

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin ketatnya persaingan bisnis dibidang penerbangan, setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha penerbangan harus pandai dalam pengaturan strategi pemasaran maupun pelayanan untuk menarik kepercayaan konsumen terhadap masing-masing maskapai penerbangan. Persaingan yang ketat dalam bidang usaha jasa transportasi udara saat ini banyak terjadi pada maskapai penerbangan yang menerapkan penerbangan dengan biaya murah (*low cost carrier*). Untuk bisa tetap berjaya, maka sudah selayaknyalah masing maskapai penerbangan mempunyai strategi yang tepat didalam membidik calon penumpang dengan cara memilih dan menentukan target pasar atau pemilihan lapisan masyarakat yang dituju agar sesuai antara pelayanan yang diberikan dengan harga tiket yang dijual dan yang paling penting tidak mengabaikan keselamatan penerbangan.

Melihat perkembangan usaha GARUDA INDONESIA dalam bisnis maskapai penerbangan pada akhir-akhir ini memang patut diacungi jempol. Hal ini dikarenakan adanya program-program baru yang mulai dirilis pada tahun 2010-2011. GARUDA INDONESIA saat ini sedang melaksanakan program "*quantum leap*" dan pengembangan dan *revitalisasi armada* menjadi salah satu fokus utamanya. Sebagai maskapai penerbangan Nasional "ber-plat

merah”, apa yang telah diupayakan pihak GARUDA INDONESIA untuk memberikan pelayanan terbaik bagi para pelanggannya sudah mengalami kemajuan. GARUDA INDONESIA telah menggunakan beberapa pesawatnya yang terbaru. Beberapa pesawat tersebut telah diperbaharui tampilan eksteriornya untuk menyegarkan penampilan maskapai ini. Kabin pesawat yang baru juga dilengkapi dengan PTV (*Personal Television*) termasuk "AVOD" (Audio Video On Demand) pada setiap kursinya, 11 inci untuk kelas bisnis dan 8 inci untuk kelas ekonomi. Warna biru yang dominan pada kursi lama pesawat juga diubah. Warna merah *maroon* digunakan pada kursi kelas bisnis, sedangkan kombinasi warna coklat tua - coklat muda digunakan pada kursi kelas ekonomi. Begitu pula dengan pengiriman pesawat baru secara bertahap baik tipe Boeing 777 ataupun pesawat Bombardier untuk menjelajah kawasan timur Indonesia.

Untuk menerapkan konsep layanan *Garuda Indonesia Experience*, saat ini pihak GARUDA INDONESIA masih tetap konsisten dengan pada disiplin para personil layanan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan standar pada setiap aspek sebagai pondasi dasarnya. Pelanggan dari GARUDA INDONESIA sendiri dari tahun ke tahun semakin meningkat seiring dengan pesatnya perkembangan bisnis penerbangan di Indonesia. Untuk itu usaha agar kepuasan pelanggan tetap terjaga GARUDA INDONESIA selalu meng-upgrade kualitas pelayanannya baik Nasional maupun Internasional dari jajaran direksi beserta para stafnya ataupun pelayanan dari para awak kabin yang menjadi ujung tombak pelayanan itu sendiri.

Kesemua hal yang telah dilakukan oleh GARUDA INDONESIA seperti penulis sebutkan diatas, pada dasarnya untuk menepis anggapan negatif mengenai dunia penerbangan di Indonesia, seperti sering terjadinya kecelakaan pesawat udara pada armada-armada pesawat yang digunakan oleh maskapai penerbangan di Indonesia yang melayani rute-rute penerbangan domestik. Kejadian-kejadian ini tentunya berimbas pada maskapai penerbangan GARUDA INDONESIA, yang selama ini juga melayani rute penerbangan domestik. Manakala terjadi kecelakaan pesawat udara dalam penerbangan, maka tudingan orang pasti diarahkan kepada pihak manajemen maskapai penerbangan yang kurang memperhatikan aspek keselamatan dan keamanan penerbangan.

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, salah satunya adalah harga. Harga merupakan salah satu faktor penting, karena harga dapat menjadi alasan utama pelanggan memilih produk atau jasa . Harga adalah satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan. Harga merupakan salah satu elemen yang fleksibel, karenanya harga dapat berubah sewaktu-waktu. Harga juga dapat menjadi penentu keberhasilan perusahaan karena harga dapat menentukan seberapa besar keuntungan yang diperoleh dari penjualan produk maupun jasa (Jacub dan Laksono, 2012)

Bukti fisik merupakan seberapa baik penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan. Penampilan fisik pelayanan, karyawan, dan komunikasi akan memberikan warna dalam pelayanan pelanggan. Tingkat kelengkapan peralatan atau teknologi yang

digunakan akan berpengaruh pada pelayanan pelanggan. Karyawan adalah sosok yang memberikan perhatian terkait dengan sikap, penampilan dan bagaimana mereka menyampaikan kesan pelayanan. Dalam hal ini sejauh mana perusahaan memfasilitasi sarana komunikasi sebagai upaya untuk memberikan kemudahan dalam pelayanan adalah hal yang tidak terpisahkan (Assegaff, 2009).

