

Analisa kepuasan pelanggan jasa penerbangan domestik / Arinarni Haditjaroko

Arinarni Haditjaroko, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20440236&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Persaingan industri penerbangan domestik Indonesia meningkat dengan menciutnya pasar akibat krisis multidimensional yang tak kunjung pulih. Kehadiran perusahaan penerbangan baru mempertajam persaingan, apalagi perusahaan baru ini juga merambah ke rute gemuk yang sebelumnya didominasi oleh pemain lama, seperti Garuda Indonesia, Merpati Nusantara, Bouraq Indonesia dan Mandala Airlines. Dalam persaingan bisnis yang ketat dan kompleks tersebut, layanan yang dapat memuaskan pelanggan merupakan competitive edge. Oleh sebab itu, agar perusahaan dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi, maka perlu diketahui aspek-aspek yang relevan dengan kepuasan pelanggan.

Dengan dasar pemikiran di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi atribut-atribut yang mempengaruhi pelanggan dalam memutuskan pemilihan perusahaan penerbangan domestik, kinerja masing-masing perusahaan penerbangan dalam memuaskan pelanggan, faktor-faktor pendorong kepuasan, dan posisi relatif masing-masing perusahaan penerbangan. Selain itu dikaji hubungan kepuasan pelanggan dengan loyalitas dan perilaku mengeluh, serta implikasi manajerial dari hasil penelitian.

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari 100 responden yang berdomisili di Jabotabek melalui pengisian kuesioner di mana pengumpulan data dilakukan dengan metode self-administered survey. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui penelitian eksploratif terhadap berbagai media cetak. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah non probability sampling (convenience sampling).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut-atribut yang mempengaruhi pelanggan dalam memutuskan pemilihan perusahaan penerbangan berdasarkan urutan prioritas adalah kemudahan memperoleh tiket pesawat, harga tiket yang terjangkau, dan keramahan staf/petugas (pada kategori ?sebelum penerbangan?); ketanggapan awak kabin dalam memecahkan masalah dan berfungsinya fasilitas yang ada, dan keramahan awak kabin (pada kategori ?selama penerbangan?); dan ketepatan penanganan bagasi (pada kategori ?sesudah penerbangan?).

Hasil analisa terhadap kinerja perusahaan menunjukkan bahwa pelanggan yang puas paling banyak dijumpai pada Garuda, dan berturut-turut diikuti oleh Merpati, Bourag

dan Mandala.

Dengan mengacu kepada tingkat kepentingan dan prioritas atribut, ketanggapan awak kabin dalam memecahkan masalah yang termasuk dalam kategori layanan selama penerbangan selain merupakan atribut yang menduduki prioritas tertinggi dalam keputusan pemilihan jasa penerbangan domestik, juga merupakan atribut yang perlu ditingkatkan kinerjanya oleh masing-masing perusahaan penerbangan.

Atribut strategik yang perlu ditingkatkan kinerjanya dapat diidentifikasi berdasarkan keunggulan pesaing terhadap atribut yang memiliki prioritas tinggi. Hal yang menonjol tampak pada Garuda dalam pemberian harga yang dianggap terjangkau oleh pelanggan. Sementara pesaingnya (Merpati, Bouraq dan Mandala) menunjukkan kinerja yang baik dalam harga tiket pesawat, Garuda menunjukkan kinerja yang sebaliknya.

Faktor yang paling mendorong kepuasan keseluruhan adalah kepuasan selama penerbangan, sedangkan kenyamanan interior merupakan faktor yang paling mendorong kepuasan selama penerbangan

Dilihat dari posisi antar perusahaan penerbangan, diketahui bahwa perusahaan penerbangan memiliki ciri yang dominan dalam memuaskan pelanggan, kecuali Mandala. Dengan demikian, maka hanya Mandala yang tidak memiliki positioning yang jelas.

Temuan lain menunjukkan bahwa minat untuk tetap menggunakan jasa penerbangan yang sama di masa mendatang dan kesediaan untuk merekomendasikan jasa penerbangan tersebut kepada pihak lain lebih tinggi pada mereka yang puas dibandingkan dengan mereka yang tidak puas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang puas lebih loyal dibandingkan pelanggan yang tidak puas.

Ditemukan pula bahwa pelanggan yang tidak puas belum tentu bersedia untuk menyampaikan masalahnya kepada pihak perusahaan penerbangan. Hal ini terutama disebabkan perusahaan penerbangan belum dapat meyakinkan pelanggan akan kredibilitas mereka dalam menangani masalah pelanggan. Sementara itu, temuan juga menunjukkan bahwa pelanggan yang puas lebih bersedia untuk merekomendasikan jasa penerbangan yang sama kepada pihak lain dibandingkan pelanggan yang tidak puas.

Temuan-temuan pada penelitian ini mengarahkan pada hal-hal yang seyogyanya dilakukan oleh perusahaan penerbangan domestik., yaitu: (1) mendesain jasa berdasarkan atribut yang memiliki prioritas tinggi; (2) mengidentifikasi atribut-atribut yang memiliki nilai strategik untuk memenangkan persaingan melalui benchmarking dan penetapan standar layanan yang sesuai dengan tuntutan pasar sasaran; (3) mengembangkan strategi untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan, diantaranya melalui pengelolaan harapan pelanggan yang efektif; (4) mendemonstrasikan kepedulian serta kredibilitas perusahaan

dalam penanganan masalah pelanggan melalui praktek-praktek pemulihan layanan (service recovery) yang komprehensif dan terintegrasi Dengan meleverage pemulihan layanan. maka loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan