

**ANALISIS PERBANDINGAN PENJUALAN KARGO SEBELUM DAN PADA SAAT
PANDEMI COVID-19 DI PT. GARUDA INDONESIA (PERSERO) TBK CABANG.
TANJUNG KARANG LAMPUNG**

**COMPARISONAL ANALYSIS OF CARGO SALES BEFORE AND DURING THE
COVID-19 PANDEMIC AT PT. GARUDA INDONESIA (PERSERO) TBK BRANCH.
TANJUNG KARANG LAMPUNG**

Faizal Azhar¹, Damayanti², Hani Damayanti Aprilia³
Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lampung
Korespondensi: Faizalazgg@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan penjualan kargo sebelum dan pada saat pandemi covid-19 di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Cabang. Tanjung Karang, Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif melalui studi pustaka, observasi dan wawancara. Data yang digunakan adalah pertumbuhan penjualan kargo selama 48 bulan, dari bulan Januari 2018 s/d bulan Desember 2021. Pengolahan data pada penelitian ini adalah uji Parametric Paired Sample T-Test dan Uji Non Parametric Test Wilcoxon, dengan bantuan SPSS versi 28.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara penjualan kargo sebelum dan pada saat pandemi covid-19 di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Cabang. Tanjung Karang, Lampung. Uji Paired Sample T- Test dan uji Wilcoxon Rank Test masing-masing menunjukkan angka 0,686 dan 0,721 atau lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Selisih rata-rata pertumbuhan penjualan kargo hanya 18,362%, hal ini disebabkan oleh perubahan kebijakan manajemen seperti pengurangan jumlah pesawat, perubahan jenis pesawat yang memiliki kapasitas lebih kecil dan pengurangan jadwal penerbangan yang membuat penjualan kargo tidak optimal di masa pandemi covid-19.

Kata kunci: Penjualan, Pertumbuhan Penjualan, Kargo

Abstract

This study aims to determine the comparison of cargo sales before and during the covid-19 pandemic at PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Branch. Tanjung Karang, Lampung. This study uses a quantitative approach with the type of research associative through literature study, observation and interviews. The data used is the growth of cargo sales for 48 months, from January 2018 to December 2021. The data processing in this study is the Parametric Paired Sample T-Test and the Wilcoxon Non Parametric Test, with the help of SPSS version 28.0. The results of this study indicate that there is no significant difference between cargo sales before and during the covid-19 pandemic at PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Branch. Tanjung Karang, Lampung. The Paired Sample T-Test and the Wilcoxon Rank Test, respectively, showed numbers 0.686 and 0.721 or greater than the 0.05 significance level. The average difference in cargo sales growth was only 18.362%, this was due to changes in management policies such as reducing the number of aircraft, changing types of aircraft with smaller capacities and reducing flight schedules which made the company's cargo sales not optimal during the covid-19 pandemic.

Keywords : Sales, Sales Growth, Cargo

Pendahuluan

Virus covid-19 pertama kali muncul pada bulan Desember 2019 (World Health Organization) dan telah mempengaruhi berbagai sektor perekonomian di dunia, salah satunya sektor transportasi udara. Pandemi covid-19 telah memberikan dampak buruk terhadap kinerja transportasi udara seperti penurunan 60,2% penumpang pesawat yang terdiri dari penurunan permintaan penumpang internasional yang turun 75,6% dan permintaan penumpang domestik yang turun 48,8% dan penurunan permintaan perjalanan udara hingga 65,9% yang mengakibatkan total pendapatan penumpang industri turun 69% menjadi USD 189 miliar pada tahun 2020, dan kerugian bersih mencapai USD 126,4 miliar secara total (Asian Aviation).

Indonesia juga menjadi salah satu negara yang terkena dampak dari Pandemi covid-19. Berdasarkan data akses terakhir tanggal 24 Desember 2021 dari laman covid19.go.id terdapat 4,26 juta kasus dan 144 ribu lebih kematian diakibatkan penyakit covid-19 di Indonesia. Keputusan pemerintah yang memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa daerah pada bulan April 2020 berdampak luas dalam proses produksi, distribusi, dan kegiatan operasional lainnya yang mengganggu kinerja perekonomian sehingga membuat pertumbuhan ekonomi Indonesia turun 2,07%, penurunan pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada tahun 2020 didominasi pada Lapangan Usaha Transportasi dan Pergudangan sebesar 15,04% dari sisi produksi (Badan Pusat Statistik, 2021).

Transportasi udara menjadi salah satu sektor yang mempunyai peran penting dalam pemererat kesatuan wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berguna untuk distribusi pemerataan pembangunan maupun kesejahteraan bagi warga negaranya. Dalam penelitian Abate dan Purwanto (2020) menunjukkan bahwa sebagian besar pemerintah selama pandemi covid-19 memberikan prioritas tinggi untuk menjaga konektivitas transportasi udara untuk melindungi kegiatan ekonomi dan pekerjaan baik dalam penerbangan itu sendiri ataupun di sektor terkait seperti pariwisata.

Tabel 1. Data Jumlah Penumpang Pesawat Domestik di 5 Bandara Utama

Bandara Utama	Sebelum Pandemi			Saat Pandemi
	2017	2018	2019	2020
Polonia	4,660,609	4,791,108	3,721,771	1,501,974
Soekarno Hatta	29,304,802	30,402,108	27,163,886	10,139,718
Juanda	8,862,303	9,237,216	7,469,248	2,946,350
Ngurah Rai	10,757,670	11,981,877	11,894,292	3,130,210
Hasanudin	4,118,039	4,321,057	3,353,765	1,797,572

Sumber : Badan Pusat Statistik (2021)

Tabel 2. Data Jumlah Penumpang Pesawat Internasional di 4 Bandara Utama

Bandara Utama	Sebelum Pandemi			Saat Pandemi
	2017	2018	2019	2020
Polonia	982,886	1,069,497	1,090,904	188,473
Soekarno Hatta	7,373,522	7,792,280	7,898,824	1,517,922
Juanda	937,910	1,070,098	1,180,657	199,102
Ngurah Rai	5,628,983	6,404,342	6,938,489	1,354,682

Sumber : Badan Pusat Statistik (2021)

Dari tabel 1 dan 2, memperlihatkan bahwa jumlah penumpang pesawat domestik dan internasional berturut-turut mengalami penurunan hingga 64,67% dan 80,53% dibandingkan dengan jumlah rata-rata penumpang pesawat domestik dan internasional sebelum pandemi. Pengurangan drastis jumlah penumpang pesawat membuat penjualan utama perusahaan sektor penerbangan berkurang yang akhirnya berdampak pada pendapatan utama perusahaan.

Transportasi udara tidak hanya menyediakan fasilitas pergerakan orang/penumpang, tetapi juga pergerakan barang dalam hal ini adalah kargo. Produk jasa kargo memiliki potensi kenaikan yang tinggi di masa pandemi covid-19 karena permintaan jasa kargo yang meningkat pada masa pandemi covid-19. Hal ini terjadi karena perubahan secara paksa terhadap perekonomian di Indonesia pada saat pandemi covid-19. Selain dampak buruk yang didapat, ternyata terdapat dampak positif salah satunya yaitu peningkatan pengguna jasa antar barang. Hal ini terlihat dengan meningkatnya biaya pengeluaran konsumen di *e-commerce* (Faizah dan Prakoso, 2021).

Selain di *e-commerce*, peningkatan pengguna jasa antar barang juga terlihat dari meningkatnya permintaan jasa kargo di Bandara Soekarno-Hatta selama pandemi covid-19. Hal ini terlihat dari kontribusi entitas kargo yang mencapai 27,48% di masa pandemi covid-19 dan merupakan pendapatan yang paling tinggi diantara enam komponen pendapatan yang lain (Santoso, 2021). Terdapat beberapa perusahaan penerbangan yang menyediakan jasa pengiriman kargo udara di Indonesia, salah satu maskapai yang menyediakan jasa pengiriman kargo udara adalah Garuda Indonesia Airlines.

Garuda Indonesia Cargo merupakan salah satu *Strategic Business Unit* (SBU) yang ada di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Garuda Indonesia Cargo resmi beroperasi sejak tahun 2002 dan bergabung dengan aliansi penerbangan kargo dunia (*Skyteam Cargo*) pada tahun 2015. Garuda Indonesia Cargo melakukan pelayanan jasa antar barang ke 50 destinasi domestik dan 17 destinasi internasional. Produk dan layanan yang diberikan Garuda Indonesia Cargo yaitu *Perishable Goods, Live Animals, Dangerous Goods, Valuable Goods, Pharmaceutical Goods, General Cargo* dan *Human Remains*.

Sebagai perusahaan nasional, Garuda Indonesia memiliki kantor cabang di seluruh Indonesia. Sehingga penjualan kargo juga dikelola di setiap kantor cabang perusahaan. Salah satu cara meningkatkan pendapatan perusahaan adalah dengan cara meningkatkan penjualan baik dari kuantitas atau jumlah barang maupun harga jual produk, hal ini bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang. Penjualan kargo perusahaan merupakan akumulasi dari setiap penjualan kargo yang dikelola di setiap kantor cabang Garuda Indonesia yang ada di seluruh wilayah Indonesia. Sehingga, setiap kantor cabang harus dapat mengoptimalkan penjualan kargo agar perusahaan mencatatkan penjualan kargo yang baik.