Keandalan merupakan suatu kemampuan dalam memenuhi janji (tepat waktu, konsisten, kecepatan dalam pelayanan). Pemenuhan janji dalam pelayanan akan terkait dan mencerminkan kredibilitas perusahaan dalam pelayanan. Tingkat kompetensi perusahaan juga dapat dilihat dari sini. Keandalan berkaitan dengan kemungkinan suatu produk melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu (Hartono, 2008).

Daya tanggap merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan. Adapun bentuk kepedulian tersebut dapat dilakukan baik melalui pencapaian informasi atau penjelasan-penjelasan ataupun melalui tindakan yang dapat dirasakan manfaatnya oleh pelanggan (Assegaff, 2009).

Jaminan merupakan pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kerja yang baik, sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Tingkat pengetahuan mereka akan menunjukkan tingkat kepercayaan bagi

pelanggan, sikap ramah, sopan bersahabat adalah menunjukkan adanya perhatian pada pelanggan (Pertiwi, 2008).

Empati adalah memberikan jaminan yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan pelanggan. Tingkat kepedulian dan perhatian perusahaan pada pelanggannya secara individual akan sangat didambakan oleh pelanggan. Kepedulian terhadap masalah yang dihadapi pelanggan, mendengarkan serta berkomunikasi secara individual, kesemuanya itu akan menunjukkan sejauh mana tingkat pelayanan yang diberikan (Assegaff, 2009).

Dalam hal ini kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Atmawati dan Wahyuddin, 2007).

Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian Jacob dan Laksono (2012) yang berjudul “ Pengaruh Pelayanan dan Harga Sparepart terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kausal Bengkel Cahaya Motor Yamaha-Jakarta)” dimana penelitian ini menjelaskan bahwa faktor harga, bukti fisik, keandalan, empati, jaminan, dan daya tanggap memiliki peran penting dalam pencapaian

kepuasan pelanggan. Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah adalah tempat dan objek penelitian yaitu maskapai penerbangan GARUDA INDONESIA di kota Solo.

Alasan yang mendasari pemilihan objek penelitian ini adalah GARUDA INDONESIA merupakan salah satu maskapai yang menawarkan jasa pelayanan yang berkualitas dengan mengutamakan aspek keselamatan dan keamanan penerbangan dengan harga tiket yang bersaing. Harga yang ditawarkan GARUDA INDONESIA sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga pengguna jasa penerbangan mendapat kepuasan ketika melakukan penerbangan bersama GARUDA INDONESIA.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan diatas, maka penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MASKAPAI PENERBANGAN GARUDA INDONESIA DI KOTA SOLO”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, penulis mengajukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Tangibles* (berwujud), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati) terhadap kepuasan pelanggan?
2. Bagaimana pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pelanggan

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Tangibles* (berwujud), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), dan *Emphaty* (empati) terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan terutama bidang kualitas layanan jasa.

2. Secara praktis

- a. Bagi Objek Penelitian

Sebagai bahan pertimbangan dalam mengevaluasi mengenai strategi layanan jasa yang telah dijalankan sudah tepat sasaran atau perlu melakukan evaluasi lebih lanjut.

- b. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan dapat mengaplikasikan ke dunia kerja nyata tentang pentingnya kualitas layanan yang

berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Garuda Indonesia.

c. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan bagi para pembaca yang lain dalam memahami isi secara keseluruhan dari hasil penelitian ini, penulis membagi isi penelitian dalam lima bab sebagaimana tersebut di bawah ini:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan landasan teori yang terdiri dari definisi pelayanan, kualitas pelayanan, definisi kualitas pelayanan, dimensi kualitas pelayanan, penelitian terdahulu dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai desain penelitian, kerangka pemikiran, definisi operasional, populasi, sampel dan teknik sampling, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini diuraikan gambaran umum PT. GARUDA INDONESIA, serta hasil analisis data statistik yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas instrumen, analisis linier berganda dan uji statistik (uji t, uji F dan uji koefisien determinasi).

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari penelitian yang penulis lakukan terhadap obyek penelitian serta saran yang kemungkinan bisa dijadikan bahan rekomendasi kepada pihak manajemen Garuda Indonesia dalam hal peningkatan kualitas pelayanan.