang luas, pengelolaan harga dan strategi yang diterapkan oleh perusahaan harus mampu bersaing di tingkat global (Emba Review ; Azura et al., 2022).

Tantangan bagi Garuda Indonesia adalah menemukan keseimbangan antara menetapkan harga yang kompetitif dengan tetap menjaga kualitas layanan yang dapat memenuhi ekspektasi pelanggan. Dengan pesatnya perkembangan teknologi, pola konsumsi, dan perilaku pasar, tantangan ini semakin kompleks. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan tidak hanya merespon kondisi pasar, tetapi juga memiliki perencanaan strategis jangka panjang yang memadai (Siri, 2022).

Melalui penelitian ini, diharapkan tidak hanya mengetahui hubungan antara strategi manajerial dan daya saing harga, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait pendekatan-pendekatan strategis yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan di pasar global. Selain itu, hasil temuan ini dapat menjadi referensi bagi para pemangku kepentingan di industri penerbangan, serta memberikan kontribusi terhadap literatur tentang manajemen dan daya saing dalam

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Bagaimana strategi manajerial yang diterapkan oleh Garuda Indonesia dapat mempengaruhi daya saing harga dan kinerja perusahaan di pasar global? (2) Apa faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

keputusan harga yang berorientasi pada efisiensi dan kepuasan pelanggan dalam industri penerbangan? (3) Bagaimana hubungan antara strategi manajerial dan daya saing harga dapat berkontribusi terhadap pencapaian kinerja perusahaan yang optimal dalam menghadapi persaingan pasar domestik dan internasional yang semakin ketat?

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) untuk menganalisis strategi manajerial yang diterapkan oleh Garuda Indonesia dalam meningkatkan daya saing harga serta kinerja perusahaan di pasar global; (2) untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan harga yang berorientasi pada efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan dalam industri penerbangan; (3) untuk mengevaluasi hubungan antara strategi manajerial dan daya saing harga dalam mencapai kinerja perusahaan yang optimal, serta dampaknya terhadap posisi kompetitif Garuda Indonesia di pasar domestik dan internasional.

KAJIAN TEORI

1. Strategi Manajerial dalam Meningkatkan Daya Saing Harga

Strategi manajerial dalam meningkatkan daya saing harga merupakan elemen penting dalam kesuksesan sebuah perusahaan, khususnya di industri penerbangan. Dalam industri yang sangat kompetitif seperti penerbangan, faktor harga memiliki peranan krusial dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih maskapai. Oleh karena itu, strategi yang dirancang untuk menekan biaya operasional, sembari meningkatkan kualitas layanan, dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang signifikan. Garuda Indonesia, sebagai salah satu pemain utama di pasar domestik dan internasional, harus memanfaatkan berbagai pendekatan dalam merumuskan strategi yang dapat meningkatkan daya saing harga tanpa mengorbankan kualitas atau standar keselamatan yang telah menjadi ciri khas perusahaan (Rahadian, 2024).

Salah satu aspek penting dalam strategi manajerial adalah efisiensi

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

biaya. Efisiensi operasional dapat dicapai dengan cara optimalisasi penggunaan sumber daya, seperti manajemen armada pesawat yang lebih efektif dan pengurangan biaya yang tidak produktif. Setiap aspek dari operasional, mulai dari pemeliharaan pesawat hingga manajemen tenaga kerja, harus dikelola dengan baik untuk menghindari pemborosan.

Garuda Indonesia, misalnya, dapat melakukan pengelolaan rute penerbangan yang lebih efisien, serta mengurangi biaya pada proses pengelolaan bandara dan aspek terkait lainnya untuk meminimalkan beban biaya secara keseluruhan (Triandi & Christine, 2022).

Selain efisiensi operasional, pengelolaan harga yang strategis juga memainkan peran yang sangat vital dalam membentuk daya saing harga. Dalam hal ini, strategi penetapan harga yang berfokus pada pengelolaan biaya dan peningkatan efisiensi operasional akan memungkinkan maskapai untuk menawarkan harga yang kompetitif, meski menghadapi tekanan dari naiknya biaya operasional, seperti bahan bakar pesawat atau kenaikan tarif bandara. Garuda Indonesia perlu melakukan analisis mendalam terkait biaya operasional untuk menentukan harga yang dapat memberikan keuntungan tetap sambil menjaga daya tarik harga bagi pelanggan (Ilmi & Zulkarnain, 2023).

Dalam kerangka meningkatkan daya saing harga, diferensiasi produk juga memainkan peran penting. Walaupun harga menjadi faktor utama, pelanggan juga mencari nilai lebih dalam layanan yang mereka terima. Oleh karena itu, Garuda Indonesia bisa menerapkan strategi diferensiasi, dengan menawarkan beragam pilihan produk dan layanan yang sesuai dengan segmen pasar yang berbeda. Misalnya, maskapai bisa memperkenalkan berbagai kelas penerbangan atau memberikan tambahan layanan seperti hiburan dalam pesawat, makanan premium, dan kursi dengan kenyamanan yang lebih tinggi. Upaya ini akan memberikan pengalaman yang lebih baik untuk pelanggan, meskipun harga tiket mungkin sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing (Melisa et al., 2020).

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

Mengembangkan strategi biaya rendah juga menjadi alternatif yang dapat diperhitungkan dalam meningkatkan daya saing harga. Maskapai bisa melakukan pemangkasan biaya pada aspek-aspek yang tidak langsung berpengaruh terhadap pengalaman pelanggan, seperti pengurangan penggunaan layanan tambahan yang tidak dibutuhkan, atau pembaruan model operasional yang lebih sederhana namun tetap memberikan kualitas penerbangan yang baik. Dalam konteks Garuda Indonesia, penerapan strategi biaya rendah tanpa mengorbankan keselamatan atau kenyamanan penumpang dapat menjadi cara untuk bersaing dengan maskapai murah lainnya yang kerap lebih terfokus pada menekan biaya, meskipun dapat mengurangi layanan kepada penumpangnya (Ayu Trisna Wijyanthi et al., 2021).

Teknologi juga memegang peranan yang tidak kalah penting dalam memperbaiki efisiensi operasional maskapai. Penggunaan teknologi yang canggih untuk pengelolaan jadwal penerbangan, sistem manajemen armada, serta perhitungan bahan bakar dapat mempercepat proses bisnis dan mengurangi pengeluaran yang tidak perlu. Penggunaan aplikasi mobile dan sistem pemesanan tiket online juga memungkinkan Garuda Indonesia mengurangi biaya operasional yang terkait dengan layanan pelanggan secara langsung. Dengan begitu, maskapai bisa menurunkan harga tiket dan tetap meningkatkan keuntungannya (Ayu Trisna Wijyanthi et al., 2021).

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Harga dalam Industri Penerbangan

Keputusan harga dalam industri penerbangan sangat dipengaruhi oleh faktor biaya operasional, yang mencakup berbagai pengeluaran yang harus ditanggung oleh maskapai. Biaya ini meliputi pengadaan bahan bakar pesawat, yang seringkali menjadi salah satu elemen paling signifikan dalam struktur biaya penerbangan, serta biaya pemeliharaan pesawat untuk memastikan armada tetap dalam kondisi aman dan siap operasional. Selain itu, gaji awak kabin dan pilot juga merupakan bagian dari biaya tetap yang harus diperhitungkan. Di

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

samping itu, maskapai juga harus mempertimbangkan biaya yang terkait dengan infrastruktur bandara, termasuk biaya yang dibebankan oleh pemerintah atau pengelola bandara. Semua elemen biaya tersebut harus dikelola secara efisien, karena meningkatnya biaya operasional dapat langsung mempengaruhi harga tiket dan pada akhirnya berdampak pada margin keuntungan perusahaan. Garuda Indonesia perlu menjaga keseimbangan antara menekan biaya dan mempertahankan kualitas layanan untuk tetap kompetitif di pasar (Azzulfa Fajriani Nursabina, 2023).

