

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Garuda Indonesia (PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk;IDX: GIAA) adalah maskapai penerbangan nasional Indonesia. Garuda adalah nama wahana tunggangan Dewa Wisnu dalam mitologi India kuno. Pada tahun 2007, maskapai ini bersama dengan maskapai Indonesia lainnya (termasuk anak perusahaan Garuda Indonesia, Citilink), dilarang terbang menuju Eropa karena kejadian yang menimpa pesawat Garuda Indonesia nomor penerbangan 200. Setahun kemudian, maskapai ini menerima sertifikasi IATA Operational Safety Audit (IOSA) dari IATA yang menunjukkan Garuda Indonesia telah memenuhi standar keselamatan penerbangan Internasional. Perbaikan layanan dan meningkatnya kualitas layanan maskapai membuat Garuda menjadi pemenang kategori "World's Most Improved Airline" dari Skytrax. 1 Juni 2010 menjadi hari bersejarah bagi Garuda Indonesia, di mana pembukaan kembali rute Amsterdam dilaksanakan menggunakan Pesawat Airbus A330-200 dengan perhentian di Dubai. Tahun 2013, Garuda Indonesia mendapat dua penghargaan dari Skytrax yaitu "World Best Economy Class" dan "World Best Economy Class Seat". Pada pertengahan tahun 2014, Garuda Indonesia mendapat penghargaan "World's Best Cabin Crew" (Garuda-Indonesia, 2017).

Garuda Indonesia adalah maskapai penerbangan Indonesia yang berkonsep sebagai *full service airline*. Istilah Full Service Airline berarti maskapai dengan pelayanan penuh. Saat ini Garuda Indonesia mengoperasikan 82 armada untuk melayani 33 rute domestik dan 18 rute internasional termasuk Asia (Regional Asia Tenggara, Timur Tengah, China, Jepang dan Korea Selatan), Australia serta Eropa (Belanda). Sebagai bukti dari keunggulan Garuda Indonesia, berbagai penghargaan pun telah diterima oleh Garuda Indonesia. Pada tahun 2010, Skytrax menobatkan Garuda Indonesia sebagai "Four Star Airline" dan sebagai "*The World's Most Best Improved Airline*". Selanjutnya pada Juli 2012, Garuda

Indonesia mendapatkan penghargaan sebagai “World’s Best Regional Airline” dan “Maskapai Regional Terbaik di Dunia”. Sebuah lembaga konsultasi penerbangan bernama Centre for Asia Aviation (CAPA), yang berpusat di Sydney, juga memberikan penghargaan kepada Garuda Indonesia sebagai “Maskapai yang Paling Mengubah Haluan Tahun Ini”, pada tahun 2010. Sedangkan Roy Morgan, lembaga peneliti independen di Australia, juga memberikan penghargaan kepada Garuda Indonesia sebagai “The Best International Airline” pada bulan Januari, Februari dan Juli 2012. Saat ini Garuda Indonesia memiliki tiga hub di Indonesia. Pertama adalah hub bisnis yang berada di Bandara Soekarno-Hatta, Jakarta. Kedua adalah hub di daerah pariwisata yang berada di Bandara Ngurah Rai, Denpasar, Bali. Kemudian untuk meningkatkan frekuensi penerbangan ke bagian timur Indonesia, Garuda Indonesia juga memiliki hub di Bandara Sultan Hasanuddin, Makassar, Sulawesi Selatan (Bandara.id, 2017). Adapun visi dan misi dari perusahaan Garuda Indonesia adalah :

Visi Perusahaan :

‘Perusahaan Penerbangan Pilihan Utama di Indonesia dan Berdaya Saing di Internasional’

Misi Perusahaan :

1. Melaksanakan usaha jasa angkutan udara yang memberikan kepuasan kepada pengguna jasa yang terpadu dengan industri lainnya melalui pengelolaan secara profesional dan didukung oleh sumber daya manusia yang mempunyai kompetensi tinggi.
2. Menghasilkan keuntungan dengan jaringan domestik yang kuat untuk terus meningkatkan pangsa pasar domestik dan internasional bagi usahawan, perorangan, wisatawan dan kargo termasuk penerbangan borongan.
3. Memiliki bisnis unit yang mendukung produk inti untuk meningkatkan keuntungan sertamenghasilkan pendapatan tambahan dari usaha unit pendukung tersebut (Garuda Indonesia, 2017).



Gambar 1.1 Logo Garuda Indonesia

Sumber: Google, 2017

Asal muasal nama “Garuda” diberikan oleh Presiden Soekarno di mana nama tersebut diambil dari sajak Belanda yang ditulis oleh penyair terkenal pada masa itu, Noto Soeroto; "*Ikben Garuda, Vishnoe's vogel, die zijn vleugels uitslaat hoog bovine uw einladen*" yang artinya, “Saya Garuda, burung Vishnu yang melebarkan sayapnya tinggi di atas kepulauan Anda”. Logo tersebut juga memiliki arti yaitu, Kepala Burung Garuda melambangkan Lambang Negara Republik Indonesia. Lima (5) Bulu Sayap melambangkan Pancasila yang menjadi ideologi bangsa Indonesia. Kemudian Warna Biru yang digunakan Garuda Indonesia melambangkan Langit Angkasa (Docslide, 2017).

1.2 Latar Belakang

Maskapai penerbangan di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini terlihat dari banyaknya muncul maskapai penerbangan baru dipasaran yang tentunya meningkatnya pula kebutuhan masyarakat akan penerbangan. Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan penerbangan dapat dilihat dari peningkatan jumlah pelanggan dari tahun 2015 ke tahun 2017. Menurut Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Kecuk Suhariyanto memaparkan adapun untuk secara keseluruhan, jumlah penumpang sepanjang Januari-Desember 2016 mencapai 95,2 juta penumpang. Terdiri dari penumpang domestik sebanyak 80,4 juta orang atau naik 16,97 persen dan jumlah penumpang internasional sebanyak 14,8 juta orang atau naik 8,16 persen dibanding periode yang sama tahun 2015. Peningkatan jumlah penumpang angkutan udara di dalam negeri ini turut dipicu sejumlah *event* tahunan yakni

Lebaran alias hari raya Idul Fitri yang biasanya diikuti dengan libur panjang (Sindonews, 2017). Banyaknya jumlah maskapai penerbangan yang ada pada saat ini membuat ketatnya persaingan di dunia penerbangan baik meningkatkan jumlah pelanggan maupun mempertahankan jumlah pelanggan yang ada.

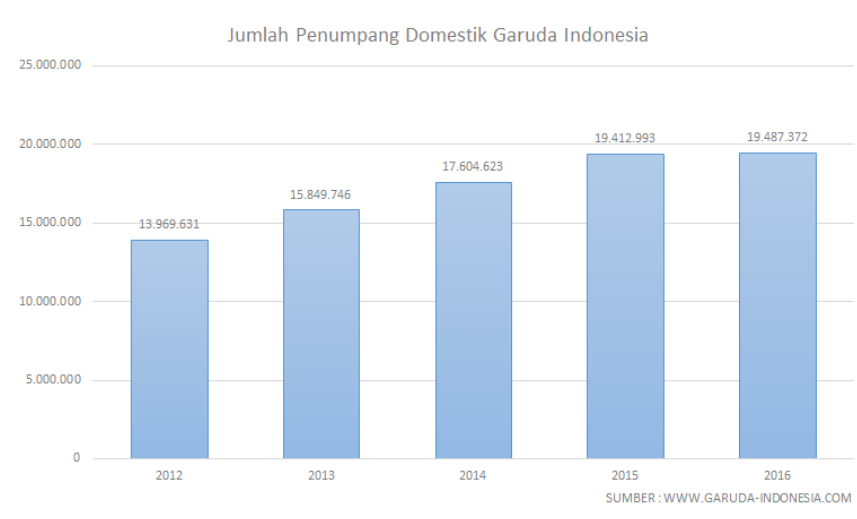


Gambar 1.2 Grafik Jumlah Penumpang Penerbangan Domestik di Indonesia

Sumber: Databooks, 2017

Berdasarkan Gambar 1.2, Lion Air masih menjadi raja maskapai penerbangan Indonesia. Menurut data Kementerian Perhubungan, jumlah penumpang Lion Air 14.704.060 orang penumpang untuk perjalanan domestik pada semester I 2016. Jumlah ini setara dengan 34,7 persen dari total penumpang maskapai penerbangan berjadwal domestik, yakni 42,3 juta. Secara grup, Lion Air bahkan menguasai hampir separuh penumpang penerbangan domestik. Kemudian disusul oleh Garuda Indonesia dengan jumlah 9.600.105 orang penumpang. Dan kemudian diurutan ketiga Citilink dengan jumlah penumpang 5.170. 010 orang penumpang. Walaupun Garuda Indonesia berada diposisi ke dua namun Garuda Indonesia menjadi kebanggaan masyarakat Indonesia dan menjadi maskapai penerbangan yang paling dicintai nomor 1 di dunia. Hal ini dibuktikan berdasarkan penilaian yang dilakukan oleh SkyTrax, sebuah situs penilaian terhadap maskapai penerbangan (Liputan6, 2016).

Garuda Indonesia merupakan salah satu perusahaan penerbangan terbesar di Indonesia. Perusahaan ini menjadi salah satu maskapai penerbangan yang mengunggulkan kualitas pelayanan dibandingkan dengan maskapai penerbangan lainnya. Garuda Indonesia menawarkan pelayanan yang memuaskan, kenyamanan dalam perjalanan serta keselamatan selama penerbangan. Garuda Indonesia menawarkan hal-hal tersebut dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan terus menggunakan jasanya. Garuda Indonesia saat ini mengalami persaingan yang sangat ketat. Hal ini juga didukung oleh pendapat Direktorat Jenderal (Ditjen) Perhubungan Udara Kementerian Perhubungan (Kemhub) yang mencatat jumlah penumpang domestik pesawat sepanjang 2016 mencapai 89,35 juta penumpang atau naik 16,6 persen dibandingkan realisasi 2015 sebesar 76,5 juta penumpang (SindoNews, 2016).



Gambar 1.3 Jumlah Penumpang Domestik Garuda Indonesia

Sumber: Garuda-Indonesia, 2017



Gambar 1.4 Jumlah Penumpang Internasional Garuda Indonesia

Sumber: Garuda-Indonesia, 2017

Berdasarkan Gambar 1.3 dan 1.4 menunjukkan jumlah penumpang Garuda Indonesia penerbangan domestik maupun Internasional mengalami peningkatan dari tahun 2012 sampai tahun 2016. Dari jumlah penumpang tersebut, ada beberapa penumpang yang rutin menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia. Salah satu penumpang menyatakan sudah empat kali menggunakan jasa penerbangan Garuda dan loyal terhadap Garuda Indonesia (Kompasiana, 2013). Hal yang sama juga dikatakan oleh President Customer Relationship Garuda, Nicodemus P. bahwa Loyalitas penumpang Garuda Indonesia sebesar 3,4% pada penelitian yang dibuat pada tahun 2005 (Merdeka, 2006). Loyalitas didefinisikan Oliver dalam dalam Kotler & Keller (2008:138) sebagai komitmen yang tinggi untuk membeli kembali suatu produk atau jasa yang disukai di masa mendatang, disamping pengaruh situasi dan usaha pemasar dalam merubah perilaku. Dengan kata lain konsumen akan setia untuk melakukan pembelian ulang secara terus-menerus. Akbar dan Parvez (2009) menyatakan bahwa faktor-faktor pembentuk loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Menurut Kotler & Keller (2008:138) secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Salah satu penumpang Garuda Indonesia juga menyatakan kepuasan terhadap penerbangan Garuda Indonesia. Hampir seluruh aspek memuaskan saya termasuk aspek keamanan (*safety*), Kenyamanan (*comfort*), dan Ketenangan (*tranquility*), tentunya bila dibandingkan dengan layanan jasa penerbangan lainnya. Yang dimaksud kepuasan disini adalah respon emosional saya terhadap pengalaman atas layanan Garuda Indonesia (Kompasiana, 2015). Dengan pendapat tersebut membuktikan kepuasan konsumen didapat dari kualitas pelayanan yang memuaskan. Hal itu sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Maylina (2003), dimana kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap kesetiaan terhadap merek pada konsumen. Kepuasan pelanggan tentunya menjadi tolak ukur perusahaan untuk meningkatkan laba mereka. Salah satu faktor kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan.

Namun pada kenyataannya, Garuda Indonesia masih memiliki kekurangan dalam penyampaian jasanya. Hal ini bisa dilihat dari keluhan yang disampaikan pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan Garuda Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh selama periode 2016 dan 2017 untuk Pra penerbangan keluhan seperti Pemberitahuan *delay* dan perijinan bagasi, untuk saat penerbangan keluhan seperti keamanan penerbangan dan kualitas makanan serta pada pasca penerbangan yaitu pengambilan bagasi. Hal ini juga disampaikan pada media online yaitu Penumpang Garuda Indonesia rute Denpasar-Jakarta mengeluh lantaran penerbangan mereka ditunda dan pada akhirnya dibatalkan (detiknews, 2017). Selain itu penumpang Garuda Indonesia penerbangan internasional juga mengeluh adanya penurunan kualitas layanan seperti, pemberitahuan jam keberangkatan yang mendadak dan akhirnya *gate* ditutup (Tribunnews, 2018). Hal yang sama juga disampaikan salah satu penumpang