Dengan hancurnya sektor pengguna jasa transportasi penerbangan membuat produk jasa kargo menjadi usaha yang diharapkan perusahaan penerbangan khususnya PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Pada tahun 2020, PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. menjadikan bisnis kargo menjadi salah satu penopang penting bagi pendapatan perusahaan. Hal ini dilakukan untuk mengurangi kerugian perusahaan yang diakibatkan perubahan kebijakan pemerintah di masa pandemi covid-19. Namun, ternyata terdapat cabang PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk yang justru tidak mengalami peningkatan penjualan kargo yaitu PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Tanjung Karang, Lampung. Berdasarkan laporan penjualan kargo perusahaan, berikut merupakan data penjualan kargo PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk, Cabang. Tanjung Karang, Lampung:

Tabel 3. Data Penjualan Kargo PT. Garuda Indonesia Tbk. Cabang. Tanjung Karang, Bandar Lampung, Lampung (Dalam US Dollar)

Bulan	Tahun			
	Sebelum Pandemi		Pada Saat Pandemi	
	2018	2019	2020	2021
Januari	63.315	86.109	91.516	26.654
Februari	69.215	113.682	108.473	53.126
Maret	78.993	68.747	63.909	59.280
April	45.207	49.014	28.029	67.300
Mei	36.000	66.288	4.132	55.522
Juni	32.982	60.530	26.134	53.658
Juli	45.741	117.527	25.808	40.460
Agustus	37.703	63.102	27.095	21.270
September	34.974	58.612	33.550	28.432
Oktober	45.337	72.270	34.853	12.408
November	56.399	56.660	32.553	30.396
Desember	47.791	77.744	35.829	54.477
Total Penjualan	593.657	890.285	511.881	587.856

Sumber : PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Cabang. Tanjung Karang (2022)

Berdasarkan Tabel 3, didapati bahwa jumlah penjualan kargo pada saat pandemi covid-19 sebesar USD 1.099.737 atau menurun hingga 26% dibandingkan penjualan kargo sebelum pandemi covid-19 yaitu sebesar USD 1.483.942. Penjualan merupakan indikator utama atas aktivitas perusahaan dan menjadi kriteria penting untuk menilai profitabilitas perusahaan (Andrayani, 2014). Menurut Arisandy (2018), pada umumnya, penjualan mempunyai tujuan yaitu mendapatkan laba tertentu (semaksimal mungkin), dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut dapat dilaksanakan seperti yang telah direncanakan. Perusahaan pada umumnya mempunyai 3 tujuan umum dalam penjualan, yaitu; mencapai volume penjualan tertentu, mendapatkan laba tertentu dan menunjang pertumbuhan perusahaan.

Pertumbuhan berasal dari dua sumber yaitu peningkatan volume dan kenaikan harga. Karena semua biaya variabel, sebagian besar aset lancar, dan kewajiban lancar memiliki kecenderungan langsung dengan penjualan, jadi ada baiknya untuk melihat tingkat pertumbuhan berdasarkan penjualan perusahaan (Higgins, 2022). Pertumbuhan perusahaan dapat dicapai dengan meningkatkan penjualan perusahaan, memperluas bisnis melalui akuisisi atau merger, pengembangan produk, pertumbuhan laba, diversifikasi produk, dan peningkatan jumlah karyawan perusahaan (Hassan, 2013).

Menurut Higgins (2022), Pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator peningkatan dari penjualan tahun sekarang dibandingkan dengan penjualan tahun sebelumnya dan dinyatakan dalam bentuk skala persentase (Carvalho dan Costa, 2014). Dalam penelitian Feng (2017), Lechner (2016) dan Parida (2016), pertumbuhan penjualan perusahaan pada dasarnya dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Pertama, faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam perusahaan yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dan dapat diatur dan dikendalikan oleh perusahaan; seperti keputusan penambahan modal perusahaan, penambahan tenaga kerja, penentuan proporsi laba

ditahan, merger, akuisisi, penetapan utang untuk investasi, struktur manajerial dan lain-lain. Kedua, faktor eksternal adalah faktor di luar perusahaan yang tidak dapat dikendalikan. oleh perusahaan seperti; harga bahan baku, perilaku pesaing, kondisi makro ekonomi dan politik, suku bunga pinjaman, iklim usaha dan struktur pasar. Faktor-faktor tersebut jika diindikasikan sebagai nilai positif akan meningkatkan pertumbuhan penjualan perusahaan.

Dengan menurunnya pendapatan di sektor penumpang di masa pandemi covid-19, unit kargo menjadi harapan untuk menambah pendapatan dan mengurangi kerugian. Agar mencatatkan hasil penjualan yang baik, diperlukan pertumbuhan penjualan yang stabil dan cenderung meningkat. Berdasarkan hubungan pertumbuhan penjualan dengan hasil penjualan, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Apabila Ho diterima (terdapat perbedaan tingkat penjualan yang signifikan sebelum dan pada saat pandemi covid-19)
2. Apabila Ho ditolak (tidak terdapat perbedaan tingkat penjualan yang signifikan sebelum dan pada saat pandemi covid-19)

Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian asosiatif melalui studi pustaka, observasi dan wawancara. Data yang digunakan adalah pertumbuhan penjualan kargo selama 48 bulan, dari bulan Januari 2018 s/d bulan Desember 2021. Pengolahan data pada penelitian ini adalah uji Parametric Paired Sample T-Test dan Uji Non Parametric Test Wilcoxon, dengan bantuan SPSS versi 28.0.

Hasil Penelitian

Tabel 4. Statistik Deskriptif Penjualan Kargo

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
2018	12	32982	78993	49471.42	14631.965
2019	12	49014	117527	74190.42	21703.596
2020	12	4132	108473	42656.75	30091.339
2021	12	12408	67300	41915.25	17578.016
2018-2021	48	4132	117527	52058.46	24903.769
Valid N (listwise)	12				

Sumber : Data Diolah Peneliti (2022)

Berdasarkan statistic deskriptif penjualan kargo Garuda Indonesia cabang Lampung, diketahui bahwa nilai rata-rata Penjualan kargo periode 2018-2021 adalah sebesar USD 52.058,46. Nilai Penjualan kargo terendah yaitu sebesar USD 4.132 yang terjadi pada bulan Mei tahun 2020. Sedangkan untuk nilai Penjualan kargo tertinggi yaitu sebesar USD 117.527 yang terjadi pada bulan Juli tahun 2019.

Tabel 5. Statistik Deskriptif Pertumbuhan Penjualan Kargo

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
2018	12	-.428	.593	.12658	.265646
2019	12	-.463	.942	.12517	.454630
2020	12	-8.525	5.325	-.28833	.618151
2021	12	-.564	1.450	.17283	3.025020
Growth 2018-2019	24	-.463	.942	.12587	.364145
Growth 2020-2021	24	-8.525	5.325	-.05775	2.148179
Total Growth	48	-8.525	5.325	.03406	1.527004

Sumber : Data Diolah Peneliti (2022)

Berdasarkan statistic deskriptif pertumbuhan penjualan kargo, dapat dilihat rata-rata nilai Pertumbuhan Penjualan kargo perusahaan Garuda Indonesia cabang Lampung mengalami peningkatan dari tahun 2018 ke tahun 2019, namun mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2020 dikarenakan rata-rata nilai pertumbuhan penjualan tidak mengalami peningkatan bahkan penurunan -28,8%, lalu kembali meningkat pada tahun 2021. Pertumbuhan penjualan kargo membaik sebelum datangnya Pandemi Covid-19 yang ditandai dengan nilai rata-rata pertumbuhan penjualan kargo 0,12587 atau 12,587% yang berarti penjualan kargo bertumbuh. Namun, pertumbuhan penjualan kargo mengalami penurunan pada saat Pandemi Covid-19 yang ditandai dengan nilai rata-rata pertumbuhan penjualan kargo -0,05775 atau -5,775%.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam model regresi, variabel independent dan variabel dependent atau keduanya telah terdistribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi normalitas data, dapat dilakukan dengan uji *Shapiro-Wilk Test*. Jika nilai signifikansi uji *Shapiro-Wilk Test* > 0,05, maka asumsi normalitas terpenuhi, namun apabila nilai signifikansi uji *Shapiro-Wilk Test* < 0,05, maka asumsi normalitas tidak terpenuhi dan data dinyatakan tidak terdistribusi secara normal.

Tabel 6. Uji Normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Sebelum	.112	24	.200*	.969	24	.649
Pada saat	.365	24	<,001	.576	24	<,001

Sumber : Data Diolah Peneliti (2022)

Berdasarkan hasil uji normalitas, data pertumbuhan penjualan kargo pada saat Pandemi Covid-19 tidak terdistribusi secara normal dapat dilihat dari nilai *Sig.* pada *Shapiro-Wilk Test*

adalah $0,001 < 0,05$. Sedangkan untuk data pertumbuhan penjualan kargo sebelum Pandemi Covid-19 terdistribusi secara normal dapat dilihat dari nilai *Sig.* pada *Shapiro-Wilk Test* adalah $0,649 > 0,05$. Hasil uji normalitas data pertumbuhan penjualan kargo pada saat Pandemi Covid-19 tidak terdistribusi secara normal, namun data penjualan kargo sebelum Pandemi Covid-19 terdistribusi secara normal sehingga dilakukan uji beda dengan menggunakan *uji parametric test (Paired Sample T-Test)* dan *uji nonparametric test (Wilcoxon Signed-Rank Test)*.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis Paired Sample T-Test dan Wilcoxon Rank Test menggunakan data dari angka pertumbuhan penjualan. Hasil yang diperoleh melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

Tabel 7. Paired Samples Statistics

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Sebelum	.12587	24	.364145	.074331
	Pada saat	-.05775	24	2.148179	.438495

Sumber : Data Diolah Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel Paired Samples Statistics, menunjukkan rata-rata pertumbuhan penjualan kargo sebelum Pandemi Covid-19 sebesar 0,12587 atau 12,587%, sedangkan rata-rata pertumbuhan penjualan kargo pada saat Pandemi Covid-19 sebesar -0,05775 atau -5,775%. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi penurunan pertumbuhan penjualan kargo sebesar -0,18362 atau 18,362% pada saat Pandemi Covid-19.

Tabel 8. Paired Samples Correlations

Paired Samples Correlations					
		N	Correlation	Significance	
				One-Sided p	Two-Sided p
Pair 1	Sebelum & Pada saat	24	-.058	.393	.787

Sumber : Data Diolah Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel Paired Samples Correlations, menunjukkan korelasi kedua variabel sebelum dan pada saat Pandemi Covid-19 pada penjualan kargo menghasilkan angka -0,058 dengan nilai probabilitas $< 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan kargo sebelum dan pada saat Pandemi Covid-19 tidak terdapat hubungan yang berarti.

Tabel 9. Paired Samples Test

Paired Samples Test										
		Paired Differences					T	df	Significance	
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				One-Sided p	Two-Sided p
					Lower	Upper				
Pair 1	Sebelum - Pada Saat	-.183625	2.199670	.449006	-.745214	1.112464	-.409	23	.343	.686

Sumber : Data Diolah Peneliti (2022)

Berdasarkan uji Paired Sample Test, hasil pengujian menunjukkan bahwa hasil signifikansi sebesar $0,686 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan kargo sebelum dan pada saat Pandemi Covid-19 tidak terdapat perbedaan secara signifikan dengan nilai rata-rata sebesar $-0,183625$ atau $-18,3625\%$.

Tabel 10. Ranks Uji Wilcoxon Rank Test

Ranks				
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Pada saat – Sebelum	Negative Ranks	13 ^a	12.50	162.50
	Positive Ranks	11 ^b	12.50	137.50
	Ties	0 ^c		
	Total	24		

Sumber : Data Diolah Peneliti (2022)

Dari tabel Ranks, dapat diartikan sebagai berikut:

1. Pada tabel *ranks* dapat dilihat bahwa terdapat 13 nilai realisasi pertumbuhan penjualan bulanan sebelum Pandemi Covid-19 yang lebih besar daripada pada saat Pandemi Covid-19. Hal ini dapat dilihat dari nilai *negative ranks* pada kolom N. Nilai realisasi pertumbuhan penjualan kargo yang berbeda ini memiliki rata-rata sebesar 12,50 yang bisa dilihat dari kolom *Mean Rank*.
2. Pada tabel *ranks* dapat diketahui bahwa terdapat 11 nilai realisasi pertumbuhan penjualan kargo pada saat Pandemi Covid-19 yang signifikan lebih kecil daripada sebelum Pandemi Covid-19. Hal ini dapat dilihat dari nilai *positive ranks* pada kolom N. Nilai realisasi pertumbuhan penjualan kargo yang berbeda ini memiliki rata-rata 12,50 yang bisa dilihat langsung dari kolom *Mean Rank*.
3. Nilai *ties* sebesar 0 memiliki arti bahwa tidak ada nilai realisasi pertumbuhan penjualan kargo

pada saat Pandemi Covid-19 yang signifikan sama besar dengan nilai realisasi pertumbuhan penjualan kargo sebelum Pandemi Covid-19

Pada tabel *ranks*, dapat diketahui terdapat sejumlah peningkatan realisasi pertumbuhan penjualan kargo pada saat Pandemi Covid-19. Peningkatan dan penurunan tersebut belum dapat dikatakan bermakna statistik yang bisa menyimpulkan terdapat perbedaan signifikan atau tidak antara tingkat realisasi pertumbuhan penjualan kargo sebelum dan pada saat Pandemi Covid-19. Untuk mengetahuinya dapat dilihat dari nilai *Sig. (2-tailed)* dibawah:

Tabel 11. Wilcoxon Rank Test

Test Statistics ^a	
	Pada saat - Sebelum
Z	-.357 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	.721
a. Wilcoxon Signed Ranks Test	
b. Based on positive ranks.	

Sumber : Data Diolah Peneliti (2022)

Nilai p-value pada tabel *test statistic* adalah 0,721 atau lebih besar dari taraf signifikansi (0,05). Hal ini mengakibatkan H_0 ditolak dan dengan kesimpulan pertumbuhan penjualan kargo sebelum dan pada saat Pandemi Covid-19 adalah tidak terdapat perbedaan tingkat pertumbuhan penjualan kargo yang signifikan.