Faktor permintaan pasar juga menjadi variabel penting yang harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan harga. Permintaan terhadap layanan penerbangan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti musim liburan, adanya acara internasional, serta kondisi ekonomi yang mempengaruhi daya beli masyarakat. Permintaan tiket yang tinggi biasanya akan mendorong harga tiket naik, sementara permintaan rendah mungkin menuntut penurunan harga untuk merangsang pembelian. Penyesuaian harga yang responsif terhadap fluktuasi permintaan ini sangat penting agar Garuda Indonesia dapat memaksimalkan pendapatan dan tetap memiliki daya saing di pasar. Oleh karena itu, analisis terhadap pola perjalanan dan tren perilaku konsumen sangat diperlukan dalam strategi penentuan harga (Alam & Arifin, 2024).

Di sisi lain, tingkat persaingan yang ketat juga mempengaruhi strategi penetapan harga. Pasar penerbangan tidak hanya terdiri dari maskapai nasional, namun juga melibatkan kompetisi dari maskapai internasional yang menawarkan harga lebih rendah atau promosi menarik. Garuda Indonesia harus mampu menilai kompetitor mereka dan menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan. Jika harga tiket Garuda terlalu tinggi dibandingkan dengan pesaing yang menawarkan layanan serupa, maskapai dapat kehilangan pangsa pasarnya. Sebaliknya, harga yang terlalu rendah mungkin akan merusak brand image dan merugikan keuangan perusahaan. Oleh karena itu, Garuda Indonesia perlu memiliki strategi

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

harga yang fleksibel yang dapat menyesuaikan diri dengan harga pasar tanpa mengorbankan kualitas layanan dan standar keselamatan (Satyodriyani et al., 2023).

Perubahan harga bahan bakar global juga memberikan dampak signifikan terhadap pengambilan keputusan harga dalam industri penerbangan. Mengingat bahan bakar pesawat adalah salah satu elemen terbesar dalam struktur biaya, fluktuasi harga bahan bakar dapat menyebabkan perubahan signifikan dalam biaya operasional maskapai. Ketika harga bahan bakar melonjak, Garuda Indonesia mungkin perlu menyesuaikan harga tiket untuk mengimbangi biaya tambahan yang dikeluarkan. Sebaliknya, penurunan harga bahan bakar bisa memberikan peluang untuk menurunkan harga tiket atau menawarkan promosi guna meningkatkan daya tarik harga kepada pelanggan. Oleh karena itu, pemantauan dan analisis terhadap tren harga bahan bakar menjadi hal yang penting bagi tim manajemen harga di Garuda Indonesia (Devilia et al., 2023).

Selain faktor biaya dan permintaan pasar, kondisi politik dan ekonomi global juga memainkan peran yang besar dalam pengambilan keputusan harga. Ketidakpastian politik yang terjadi di negara-negara utama tujuan penerbangan atau gejolak ekonomi global dapat mempengaruhi tingkat permintaan terhadap layanan penerbangan. Misalnya, adanya perang, kerusuhan sosial, atau kebijakan perlindungan perdagangan dapat mempengaruhi jumlah wisatawan atau bisnis yang melakukan perjalanan internasional. Dalam menghadapi situasi tersebut, maskapai penerbangan perlu menyesuaikan strategi harga untuk tetap mempertahankan volume penjualan. Ketidakpastian ini juga dapat memengaruhi biaya operasional, terutama jika melibatkan kenaikan tarif atau pajak impor (Imam Ozali, 2025).