Garuda Indonesia yaitu menyarankan agar layanan Garuda Indonesia agar lebih responsif dalam menanggapi keluhan konsumen (Sindonews, 2018). Keluhan kualitas layanan *pre-flight* juga disampaikan salah satu konsumen pada media twitter dari Garuda Indonesia yaitu mengenai informasi discount yang diberikan Garuda Indonesia kurang jelas (Twitter Garuda Indonesia, 2018). Untuk kualitas layanan *in-flight* adanya keluhan dari pelanggan yaitu tidak nyaman menggunakan penerbangan Garuda Indonesia yang akhirnya terjadi kecelakaan yaitu tergelincirnya maskapai Garuda Indonesia (Rapper, 2018). Tidak hanya itu keluhan kualitas layanan *in-flight* juga disampaikan dalam twitter Garuda Indonesia yaitu kurangnya layanan hiburan seperti tidak adanya pergantian majalah dari Garuda Indonesia (Twitter Garuda Indonesia, 2018). Serta untuk kualitas layanan *post-flight* ada beberapa penumpang mengeluh mengenai terjadinya kehilangan barang dari penumpang dan kurangnya respon maskapai terhadap kekhawatiran penumpang dari Garuda Indonesia (Twitter Garuda Indonesia, 2018). Keluhan para pelanggan menandakan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan sehingga perusahaan perlu untuk mengevaluasi serta memperbaiki kinerja untuk meminimalkan keluhan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, maka perlu diteliti lebih lanjut seberapa besar pengaruh kualitas layanan penerbangan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Garuda Indonesia.

1.3 Rumusan Masalah

Kualitas pelayanan dari maskapai tentunya akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Konsumen akan loyal terhadap suatu merek bila ia mendapatkan kepuasan dari merek tersebut. Hal itu sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Maylina (2003), dimana *satisfaction* mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap kesetiaan terhadap merek pada konsumen. Perusahaan berlomba untuk menambah jumlah pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang ada. Salah satunya Garuda Indonesia yang mengedepankan menyediakan kualitas pelayanannya. Namun Garuda Indonesia masih memiliki kekurangan

dalam penyampaian jasanya. Hal ini bisa dilihat dari keluhan yang disampaikan pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan Garuda Indonesia. Penelitian ini dibuat untuk mengetahui kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan Garuda Indonesia dan tentunya akan berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan.

1.4 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana kualitas layanan *pre-flight*, *in-flight* dan *post-flight* dari Garuda Indonesia?
2. Bagaimana kepuasan penumpang dari Garuda Indonesia?
3. Bagaimana loyalitas penumpang dari Garuda Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan *pre-flight*, *in-flight* dan *post-flight* terhadap kepuasan penumpang Garuda Indonesia?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan penumpang terhadap loyalitas penumpang dari Garuda Indonesia?
6. Apakah model ini dapat diterapkan pada masyarakat Indonesia yang pernah menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas layanan *pre-flight*, *in-flight* dan *post-flight* dari Garuda Indonesia
2. Untuk mengetahui kepuasan penumpang Garuda Indonesia.
3. Untuk mengetahui loyalitas penumpang Garuda Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas *pre-flight*, *in-flight* dan *post-flight* terhadap kepuasan penumpang Garuda Indonesia.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan penumpang terhadap loyalitas penumpang dari Garuda Indonesia.
6. Untuk mengetahui apakah model ini dapat diterapkan pada masyarakat Indonesia yang pernah menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu manfaat dalam aspek teoritis dan aspek praktis. Penulis berharap penelitian ini bermanfaat bagi pihak-pihak terkait :

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan tempat untuk menerapkan teori-teori yang ada saat perkuliahan di Universitas Telkom. Hasil penelitian ini dapat menjadi kontribusi untuk ilmu dalam bidang marketing khususnya bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan.

1.6.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi untuk Perusahaan Garuda Indonesia menjadi lebih baik dan mampu meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan penumpang serta tentunya akan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Variabel dan Sub Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, meliputi pra penerbangan, penerbangan dan pasca penerbangan sebagai variabel eksogen. Kepuasan penumpang sebagai variabel mediasi (endogen) dan Loyalitas sebagai variabel endogen.

1.7.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini membutuhkan responden yang berada di Indonesia dan pencarian sampel berasal dari responden yaitu masyarakat yang pernah menggunakan jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum terkait penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, sistematika penulisan tugas akhir terdiri dari lima bab, yang akan di uraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai gambaran umum objek, latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini berisikan mengenai teori-teori yang akan digunakan sebagai pedoman dasar dalam melakukan penelitian. Selain itu terdapat kerangka pemikiran dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data dalam mengerjakan penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis dari hasil penelitian data yang telah dikumpulkan di dalam penelitian kualitas layanan di maskapai penerbangan Garuda Indonesia.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian penutup dari skripsi ini. Dalam bab ini berisikan kesimpulan dan saran terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan.