

## Perencanaan Strategi Korporasi Bidang Pariwisata Pada Injourney (PT Aviasi Pariwisata Indonesia (Persero))

**Gunawan Aji**

Universitas Islam Negeri Abdurrahman Wahid Pekalongan

Korespondensi Penulis: [gunawanaji@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:gunawanaji@mhs.uingusdur.ac.id)

**Ayu Wahyuning Ragil**

Universitas Islam Negeri Abdurrahman Wahid Pekalongan

Email: [ayuwahyuningragil@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:ayuwahyuningragil@mhs.uingusdur.ac.id)

**Mari Patun Hasanah**

Universitas Islam Negeri Abdurrahman Wahid Pekalongan

Email: [maripatunhasanah@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:maripatunhasanah@mhs.uingusdur.ac.id)

**Naelu Sa'adah**

Universitas Islam Negeri Abdurrahman Wahid Pekalongan

Email: [naelusaadah@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:naelusaadah@mhs.uingusdur.ac.id)

**Abstract.** *Corporate strategy is a comprehensive or integrated strategy established based on the coordination of all areas within a company. The purpose of forming an organization is to achieve goals, whether for public or private organizations. This study aims to determine the corporate strategy of the state-owned enterprise Injourney (PT Aviasi Pariwisata Indonesia) Persero. Indonesian Journey or Injourney is a state-owned holding company in the aviation and tourism industry in Indonesia under the auspices of PT Aviasi Pariwisata Indonesia (Persero). The company's function is to conduct business activities as a holding company in the tourism and supporting industries. The research method used is a qualitative method with a literature analysis approach. The results of this study show that Injourney's corporate strategy in the tourism industry focuses on developing unique products and services, where market research can be conducted to understand the needs and references of consumers in tourism products and services, strengthening business networks to ensure high-quality products and services offered to consumers, strengthening the company's branding in the market by building a strong brand image, building good relationships with consumers, and developing innovation in tourism products and services.*

**Keywords:** *corporate strategy; injourney; tourism.*

**Abstrak.** Strategi korporasi adalah strategi menyeluruh atau strategi terpadu (*integrated strategy*) yang ditetapkan berdasarkan koordinasi seluruh bidang yang terdapat dalam perusahaan. Tujuan dibentuknya suatu organisasi yaitu untuk mencapai tujuan-tujuan baik organisasi publik maupun organisasi private. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi korporasi pada BUMN *Injourney* (PT Aviasi Pariwisata Indonesia) Persero. Indonesian Journey atau *Injourney* adalah BUMN holding industri Aviasi dan Pariwisata Indonesia yang berada di bawah naungan PT Aviasi Pariwisata Indonesia (Persero). Fungsi perusahaan ini untuk menjalankan kegiatan usaha sebagai perusahaan holding di bidang pariwisata dan pendukung. Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi analisis literatur. Hasil penelitian ini strategi korporasi *Injourney*

dalam industri pariwisata adalah fokus pada pengembangan produk dan layanan yang unik dimana dapat dilakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan referensi konsumen dalam produk dan layanan wisata, memperkuat jaringan bisnis untuk memastikan produk dan layanan yang ditawarkan kepada konsumen berkualitas tinggi, memperkuat branding perusahaan di pasar dengan membangun citra merek yang kuat dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen dan mengembangkan inovasi dalam produk dan layanan wisata.

**Kata Kunci:** strategi korporasi; injourney; pariwisata.

## LATAR BELAKANG

Strategi korporasi merupakan taktik menyeluruh atau taktik terpadu (*integrated strategy*) yang ditetapkan sesuai koordinasi seluruh bidang yang terdapat pada perusahaan. Para eksekutif maupun pihak manajemen menjalankan strategi korporasi dengan melakukan pemilihan keputusan yang memiliki dampak bagi strategi atas digunakannya daya dorong tunggal pada usaha (*driving force*).

Seni manajemen korporasi diperlukan perusahaan dalam membentuk keputusan guna memenuhi kepentingan stakeholder yang mana akan menjadi kemaksimalan profit dengan jangka panjang (Chatoth, 2007). Dimensi atas strategi korporasi yakni pertumbuhan dan likuiditas, hal ini mengakibatkan pada perusahaan mana yang akan diputuskan atas investasi dan likuiditas aset perusahaan untuk menaikkan nilai perusahaan.

Tujuan dibentuknya suatu organisasi guna mencapai tujuan-tujuan baik organisasi publik maupun organisasi private. Organisasi korporasi atau perusahaan diciptakan dalam bentuk badan usaha yang umumnya untuk bidang usaha atau bisnis. Bentuk perusahaan dapat bersifat tertutup serta terbuka yang diadaptasi menggunakan kemampuan perusahaan. Perusahaan Terbatas (PT), pada dasarnya baik perusahaan bersifat tertutup juga terbuka mempunyai kecenderungan yang sama yaitu suatu berbadan hukum didasari oleh suatu persekutuan modal melalui perjanjian, dengan menjalankan kegiatan bisnis dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi atas saham serta memenuhi syarat-syarat yang diatur pada UU angka 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Pariwisata et al., 2022)

Dilansir dalam harian Bisnis Indonesia (2022) bahwa eksistensi holding BUMN Pariwisata dan Pendukung atau PT Aviasi Pariwisata (Perseo) dapat menjadi detik terbententuknya ekosistem pariwisata tanah air yang terintegritasi dari hulu ke hilir. Adanya kontribusi dari sektor pariwisata dan ekosistem yang saling menopang menghasilkan pencapaian pendapatan domestik bruto (PDB) pada tahun ini sebesar 4,5%. *InJourney* merupakan pemberian nama atas Holding yang diresmikan oleh Presiden Jokowi pada Kamis,

13 Januari yang bertempat di Kuta Mandalika, Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat yang menjadi daerah Ekonomi Khusus. Sejumlah ekosistem pariwisata yang tidak saling terhubung, direncanakan akan terintegrasi kembali dengan holding. Rick Thohir selaku menteri BUMN menjelaskan bahwa Injourney akan melakukan pengembangan yang selalu terfokus pada pariwisata domestik agar terpenuhinya pelancong dari dalam negeri maupun dari luar negeri. “Dengan mencoba seluruh atas infrastruktur, software yang terintegritasi”, jelasnya. Selanjutnya Erick Thohir menyampaikan bahwa akan membentuk mega ekosistem pariwisata Indonesia dengan holding tersebut. Injourney dengan ini dapat berkaitan atas ekosistem lain untuk pengembangannya yang terdapat pada BUMN, seperti perbankan.

Maya Watanto selaku direktur marketing PT Aviassi Pariwisata Indonesia menyampaikan bahwa 100 hari mendatang ekosistem pariwisata serta penunjang mampu bersinergi, khususnya dalam menghadapi kegiatan internasional seperti MotoGP pada Maret 2022 di Mandalika. “Guna membangunkan kembali atas sempatnya pariwisata yang terpuruk” ujar Maya dalam konferensi pers daring pada Jumat, 14 Januari. Kami menghaturkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah menyampaikan rahmat-Nya, sehingga PT Aviassi Pariwisata Indonesia (Persero) atau “*Injourney*” yg telah resmi terbentuk pada tahun 2021 sebagai Holding BUMN Pariwisata dan Pendukung.

Tahun 2021 menjadi titik balik bagi semua sektor perjuangan agar dapat bangkit dari keterpurukan yang ditimbulkan pandemi COVID-19. Pada tahun yang sama, seiring dengan semakin baiknya capaian vaksinasi pada semua Indonesia, baik Pemerintah, para pelaku perjuangan, serta rakyat melakukan transformasi dan penyesuaian pada menjalani kehidupan di tengah tantangan COVID-19 yang belum usai. Sesuai amanat asal Presiden Republik Indonesia, Ir. H. Jokowi, pembentukan *Injourney* artinya langkah strategis guna memanfaatkan momentum pemulihan ekonomi nasional khususnya sektor aviasi serta pariwisata.

Dalam upaya mengakselerasi pemulihan akibat COVID-19, pihak manajemen menetapkan langkah-langkah strategis dalam rangka akselerasi sektor aviasi dan pariwisata. Injourney sebagai Holding BUMN Pariwisata dan Pendukung pada ekosistem aviasi dan pariwisata memperkuat kolaborasi dan konsolidasi antarlembaga. Berikut ini tantangan dan beberapa hal yang belum terealisasikan karena adanya COVID-19.