Peraturan pemerintah yang diberlakukan dalam sektor penerbangan juga memengaruhi harga tiket. Pemerintah di banyak negara sering kali menerapkan regulasi mengenai tarif maskapai atau biaya yang dibebankan kepada penumpang, seperti biaya keamanan atau tarif

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

bandara. Jika ada perubahan dalam peraturan, seperti tarif pajak yang lebih tinggi atau kebijakan lingkungan yang memaksa maskapai untuk menggunakan teknologi ramah lingkungan yang lebih mahal, maka maskapai perlu merespons perubahan ini dengan menyesuaikan harga tiket agar biaya operasional tetap sejalan dengan aturan yang baru. Oleh karena itu, Garuda Indonesia harus selalu memantau dan mengadaptasi kebijakan yang ditetapkan oleh regulator untuk menghindari gangguan dalam strategi harga mereka (Emba Review ; Azura et al., 2022).

Permintaan spesifik dari segmen pasar juga perlu diperhitungkan dalam pengambilan keputusan harga. Segmen pasar yang berbeda, seperti pelancong bisnis dan wisatawan biasa, memiliki kesensitifan harga yang berbeda. Pelancong bisnis cenderung lebih mementingkan kenyamanan dan ketepatan waktu dibandingkan dengan harga, sehingga mereka mungkin tidak terlalu sensitif terhadap kenaikan harga tiket. Sebaliknya, wisatawan yang lebih terfokus pada anggaran akan mencari harga tiket yang lebih murah. Oleh karena itu, Garuda Indonesia perlu mempertimbangkan berbagai model tarif yang dapat melayani segmen pasar yang berbeda. Penawaran harga spesial atau kelas ekonomi yang lebih terjangkau bisa diperkenalkan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang lebih sensitif terhadap harga, sementara layanan premium dapat dipertahankan untuk memenuhi permintaan pasar segmen atas (Siri, 2022).

3. Evaluasi Hubungan antara Strategi Manajerial dan Daya Saing Harga

Evaluasi hubungan antara strategi manajerial dan daya saing harga dalam industri penerbangan berfokus pada bagaimana kebijakan manajerial dapat menciptakan nilai yang bersaing bagi perusahaan. Berdasarkan teori keunggulan kompetitif oleh Michael Porter (1980), perusahaan yang unggul dalam mempertahankan biaya rendah dan pelayanan terbaik dapat membangun daya saing harga yang kokoh. Bagi Garuda Indonesia, hubungan ini erat kaitannya dengan bagaimana mereka menerapkan strategi harga melalui analisis biaya

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

dan keuntungan, serta riset pasar yang mendalam untuk menetapkan harga yang efektif. Salah satu langkah evaluasi yang penting adalah analisis margin keuntungan dan bagaimana efisiensi operasional berperan dalam menurunkan biaya tetap dan variabel yang terkait dengan penerbangan, seperti biaya pemeliharaan pesawat dan upah awak kabin (Ni Made Citra Kusuma Dewi, 2019).

Penetapan harga yang bersaing membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang keinginan pelanggan, elastisitas harga, serta preferensi terkait layanan. Oleh karena itu, strategi manajerial yang baik tidak hanya mempertimbangkan biaya semata, tetapi juga potensi diferensiasi pelayanan dan kualitas. Evaluasi daya saing harga yang dilakukan Garuda Indonesia dapat mencakup analisis tentang bagaimana faktor-faktor ini diintegrasikan dalam keputusan harga mereka, serta bagaimana strategi pemasaran memengaruhi persepsi pelanggan terhadap nilai yang mereka terima (Rahadian, 2024).

Selain itu, penting bagi perusahaan untuk secara teratur menyusun evaluasi performa menggunakan indikator utama (KPI) yang berkaitan dengan performa penetapan harga, tingkat okupansi penerbangan, serta tren pertumbuhan pasar. Penilaian secara berkala terhadap hasil penerapan strategi harga dapat memastikan bahwa Garuda Indonesia tetap adaptif terhadap perubahan pasar dan tetap kompetitif di tingkat internasional, menghadapi tantangan yang timbul akibat volatilitas biaya bahan bakar, serta berkembang seiring dengan kemajuan teknologi dan inovasi produk dalam industri penerbangan. Dengan merumuskan strategi manajerial yang adaptif dan berorientasi pada evaluasi kinerja harga, Garuda Indonesia memiliki peluang untuk memanfaatkan daya saing harga yang lebih baik melalui pendekatan harga yang lebih efisien dan terukur (Triandi & Christine, 2022).

METODOLOGI

Metodologi dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan harga dalam industri penerbangan, khususnya pada Garuda Indonesia. Metode yang

itu, metode ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi berbagai faktor yang lebih

digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik analisis deskriptif. Data diperoleh dari studi literatur yang mencakup artikel, jurnal ilmiah, dan laporan terkait industri penerbangan dan kebijakan harga maskapai. Selain itu, wawancara mendalam dengan pihak internal Garuda Indonesia dan ahli ekonomi penerbangan turut dilakukan untuk menggali lebih dalam pemahaman mengenai strategi harga yang diterapkan serta tantangan yang dihadapi maskapai (Ilmi & Zulkarnain, 2023). Sebagai bagian dari metodologi, pendekatan studi kasus digunakan untuk menganalisis penerapan strategi harga pada Garuda Indonesia. Penelitian ini juga mengandalkan data sekunder yang melibatkan laporan keuangan Garuda Indonesia, serta informasi industri penerbangan yang relevan dengan konteks harga tiket. Data yang dihimpun kemudian dianalisis secara kualitatif untuk mendapatkan wawasan tentang faktor-faktor eksternal dan internal yang memengaruhi pengambilan keputusan harga, termasuk biaya operasional, permintaan pasar, dan dampak persaingan harga (Melisa et al., 2020).

Metodologi ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai dinamika yang terjadi dalam penetapan harga di industri penerbangan, serta memberikan rekomendasi strategis bagi Garuda Indonesia dalam meningkatkan daya saing harga. Selain luas yang memengaruhi pengambilan keputusan harga secara dinamis dan relevan dengan kondisi pasar yang terus berubah (Ayu Trisna Wijayanthi et al., 2021).

PEMBAHASAN

Peneliti melakukan pengujian terhadap semua indikator-indikator yang telah ditetapkan pada variabel strategi dan didapatkan hasil sebagai berikut:

Variabel	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Strategi (X)	P1	0,546	0,242	Valid
	P2	0,709	0,242	Valid
	P3	0,680	0,242	Valid
	P4	0,640	0,242	Valid
	P5	0,725	0,242	Valid
	P6	0,690	0,242	Valid
	P7	0,623	0,242	Valid
	P8	0,810	0,242	Valid
	P9	0,636	0,242	Valid
	P10	0,693	0,242	Valid
	P11	0,543	0,242	Valid
	P12	0,566	0,242	Valid

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Disiplin Kerja

1. Pengujian Validitas Variabel Strategi

Pengujian validitas pada variabel *strategi* dilakukan dengan menggunakan teknik uji validitas korelasi produk momen. Berdasarkan Tabel 4.1, hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua indikator pada variabel strategi memiliki nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel* (0,242). Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh indikator pada variabel strategi dapat dikatakan valid dan layak digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Hasil ini memperkuat bahwa strategi yang diterapkan oleh PT Garuda Indonesia dapat dianggap efektif, karena setiap indikator strategi relevan untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Ayu Trisna Wijayanthi et al., 2021).

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Pegawai

Variabel	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Kerja (Y)	P13	0,565	0,242	Valid
	P14	0,798	0,242	Valid
	P15	0,320	0,242	Valid
	P16	0,740	0,242	Valid
	P17	0,726	0,242	Valid
	P18	0,684	0,242	Valid
	P19	0,654	0,242	Valid
	P20	0,375	0,242	Valid
	P21	0,770	0,242	Valid
	P22	0,740	0,242	Valid
	P23	0,669	0,242	Valid

2. Pengujian Validitas Variabel Kualitas Kerja

Begitu pula dengan variabel kualitas kerja (Y), yang diuji melalui indikator-indikator yang telah ditentukan. Berdasarkan Tabel 4.2, hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai *r hitung* untuk semua indikator pada variabel kualitas kerja juga lebih besar dari *r tabel* (0,242), yang menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel ini valid. Validitas indikator menunjukkan bahwa kualitas kerja pegawai yang terkait dengan penerapan strategi manajerial dan daya saing harga di PT Garuda Indonesia memiliki hubungan yang signifikan terhadap kinerja perusahaan (Azzulfa Fajriani Nursabina, 2023).

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

Tabel 4.3 Hasil Reliabilitas Strategi

<i>Cronbach's Alpha</i>	NofItems
.857	10

3. Uji Reliabilitas pada Variabel Strategi

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian yang digunakan pada variabel strategi. Berdasarkan hasil uji reliabilitas, nilai Cronbach's Alpha untuk variabel strategi adalah 0,857, yang melebihi batas minimum 0,60. Angka ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel strategi memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik. Reliabilitas ini sangat penting untuk memastikan bahwa hasil yang diperoleh dari instrumen penelitian konsisten dan dapat diandalkan dalam melakukan analisis tentang strategi yang diterapkan oleh PT Garuda Indonesia (Alam & Arifin, 2024).

Tabel 4.4 Hasil Reliabilitas Kualitas Kerja

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	NofItems
.852	11

4. Uji Reliabilitas pada Variabel Kualitas Kerja

Hasil uji reliabilitas untuk variabel kualitas kerja menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,852, yang juga lebih besar dari 0,60. Nilai ini mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur kualitas kerja pegawai juga memiliki reliabilitas yang tinggi. Dengan reliabilitas yang baik pada kedua variabel ini (strategi dan kualitas kerja), dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian yang menggunakan instrumen tersebut dapat diandalkan untuk mendapatkan informasi

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

yang valid mengenai pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kinerja perusahaan (Satyodriyani et al., 2023).

5. Interpretasi Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Secara keseluruhan, hasil uji validitas dan reliabilitas untuk kedua variabel (strategi dan kualitas kerja) menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dan dapat diandalkan. Validitas menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan benar-benar mengukur variabel yang dimaksud, sedangkan reliabilitas menunjukkan bahwa pengukuran tersebut konsisten. Dengan demikian, dapat dipastikan bahwa hasil penelitian ini memberikan gambaran yang akurat mengenai pengaruh strategi manajerial dan kualitas kerja dalam meningkatkan kinerja PT Garuda Indonesia (Devilia et al., 2023).

6. Implikasi dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, kita dapat menyimpulkan bahwa strategi manajemen yang baik serta kualitas kerja pegawai yang tinggi memiliki kontribusi penting dalam meningkatkan kinerja PT Garuda Indonesia, terutama di pasar global yang kompetitif. Pengelolaan yang tepat atas strategi dan daya saing harga dapat menjadi faktor utama dalam mencapai performa yang optimal. Oleh karena itu, PT Garuda Indonesia disarankan untuk terus meningkatkan kualitas manajemen dan memperhatikan faktor kualitas kerja pegawainya agar dapat bertahan dan unggul dalam industri penerbangan global (Imam Ozali, 2025).

KESIMPULAN

. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh strategi manajemen dan daya saing harga dalam meningkatkan kinerja PT Garuda Indonesia, dapat disimpulkan bahwa baik strategi manajerial yang diterapkan maupun kualitas kerja pegawai memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kinerja perusahaan. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kedua variabel ini telah terbukti valid dan relevan. Dengan demikian, strategi yang diterapkan oleh perusahaan dapat dianggap

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

efektif dalam mencapai tujuan bisnis, sedangkan kualitas kerja pegawai merupakan faktor penting dalam mendukung pelaksanaan strategi tersebut.

Selain itu, hasil uji reliabilitas untuk kedua variabel menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki konsistensi yang tinggi dan dapat diandalkan. Kedua variabel, yaitu strategi dan kualitas kerja, dapat berfungsi secara saling mendukung dalam upaya untuk meningkatkan kinerja PT Garuda Indonesia di pasar penerbangan global. Untuk itu, perusahaan disarankan untuk terus memperkuat manajemen strategisnya serta meningkatkan kualitas kerja pegawai agar dapat mempertahankan daya saing harga dan menciptakan kinerja yang optimal di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, R., & Arifin, Z. (2024). PENGARUH KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PENUMPANG MASKAPAI GARUDA INDONESIA DI BANDAR UDARA INTERNASIONAL SULTAN HASANUDIN MAKASSAR. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 7(1), 2024–2619.
- Azzulfa Fajriani Nursabina. (2023). *PT. GARUDA INDONESIA DALAM MENERAPKAN MANAJEMEN PERUBAHAN DAN MENGHADAPI PERSAINGAN ERA SOCIETY 5.0*.
- Devilia, M., Mnuro, G., Tinggi, S., Kedirgantaraan, T., Puspa, A., Sekolah, T., & Kedirgantaraan,
- T. T. (2023). Analisis Faktor-Faktor Lion Air Sebagai Maskapai Dengan Pangsa Pasar Terbesar Di Tahun 2021. *Jurnal Mahasiswa*, 5(3), 103–117. <https://doi.org/10.51903/jurnalmahasiswa.v5i3>
- Emba Review ; Azura, J., Firjatullah, A., Azzahra, F., Aqillah, M. U., & Nasution, N. U. (2022). Implementation of Good Corporate Governance on the Performance of PT. Garuda Indonesia. *JURNAL EMBA REVIEW*, 2(2), 561–566. <https://doi.org/10.53697/emba.v2i2>
- Ilmi, M., & Zulkarnain, C. A. (2023). STRATEGI PEMASARAN MELALUI PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN PADA PT GARUDA INDONESIA (PERSERO) TBK. *Jurnal Ilmiah*

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

- Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(1), 66-73.
<https://doi.org/XX..XXXXX/Jimea> Imam Ozali. (2025). PERAN GARUDA INDONESIA DALAM MENINGKATKAN AKSESIBILITAS DESTINASI WISATA PRIORITAS DI INDONESIA.
- Melisa, P., Mandey, S., Melisa, P., Mandey, S. L., & Hasan Jan, A. (2020). ANALISIS PENGARUH PROMOSI, INOVASI PRODUK DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI PERCEIVED VALUE (STUDI KASUS PADA MILENIAL YANG MENGGUNAKAN MASKAPAI GARUDA INDONESIA).
- Ni Made Citra Kusuma Dewi. (2019). STRATEGI EKSPANSI PT. GARUDA INDONESIA TBK MELALUI KOLABORASI INTERNASIONAL DENGAN SKYTEAM AIRLINE ALLIANCE.
- Rahadian, Z. (2024). Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan PT Garuda Indonesia Dengan Metode EVA Tahun 2019-2023. In *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital* (Vol. 02, Issue 01).
- Satyodriyani, K. R., Restarani, H., & Kaltum, U. (2023). Pengukuran Kinerja PT Garuda Indonesia Tbk Berbasis Balanced Scorecard (Performance Measurement of Pt Garuda Indonesia Tbk Based on Balanced Scorecard. *Akuntansi Bisnis & Manajemen (ABM)*, 30(2).
<https://doi.org/10.35606/jabm.v30i2.1280>
- Siri, R. (2022). Peningkatan Daya Saing Global Melalui Marketing. *YUME: Journal of Management*, 5(1), 80-91.
<https://doi.org/10.37531/yume.vxix.436>
- Triandi, & Christine, I. (2022). Analisis Kinerja Dan Posisi Keuangan PT Garuda. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1440>