Pembahasan Penjualan Kargo Sebelum Pandemi Covid-19

Berdasarkan tabel hasil statistik deskriptif pertumbuhan penjualan kargo, diketahui bahwa nilai pertumbuhan penjualan kargo terendah yaitu -0,463 atau -46,3% yang terjadi pada bulan Agustus tahun 2019. Sedangkan untuk nilai pertumbuhan penjualan kargo tertinggi yaitu 0,942 atau 94,2% yang terjadi pada bulan Juli tahun 2019. Pertumbuhan penjualan kargo membaik sebelum datangnya pandemi covid-19 yang ditandai dengan nilai rata-rata pertumbuhan penjualan kargo 0,12587 atau 12,587% yang berarti penjualan kargo bertumbuh. Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Tosan Anda Andika selaku General Manager pada tanggal 11 April 2022, mengatakan bahwa penjualan kargo sebelum pandemi covid-19 sebenarnya sudah berjalan dengan baik, namun karena belum diprioritaskan membuat penjualan kargo sebelum pandemi kurang optimal. Hal ini karena kargo sebelum pandemi covid-19 hanya dijadikan sebagai sebagai pendapatan pendukung atau *Ancillary Revenue*.

Manajemen Garuda Indonesia cabang Tanjung Karang, Lampung masih mengutamakan penjualan tiket penumpang sebagai pendapatan utama, sehingga promosi ataupun pemasaran terhadap penjualan kargo tidak signifikan dan bahkan produk jasa kargo dijadikan tambahan untuk promosi tiket penumpang. Kebijakan Manajemen Garuda Indonesia cabang Tanjung Karang, Lampung yang hanya menjadikan produk jasa kargo sebagai pendapatan pendukung dan kurang optimal saat mencari customer berbeda dengan fungsi dan tujuan penjualan dimana seharusnya penjualan dilakukan untuk mencapai volume penjualan tertentu dan mendapatkan laba tertentu (Arisandy, 2018).

Penjualan Kargo Pada Saat Pandemi Covid-19

Berdasarkan tabel hasil statistik deskriptif pertumbuhan penjualan kargo, diketahui bahwa nilai pertumbuhan penjualan kargo terendah yaitu -8,525 atau -852,5% yang terjadi pada bulan Mei tahun 2020. Sedangkan untuk nilai pertumbuhan penjualan kargo tertinggi yaitu 5,325 atau 532,5% yang terjadi pada bulan Juni tahun 2020. Pertumbuhan penjualan kargo mengalami penurunan pada saat pandemi covid-19 yang ditandai dengan nilai rata-rata pertumbuhan penjualan kargo -0,05775 atau -5,775%.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Tosan Anda Andika selaku General Manager pada tanggal 11 April 2022, mengatakan bahwa pengurangan jumlah pesawat dan pergantian jenis pesawat yang berkapasitas lebih kecil berpengaruh terhadap jumlah kargo yang dapat diangkut. Perubahan dan pengurangan jumlah penerbangan yang tidak tetap juga mempengaruhi customer kargo dikarenakan terdapat beberapa jadwal yang tidak sesuai dengan jadwal pengiriman produk customer sehingga membuat customer memilih jasa pengiriman dari *Airline* lain ataupun menggunakan jasa pengiriman kargo jalur darat ketika tidak mendapatkan jadwal penerbangan pesawat Garuda Indonesia. Faktor-faktor inilah yang mempengaruhi kurang optimalnya penjualan kargo di masa pandemi covid-19 dan sekaligus termasuk faktor internal yang mempengaruhi pertumbuhan penjualan dalam penelitian Feng (2017), Lechner (2016) dan Parida (2016).

Perubahan kebijakan pemerintah Indonesia seperti PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) juga mempengaruhi kebijakan manajemen pusat Garuda Indonesia. Bapak Tosan Anda Andika selaku General Manager menerangkan bahwa, penyesuaian kebijakan inilah yang mengakibatkan terjadinya pengurangan jumlah pesawat, pergantian pesawat yang memiliki kapasitas lebih kecil dan perubahan jadwal penerbangan. Faktor perubahan kebijakan oleh pemerintah ini termasuk ke dalam faktor eksternal yang mempengaruhi penjualan (Swastha dalam Sari dan Butarbutar, 2018)

Bapak Tosan Anda Andika selaku General Manager juga menerangkan bahwa sebenarnya sering kali kargo Garuda Indonesia mengalami *offload* atau barang yang dikirim melebihi kapasitas yang dapat diangkut pesawat, salah satu faktor yang mempengaruhi peningkatan permintaan jasa kargo di masa pandemi covid-19 adalah meningkatnya jumlah pembelian di *Marketplace* ataupun *e-commerce*. Hal ini senada dengan penelitian Faizah dan Prakoso (2021) yang mengatakan bahwa terjadi peningkatan biaya pengeluaran konsumen di *e-commerce* pada saat pandemi covid-19.