Tabel 1. Tantangan dan beberapa hal yang belum terealisasi

No.	Target	Keterangan
1.	Tata kelola keuangan dan pendanaan dalam proses Pembentukan Holding	Belum Terealisasi
2.	Sistem layanan terstandar bagi seluruh holding dan terintegrasi ke seluruh anak usaha di Injourney	Belum ada
3.	Sistem Informasi manajemen secara real time yang dapat diakses oleh anggota holding	Belum terintegrasi
4.	Platform digital pariwisata yang terintegrasi antarmember dan mudah diakses bagi pengguna jasa	Belum ada
5.	Tuntutan peningkatan kualitas SDM untuk meningkatkan daya saing	Belum terlaksana
6.	Service culture yang terintegrasi antaranak perusahaan	Belum ada
7.	Strategi dan program pemasaran yang terintegrasi antaranak perusahaan	Belum ada

Sumber : data diolah penulis

Beberapa aspek kepariwisataan dirancang Injourney dalam mempersiapkan strategi pemulihan bagi sektor pariwisata dengan meliputi aksesibilitas, amenities serta atraksi. Injourney dalam hal program atraksi pariwisata telah mempersiapkan calendar of events atas ‘three key tourism programs’ yakni *music and art*, sport, culinary and culture dengan dikemas dalam “*InJourney Festival*”.

Selama tahun 2021, Dewan Komisaris sudah menjalankan tugas pengawasan serta pemberian nasihat kepada Direksi terkait implementasi strategi manajemen serta pengelolaan Perseroan. Sinergi bersama semua anak usaha diperlukan mampu menjadi langkah besar kebangkitan sektor aviasi serta pariwisata. Sebagai akibatnya pandemi yang sempat terjadi bukan menjadi sebuah halangan, namun sebagai batu loncatan demi meraih masa depan yang lebih baik. Korperasi dan kerja sama antarperusahaan BUMN ini semakin menguatkan potensi meraih capaian bersama untuk sebagai penyedia ekosistem pariwisata unggul pada Indonesia. Langkah strategis dan optimisme inilah yang juga mendasari semangat pemulihan pariwisata Indonesia. Injourney optimis bisa memberikan layanan inklusif kepada seluruh wisatawan baik pada waktu bepergian wisata, akomodasi, serta kualitas destinasi pariwisata yang bertaraf internasional. Mengakhiri tahun 2021, PT Aviasi bersiap meraih masa depan sektor aviasi dan pariwisata Indonesia, bersinergi dengan semua anak usaha, dan mengembalikan Indonesia sebagai primadona panggung pariwisata mancanegara.

Berdasarkan latar belakang pada penjelasan di atas untuk mencapai visi dan misi serta upaya meningkatkan kemajuan pariwisata, PT aviasi wajib menjalankan strategi korporasi. Dimana dengan demikian, bidang pariwisata bisa berkembang sejak kini sampai masa

mendatang. Sehingga diperlukan berbagai strategi manajemen yang tepat dalam menjalankannya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi analisis literatur. Studi literatur adalah cara menganalisis dalam penelitian. Metode ini digunakan pada banyak peneliti pemula dalam menyelesaikan penelitian pada tahap pengumpulan data. Teknik analisis data literatur menekankan pada referensi atau pustaka mana yang sekiranya dibuat acuan peniliti untuk melakukan penelitian. Hampir semua jenis penelitian pastinya membutuhkan teknik analisis data yang satu ini untuk kebutuhan penelitian. Adapun data yang dikumpulkan dalam penelitian ini bersumber dari tulisan, laporan keuangan perusahaan PT Aviase Pariwisata Indonesia (Persero), ebook, dan informasi elektronik yang dapat dipercaya keabsahannya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Penerapan Strategi Korporasi Terhadap BUMN Injourney**

Perusahaan didirikan biasanya memiliki maksud dan tujuan yang kentara serta dengan memperkirakan sumber daya yang dimilikinya. Pembentukan korporasi ialah organisasi atau perusahaan yang bergerak pada bidang bisnis atau usaha yang berbadan hukum ataupun tak berbadan hukum. Menggunakan pendirian korporasi bagi seseorang bisa memulai dengan memiliki penghasilan sendiri dimana menetapkan sasaran yg jelas serta produk yang didapatkan bisa diterima oleh warga atau pasar. Dengan mendirikan perusahaan bertujuan guna memperoleh keuntungan secara finansial, menguntungkan, mempunyai etika bisnis yang baik, serta berkelanjutan untuk memastikan keberhasilannya serta menaikkan nilai jangka panjangnya (Katharina, 2022)

Pada dunia usaha, strategi artinya suatu rancangan demi mencapai masa depan yang : (1) menyangkut cara mengukur keadaan yang sedang terjadi serta dan mengantisipasi atas faktor-faktor digunakannya pelanggan dan pesaing (sebagai lingkungan eksternal) serta keadaan perusahaan (sebagai lingkungan internal), (2) proses envisioning berfungsi baru maupun lebih efektif untuk lebih kreatif, dan (3) aligning kebijakan, implementasi baik, kehandalan dan sumber daya guna mewujudkan visi (Sulisworo, 2010). Sementara dari Indriastuti, korporasi merupakan selayaknya tumbuhan dengan memiliki cabang yang banyak yakni unit bisnis, yang selalu diperingatkan sebagai pioneer dunia. Namun, adanya perubahan pasar secara cepat dapat mengakibatkan konsumen yang tidak mudah dipahami, dengan membentuk perusahaan

korporat yang sedikit mampu menemukan pasar baru dan dapat mengganti pola pilihan pelanggan oleh pasar yang sudah terbentuk (Indriastuti, 2010).

Sebagai akibatnya, tugas dari korporat sendiri adalah bagaimana membangun produk menggunakan fungsi yang menarik, membangun produk yang tidak dibayangkan pelanggan. Hal ini dibutuhkan pada penyusunan strategi korporasi, yaitu sebuah korporasi wajib mempunyai kompetensi inti bagi perusahaannya. Maka pengertian strategi manajemen korporasi adalah strategi yang mencerminkan semua arah perusahaan, menggunakan tujuan menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan secara menyeluruh dan manajemen banyak sekali macam usaha lini produk (Indriastuti, 2010). Pada penyusunan strategi korporat ini harus memperhatikan core business perusahaan. Selain itu juga bisa melalui strategi korporat dengan memilih industri dimana perusahaan menjalankan kegiatan dan operasionalnya melalui penyebaran aneka macam bisnis atau lini produk. Strategi korporat dapat membantu perusahaan memilih strategic positioning yang baru yang bisa menaikkan value (nilai) perusahaan.

Berkembangnya sektor pariwisata sudah menaikkan para pemilik modal demi mendirikan berbagai fasilitas layanan termasuk jasa perjalanan wisata baik pada dalam maupun luar negeri, dimana salah satunya dilakukan oleh BUMN Injourney (PT Aviasi Pariwisata Indonesia) Persero. Indonesian Journey atau Injourney artinya BUMN holding industri Aviasi serta Pariwisata Indonesia yang berada pada bawah naungan PT Aviasi Pariwisata Indonesia. Fungsi perusahaan ini bertugas untuk menjalankan aktivitas usaha sebagai perusahaan holding di bidang pariwisata serta pendukung. PT Aviasi Pariwisata Indonesia (Persero) telah dibuat sebagai BUMN Pariwisata dan Pendukung sudah sejak tahun 2021, dengan anggotanya terdiri dari PT Angkasa Pura I, PT Angkasa Pura II, PT Hotel Indonesia Natour, PT Pengembangan Pariwisata Indonesia, PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko, dan PT Sarinah berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia angka 104 Tahun 2021 tentang Penyertaan Modal Negara Republik Indonesia ke Dalam Modal Saham Perusahaan Perseroan (Persero) PT Aviasi Pariwisata Indonesia (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor Tahun 2021 nomor 228).

Perusahaan ini sebelumnya bernama PT Survai Udara Penas yang kemudian berganti nama setelah ditunjuk menjadi induk holding pariwisata serta pendukung. Perubahan nama tadi merujuk pada Peraturan Pemerintah (PP) angka 72 Tahun 2021 perihal Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 48 Tahun 1991 tentang Pengalihan Bentuk Perusahaan Umum (Perum) Survai Udara (Penas) menjadi Perusahaan Perseroan (Persero). Sedangkan tugas dan

tujuan holding perusahaan BUMN Injourney telah tercantum pada Peraturan Pemerintah No 72 Tahun 2021, yaitu pada Pasal 2 hukum ini mengungkapkan bahwa PT Aviassi Pariwisata Indonesia mempunyai maksud dan tujuan guna menjalankan aktivitas usaha sebagai perusahaan holding di bidang pariwisata serta pendukung.

PT Aviassi Pariwisata Indonesia (Persero) atau Injourney memiliki anak perusahaan yaitu PT Angkasa Pura I, PT Angkasa Pura II, PT Hotel Indonesia Natour, PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko serta PT Sarinah.

