BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri jasa penerbangan di Indonesia, khususnya untuk penerbangan komersial berjadwal semakin marak, sejak dikeluarkannya deregulasi yang mengatur transportasi udara pada tahun 1999, berupa serangkaian paket deregulasi, salah satunya adalah Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 81 Tahun 2004 tentang Pendirian Perusahaan penerbangan di Indonesia. Banyaknya jumlah maskapai penerbangan yang beroperasi di Indonesia secara langsung menciptakan persaingan yang cukup ketat. Walaupun menghadapi tekanan dengan meningkatnya harga bahan bakar, industri penerbangan nasional tetap mengalami pertumbuhan yang pesat.

Perkembangan jasa pelayanan maskapai penerbangan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Hal itu dapat dilihat dari ketatnya persaingan pelayanan, harga dan promosi yang ditawarkan berbagai maskapai penerbangan. Daya tarik *(attractiviness)* industri penerbangan cukup besar dan menjanjikan. Hal ini dapat dilihat banyaknya industri penerbangan yang menggeluti bisnis tersebut, begitu juga dengan Maskapai *Express Airlines*, maskapai nasional dan domestik yang mencoba mempertahankan tarif dengan menyesuaikan kualitas pelayanan maksimal dari Maskapai *Express Airlines* yang sudah memang diakui oleh seluruh pengguna fasilitas jasa penerbangan.

Dilihat dari *market size,* industry penerbangan cukup menggiurkan, setiap hari diseluruh dunia lebih dari tiga juta penumpang yang terbang lewat udara. Suatu ukuran pasar yang cukup besar. Permintaan *(demand)* akan angkutan udara masih memungkinkan meningkat diatas jumlah tersebut,terlebih pada musim sibuk *(peak season)* seperti hari libur anak sekolah dan kuliah, hari besar keagamaan atau musim-musim tertentu/hari biasa *(low season).* Saat ini, kegiatan pemasaran merupakan proses yang terintegrasi, yaitu berfokus pada pelanggan. Survei kepuasan pelanggan bermanfaat untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja internal jasa yang bersangkutan. Data dari survei kepuasan pelanggan seperti ini dapat mendorong manajemen Maskapai *Express Airlines* untuk memahami perilaku pelanggan sehingga dapat dijadikan bahan yang sangat penting untuk menyusun *costumer relationship managemen*.

Setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang jasa maupun nonjasa, dalam melakukan kegiatan bisnis memerlukan strategi yang mampu menempatkan perusahaan pada posisi yang terbaik, mampu bersaing serta terus berkembang dengan mengoptimalkan semua potensi sumber daya yang dimiliki (Sitepu, 2005). Perusahaan jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan perusahaan nonjasa. Pemasaran jasa penerbangan merupakan suatu proses penyesuaian antara permintaan penumpang pada saat ini, permintaan potensial, permintaan masa depan, dan penawaran dari suatu maskapai penerbangan (Natalisa, 1995).

Untuk menjadi perusahaan yang kompetitif tentu harus memenuhi sejumlah kriteria, salah satu kriteria adalah kepuasan pelanggan yang bersifat

dinamis yang sangat dipengaruhi oleh kemajuan-kemajuan yang diraih dalam teknologi telekomunikasi dan teknologi informasi. Selama ini Maskapai *Express Airlines* berjalan tegak diantara banyaknya perusahaan sejenis lainnya, dan selama ini pula Maskapai *Express Airlines* "menemani" masyarakat luas, khususnya bagi para penduduk Indonesia yang senang melakukan perjalanan bagi keperluannya. Begitulah Maskapai *Express Airlines* hadir ditengah kesibukan pelanggan untuk menyediakan berbagai keperluan yang diinginkan para pelanggan. Dengan kepuasan yang diperoleh pelanggan maka dengan sendirinya perusahaan tersebut telah menciptakan *image* yang positif terhadap pelanggan, yang biasanya perusahaan perlu menambahkan adanya pemberian jaminan produk atau jasa yang telah dibeli oleh pelanggan.

Baik buruknya citra suatu perusahaan tergantung dari pelayanan yang diberikan dalam memuaskan pelanggan pada kehidupan sehari-hari, sekaligus perusahaan harus berupaya untuk mampu menghadapi pasar yang semakin kompetitif saat ini dalam beraktifitas, maka selayaknya bagi perusahaan memperhatikan lebih mendalam lagi mengenai arti pentingnya kepuasan pelanggan, karena perusahaan mutlak tergantung dari ada atau tidaknya perhatian terhadap pelanggan dengan peningkatan pelayanan demi meningkatkan kepuasan yang diberikan Maskapai *Express Airlines*.

Berdasarkan permasalahan diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan *Express Airlines* di Bandara Babullah Ternate "**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, sebagai rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari (*tangible, reliability, responsiveness*, *assurance,* dan *empathy*) terhadap kepuasan pelanggan maskapai Express Airlines di Bandara Babullah Ternate?
2. Dimensi variabel kualitas pelayanan manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini secara umum adalah untuk mengetahui sejauh mana mutu pelayanan terutama:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari (*tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy*) terhadap kepuasan pelanggan Maskapai *Express Airlines* di Bandara Babullah Ternate
2. Untuk menganalisis pengaruh variabel mana yang dominan dari kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) terhadap kepuasan pelanggan Maskapai *Express Airlines* di Bandara Babullah Ternate.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan bagi Maskapai *Express Airline*s dalam rangka menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai pelayanan dan kepuasan pelanggan jasa penerbangan.

2. Manfaat Praktis

   a. Sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan bagi peneliti untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat selama mengikuti perkuliahan khususnya terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan.

   b. Sebagai referensi bagi peneliti lainnya dalam melakukan penelitian yang sama di masa yang akan datang.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan uraian mengenai kajian pustaka pada penelitian-penelitian sebelumnya dan kajian teori yang mendasari karakteristik dari pada setiap variabel.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi uraian mengenai variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulann data, dan metode analisinya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian serta analisis data dan pembahasan hasil pengujian sesuai dengan alat analisis yang telah digunakan.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian dan saran-saran yang bisa digunakan sebagai referensi untuk penelitian serupa di masa yang akan datang.