Perbandingan Penjualan Kargo Sebelum Dan Pada Saat Pandemi Covid-19

Hasil pengujian *Paired Sample T-Test* menunjukkan korelasi kedua variabel sebelum dan pada saat pandemi covid-19 pada pertumbuhan penjualan kargo menghasilkan angka -0,058 dengan nilai probabilitas $> 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan kargo sebelum dan pada saat pandemi covid-19 tidak terdapat pengaruh yang berarti. Nilai rata-rata tingkat pertumbuhan penjualan kargo adalah negatif signifikan, meskipun terdapat perbedaan nilai rata-rata sebesar -0,183625, namun nilai signifikansi menunjukkan angka 0,686 lebih besar dari 0,05. Hal tersebut diartikan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara tingkat pertumbuhan penjualan kargo sebelum dan pada saat pandemi covid-19.

Hasil pengujian *Wilcoxon Rank Test* dapat diketahui bahwa nilai *ties* sebesar 0 memiliki arti bahwa tidak ada nilai realisasi pertumbuhan penjualan kargo pada saat pandemi covid-19 yang signifikan sama besar dengan nilai realisasi pertumbuhan penjualan kargo sebelum pandemi covid-19. Begitupun dengan nilai *p-value* pada tabel *test statistic* adalah 0,721 atau lebih besar dari taraf signifikansi (0,05). Hal tersebut diartikan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara tingkat pertumbuhan penjualan kargo sebelum dan pada saat pandemi covid-19.

Berdasarkan hasil uji *Paired Sample T-Test* dan uji *Wilcoxon Rank Test*, didapati hasil bahwa

tidak terjadi perbedaan penjualan kargo yang signifikan. Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Tosan Anda Andika selaku General Manager pada tanggal 11 April 2022, Hasil penjualan kargo yang tidak signifikan juga dipengaruhi beberapa faktor seperti pengurangan jumlah pesawat menjadi hanya satu dari yang sebelumnya berjumlah lima pesawat, pengurangan ukuran pesawat yang berkapasitas hanya 1 Ton dari yang sebelumnya berkapasitas 4 Ton dan pengurangan jadwal penerbangan yang hanya tiga kali dalam seminggu dengan penerbangan perhari hanya satu sampai dua kali dibandingkan dengan jadwal penerbangan sebelumnya yaitu tujuh kali dalam seminggu dengan penerbangan perhari mencapai lima kali penerbangan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan kargo PT. Garuda Indonesia cabang Lampung berbeda dengan hasil penelitian Hermanto dan Sari (2021) yang mengatakan bahwa penyebab turunnya penjualan terhadap pengiriman barang via udara di area kargo Juanda Surabaya ialah banyaknya pesaing baru yang menawarkan kemudahan terhadap kepuasan customer. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan masalah penjualan kargo di Lampung dan daerah lainnya.

Namun, sebenarnya terjadi peningkatan permintaan jasa kargo pada saat pandemi covid-19, berdasarkan keterangan dari Bapak Tosan Anda Andika selaku General Manager Garuda Indonesia cabang Tanjung Karang, Lampung, pesawat Garuda Indonesia sering mengalami *offload* atau barang yang dikirim melebihi kapasitas yang dapat diangkut pesawat. Peningkatan permintaan jasa kargo yang dialami Garuda Indonesia cabang Lampung, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2021) yang mengatakan bahwa terjadi peningkatan permintaan jasa kargo selama pandemi covid-19 sebesar 27,48% dan merupakan yang paling tinggi diantara enam komponen pendapatan yang lain.

Meskipun terjadi pengurangan baik jumlah maupun kapasitas pesawat, pada saat pandemi covid-19 pendapatan dari penjualan kargo Garuda Indonesia cabang Lampung tidak terlalu jauh berbeda dari sebelum pandemi covid-19 dengan perbedaan rata-rata pertumbuhan penjualan hanya 18,362%. Hal ini diperkuat oleh keterangan dari Bapak Tosan Anda Andika selaku General Manager yang mengatakan bahwa terjadi peningkatan CLF (*Cargo Load Factor*) yang signifikan yaitu satu pesawat dapat mengirimkan kargo hampir 100% atau 1 Ton dari total kapasitas kargo per pesawat di masa pandemi covid-19. Hasil ini lebih baik apabila dibandingkan dengan jumlah angkutan kargo sebelum pandemi covid-19 yang menggunakan lima pesawat dengan angkutan kargo hanya 12,5% atau 500 Kilogram dari total kapasitas kargo per pesawat sebesar 4 Ton.