Jajaran Direksi PT Aviassi Pariwisata yang telah ditetapkan pada tanggal 4 Oktober 2021 lalu. Berikut nama – nama Direksi PT Aviassi Pariwisata Indonesia (Persero) :

1. Direktur Utama : Dony Oskaria
2. Wakil Direktur Utama : Edwin Hidayat Abdullah
3. Direktur SDM dan Digital : Herdy Rosadi Harman
4. Direktur Pemasaran dan Program Pariwisata : Maya Watono
5. Komisaris Utama : Triawan Munaf
6. Komisaris : Odo Manuhutu
7. Komisaris : Wihana Kirana Jaya
8. Komisaris Independen : Elwin Mok

Melalui pembentukan Holding PT Aviassi Pariwisata Indonesia (Persero) atau Injourney ialah ekosistem pariwisata multi sektor yang terlengkap serta terbesar pada Asia Tenggara, Injourney mentransformasi anggota holding guna berkembang sebagai perusahaan yang kompetitif, sehat, serta berdampak besar bagi kemajuan sektor pariwisata Indonesia. Perusahaan ini terdiri dari layanan bandar udara serta kargo, destinasi pariwisata, hotel, dan manajemen retail produk dan industri kreatif, Injourney telah siap menjadi pelopor Holding Pariwisata serta Pendukung yang saling terhubung asal hulu hingga hilir secara keseluruhan, kolaboratif, serta inklusif. Sinergi beserta semua anak perjuangan dibutuhkan bisa menjadi langkah besar pada kebangkitan sektor aviasi serta pariwisata. Sehingga, pandemi COVID-19 yang sempat terjadi bukan sebagai sebuah halangan, namun menjadi batu loncatan guna meraih masa depan yang lebih baik.

Di tahun 2019, donasi sektor pariwisata terhadap PDB mencapai 4,7% yang kemudian pada tahun 2021 PDB berada pada angka 4,1%. Hal ini artinya dampak adanya pandemic COVID-19, tetapi berdasarkan perhitungan pemerintah syarat ini akan kembali normal pada tahun 2024 dengan donasi diperkirakan 4,5%. Angka tersebut tentu tidaklah mudah dicapai saat mobilitas masyarakat masih dibatasi meski tidak seketat tahun lalu.

Guna mencapai visi serta misi serta upaya menaikkan kemajuan pariwisata, PT Aviassi mempunyai langkah – langkah strategi korporasi yang tepat untuk menjalankannya. Langkah pertama, Injourney melakukan riset pasar yang menyeluruh untuk memahami kebutuhan serta referensi konsumen dalam produk dan layanan wisata. Dengan memahami pasar, perusahaan bisa menyesuaikan produk dan layanan yang ditawarkan dengan harapan konsumen serta memperkuat posisi *Injourney* di pasar. Kedua, *Injourney* menciptakan dan memperluas jaringan bisnis dengan mitra serta pemasok di seluruh global guna memastikan bahwa produk dan layanan yang ditawarkan kepada konsumen berkualitas tinggi dan mempunyai nilai tambah yang signifikan. Menggunakan jaringan bisnis yang kuat memungkinkan Injourney untuk menunjukkan paket perjalanan yang unik serta terbaik menggunakan harga yang kompetitif.

Ketiga, *Injourney* dapat memperkuat branding perusahaan pada pasar dengan menciptakan gambaran merek yang kuat dan menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen. Perusahaan menempatkan pentingnya pada layanan pelanggan yang ramah serta responsif serta memastikan bahwa konsumen merasa puas dengan pengalaman mereka. Kemudian yang terakhir, Injourney melakukan pengembangan teknologi serta penemuan dalam produk serta layanan wisata. Perusahaan terus memantau tren dan inovasi pada industri pariwisata serta menyesuaikan strategi korporasi guna mencerminkan perubahan dan kemajuan pada bidang ini.

Sehingga dalam keseluruhannya, strategi manajemen korporasi *Injourney* dalam industri pariwisata ialah penekanan pada pengembangan produk serta layanan yang unik, memperkuat jaringan usaha, memperkuat branding perusahaan, serta menyebarkan inovasi dalam produk serta layanan.

### **Pandangan terhadap Penerapan Tata Kelola Perusahaan**

Penerapan tata kelola pada *Injourney* dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance/“GCG”*), peraturan dan ketentuan yang berlaku, serta sinkron dengan maksud dan tujuan pendirian perusahaan. Dalam melaksanakan tugas dan fungsi, Dewan Komisaris berpedoman di prinsip-prinsip tata kelola yang baik : independensi, transparansi dan itikad baik, serta mengacu di ketentuan Anggaran Dasar Perusahaan serta peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pengangkatan serta penunjukan organ-organ tata kelola, baik fungsi pengawasan juga fungsi eksekutif, yang sudah dilaksanakan tahun 2021 menegaskan sudah mulai diletakkanya fondasi-fondasi tata kelola



perusahaan yang baik. Menjadi BUMN, penerapan *Good Corporate Governance* pada Injourney tunduk pada Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-01/MBU/2011 tentang Penerapan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance*) di BUMN, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-09/MBU/2012. Dalam pelaksanaannya, Dewan Komisaris senantiasa mengingatkan Direksi guna mempersiapkan fondasi serta implementasi tata kelola yang kuat, serta senantiasa menerapkan praktik tata kelola yang baik pada setiap kegiatan serta aksi korporasi yang dijalankan Direksi. Selain itu, Dewan Komisaris melalui Komite Manajemen Risiko Usaha, Investasi & GCG terus mengawal penerapan GCG di perusahaan dengan melakukan evaluasi setiap bulannya.

Realisasi strategi besar Injourney tentu perlu didukung oleh kesiapan dan kemampuan finansial yang kokoh. Oleh karena itu, Injourney meletakkan fondasi awal penataan modal serta sistem keuangan dan meningkatkan secara optimal biaya, pada rangka upaya mencari dana, memperkuat permodalan, dan memperbaiki kinerja keuangan grup secara konsolidasi. Meningkatkan secara optimal biaya secara konsolidasi juga akan menghilangkan eliminated revenue serta hidden cost, menaikkan shared service, dan menaikkan efisiensi pada jangka panjang.

### **Strategi Keuangan Injourney**

Tahun 2021 anak-anak usaha Injourney berhasil melakukan inisiatif strategis dan menorehkan pencapaian-pencapaian terkait tata kelola keuangan. Pendapatan usaha periode 2021 melebihi Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP). Pencapaian ini tidak terlepas berasal dari beberapa inisiatif, antara lain implementasi sistem guna melindungi pendapatan, inisiatif fokus peningkatan pendapatan, dan *cost leadership/optimization*. Kedepannya, *Injourney* berkomitmen demi meneruskan pencapaian-pencapaian ini dengan menetapkan strategi manajemen tata kelola keuangan melalui valuasi perusahaan optimal, sinergi bisnis yang berkelanjutan, dan proses manajemen risiko. Penguatan manajemen permodalan (*capital management*) ditujukan guna memperkuat neraca dan struktur permodalan serta profitabilitas, termasuk di dalamnya reprofiling dan restrukturisasi utang anak usaha, pendanaan PMN, *group fundraising, asset recycling, & optimalisasi underutilized asset*. Strategi manajemen cash and cost leadership menopang pengelolaan manajemen kas yang terintegrasi demi menjaga taraf likuiditas yang sehat, serta efisiensi dan produktivitas biaya optimal secara konsolidasi.

Pada tataran teknis, strategi ke depan *InJourney* antara lain:

1. Menaikkan kemampuan pembiayaan (*financing advantage*) menggunakan menggalang pendanaan bagi anak perjuangan dan pendanaan internal beserta;
2. Menetapkan strategi manajemen pengembangan menyeluruh (*alignment development strategy*) melalui pemberian arahan strategis terpusat berasal InJourney, menyelaraskan RKAP dan RJPP bersama seluruh anak usaha, dan penataan hub-spoke serta kerja sama antara *airline – airport – destinasi*;
3. Meningkatkan secara optimal layanan beserta (*shared services optimization*) melalui pemanfaatan sistem IT beserta, efisiensi joint procurement, dan program pendidikan dan pelatihan asal daya manusia yg terintegrasi;
4. Kolaborasi operasional (*operational engagement*) yang direalisasikan melalui budgeting serta monitoring, menerapkan SLG secara group holding, dan mendukung kegiatan operasional secara sinergis antar OpsCo (*support event*);
5. Menjalankan sinergi usaha yang lebih baik (*fostering business synergy*) dengan mengupayakan sales synergy (integrasi loyalty program), *operational synergy*, serta *marketing synergy*.

Pada penentuan sejumlah strategi manajemen perusahaan, Direksi berperan aktif dalam proses formulasi strategi sejak dalam tahap memberi arahan strategis perusahaan, menyelaraskan strategi manajemen keseluruhan grup, memilih strategi serta kebijakan, hingga memberi evaluasi serta menjalankan fungsi kendali terhadap implementasi strategi dan kebijakan yg sudah ditetapkan (Tahunan, 2021)

## KESIMPULAN DAN SARAN

InJourney adalah sebuah perusahaan pariwisata yang berbasis di Indonesia yang menawarkan paket perjalanan wisata dalam dan luar negeri. Dalam strategi korporasi perusahaan, InJourney fokus pada pengembangan produk dan layanan wisata yang unik dan berkualitas tinggi serta memperkuat branding perusahaan di pasar. Pertama-tama, *InJourney* melakukan riset pasar yang menyeluruh untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen dalam produk dan layanan wisata. Dengan memahami pasar, perusahaan dapat menyesuaikan produk dan layanan yang ditawarkan dengan harapan konsumen dan memperkuat posisi InJourney di pasar. Selain itu, *InJourney* juga membangun dan memperluas jaringan bisnis dengan mitra dan pemasok di seluruh dunia untuk memastikan bahwa produk dan layanan yang ditawarkan kepada konsumen berkualitas tinggi dan memiliki nilai tambah yang signifikan.

Jaringan bisnis yang kuat ini memungkinkan InJourney untuk menawarkan paket perjalanan yang unik dan terbaik dengan harga yang kompetitif. *InJourney* juga memperkuat branding perusahaan di pasar dengan membangun citra merek yang kuat dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Perusahaan menempatkan pentingnya pada layanan pelanggan yang ramah dan responsif serta memastikan bahwa konsumen merasa puas dengan pengalaman perjalanan mereka. Terakhir, InJourney melakukan pengembangan teknologi dan inovasi dalam produk dan layanan wisata. Perusahaan terus memantau tren dan inovasi dalam industri pariwisata dan menyesuaikan strategi korporasi mereka untuk mencerminkan perubahan dan kemajuan di bidang ini. Strategi korporasi *InJourney* dalam industri pariwisata adalah fokus pada pengembangan produk dan layanan yang unik, memperkuat jaringan bisnis, memperkuat branding perusahaan, dan mengembangkan inovasi dalam produk dan layanan. PT Aviassi ini juga memiliki strategi keuangan dalam menjalankan visi dan misinya. PT Aviassi menetapkan strategi tata kelola keuangan melalui valuasi perusahaan optimal, sinergi bisnis yang berkelanjutan, dan proses manajemen risiko.

#### **DAFTAR REFERENSI**

- Herawati, H. (2019). Strategi Korporasi dalam Menghadapi Pengaruh Perubahan Prilaku Konsumen Terhadap Minat Tarik Tunai di ATM. *Commerce Jurnal Ilmiah Politeknik Piksi Input Serang*, 7(1).
- Indriastuti, H. (2020). *Manajemen Strategi 4.0*. UNY Press, 1–81.
- Katharina, K. (2022). Faktor-Faktor Penentu Strategi Korporasi Dalam Perubahan Teknologi Dan Kemampuan Inovasi. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 20(1). <https://doi.org/10.32524/jkb.v20i1.383>
- Pariwisata, A. S. A. B., Eko-, K. K., Ratu, P., Menurutnya, D. O., & Pariwisata, M. (2022). Asa baru pariwisata. 12419.
- Sulisworo, D. (2010). Strategi korporasi. *September*, 41–42.'
- Tahunan, L. (2021). The future of indonesia's aviation & tourism.
- Lasalewo, T. (2012). Perancangan Strategi Korporasi Industri Pakaian Jadi PT. XYZ Kota Gorontalo. *Prosiding Seminar Nasional Industrialisasi Madura*, 1(1), 1–6.
- Palondongan, P. R., Mangunwihardjo, S., & Mahfudz. (2017). Perencanaan Strategi Korporasi Sebagai Upaya Pencapaian Target Persediaan Batubara. 1–20.
- Tambunan, R., Sinulingga, F., & Putra, F. (2016). Peranan Strategi Korporasi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt. Panin Life Medan. *Jurnal Ekonomi Saintek*, 5, 1–16.