Salah satu upaya yang dilakukan manajemen Garuda Indonesia dalam meningkatkan penjualan kargo adalah merilis produk sekaligus aplikasi KirimAja. Produk pelayanan jasa KirimAja dirilis pada tahun 2020 atau semenjak kedatangan pandemi covid-19 dan bertujuan untuk meningkatkan penjualan kargo terutama dari komoditas General Cargo. Berdasarkan hasil dari observasi, produk KirimAja menggunakan strategi Bagi Hasil dan harga murah untuk menarik minat customer. Produk KirimAja menawarkan kepada masyarakat terutama customer untuk menjadi mitra KirimAja (*sub-console*) dengan imbalan 50% dari harga pengiriman menjadi milik mitra KirimAja.

Penutup

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara penjualan kargo sebelum dan pada saat pandemi covid-19 di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Cabang. Tanjung Karang, Lampung. Uji Paired Sample T- Test dan uji Wilcoxon Rank Test masing-masing menunjukkan angka 0,686 dan 0,721 atau lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Selisih rata-rata pertumbuhan penjualan kargo hanya 18,362%, hal ini disebabkan oleh perubahan kebijakan manajemen seperti pengurangan jumlah pesawat, perubahan jenis pesawat yang memiliki kapasitas lebih kecil dan pengurangan jadwal penerbangan yang membuat penjualan kargo perusahaan tidak optimal di masa pandemi covid-19. Dalam penentuan kebijakan selama

periode Pandemi Covid-19 sebaiknya pihak manajemen memperhatikan potensi peningkatan permintaan kargo agar mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Daftar Referensi

- Abate, M., Christidis, P., & Purwanto, A. J. (2020). *Government support to airlines in the aftermath of the COVID-19 pandemic*. *Journal of air transport management*, 89, 101931.
- Andrayani, N. putu devi, & Surya, N. S. I. made. (2014). *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Dan Tangibility Assets Terhadap Struktur Modal*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(5), 248891.
- Arisandy, Y. (2018). *Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah*. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4(1).
- Asian Aviation. (2021). *IATA: New industry statistics confirm 2020 as 'worst year on record' due to COVID-19 shutdown*. Diambil kembali dari <https://asianaviation.com/iata-new-stats-confirm-2020-as-worst-year-on-record/>
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Ekonomi Indonesia 2020 Turun sebesar 2,07 Persen (c-to-c)*. Diambil Kembali dari <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c.html>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Jumlah Penumpang Pesawat di Bandara Utama (Orang)*. Diambil Kembali dari <https://www.bps.go.id/indicator/17/66/5/jumlah-penumpang-pesawat-di-bandara-utama.html>
- Carvalho, L., & Costa, T. (2014). *Small and medium enterprises (SMEs) and competitiveness: An empirical study*. *Journal of Management Studies*, 2(2), 88-95.
- Faizah, S. N., & Prakoso, J. A. (2021). *Analisis Perubahan Konsumsi E-commerce Di Indonesia Selama Pandemi Covid-19*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 10(2), 74-83
- Feng, H., Morgan, N. A., & Rego, L. L. (2017). *Firm Capabilities And Growth: The Moderating Role Of Market Conditions*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(1), 76-92.
- Garuda Indonesia Cargo (2022). Diambil Kembali dari <https://cargo.garuda-indonesia.com/Cargo-Service-Center>
- Hassan, U. (2013). *Inter-Relationship between Profitability, Growth and Size: A Case of Non-Financial Companies from Pakistan*. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*.
- Hermanto, O. H. E., & Sari, T. I. (2021). *Analisis Turunnya Omset Penjualan Terhadap Pengiriman Barang Via Udara Di Area Cargo Juanda Surabaya*. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi*.
- Higgins, R. C, Koski, J. L. & Mitton T. (2022). *Analysis for financial management. Thirteen Edition*. McGraw-Hill. Singapore.
- Lechner, C., Soppe, B., & Dowling, M. (2016). *Vertical Coopetition And The Sales Growth Of Young And Small Firms*. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 67-84.
- Parida, V., Patel, P. C., Wincent, J., & Kohtamäki, M. (2016). *Network Partner Diversity, Network Capability, And Sales Growth In Small Firms*. *Journal of Business Research*, 69(6), 2113-2117.
- Santoso, A. (2021). *Analisis Potensi Bisnis Bandar Udara pada masa Pandemi Covid-19 Studi Kasus: Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta*. *Warta Ardhia*, 46(2), 96-109.
- Sari, R., Lie, D., & Butarbutar, M. (2016). *Peranan Periklanan Dan Personal Selling Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Radio Citra Anak Siantar (Cas) 89, 4 Fm Pematangsiantar*. *Jurnal Manajemen*.