

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, pemakaian jasa penerbangan komersial sebagai sarana pemenuhan kebutuhan angkutan masyarakat di Indonesia terus meningkat, terutama dalam kegiatan masyarakat sehari-hari, seperti kegiatan perdagangan dan pariwisata. Dengan melihat keadaan alam Indonesia yang terdiri dari ribuan pulau yang tersebar dari Sabang sampai Merauke, penerbangan merupakan satu-satunya moda transportasi internasional yang efisien, karena secara ekonomis lebih menguntungkan, yaitu lebih cepat sehingga waktu perjalanan menjadi lebih pendek.¹ Selain itu, jasa penerbangan merupakan suatu kegiatan transportasi yang sarat dengan teknologi, keamanan, serta kenyamanan, sehingga pada saat ini penggunaan jasa penerbangan masih menjadi pilihan utama masyarakat kita dalam pemenuhan kebutuhan transportasi.²

Menurut data dari departemen perhubungan, pertumbuhan penumpang angkutan udara dalam negeri antara tahun 1996-2006 mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan tabel sebagai berikut:

¹ E. Saefullah Wirapradja, *Dilema Dunia Penerbangan Kita*, (Bandung: Pikiran Rakyat), Rabu 11 Juli 2007

² *Ibid*

Tabel I.1
Pertumbuhan Penumpang Angkutan Udara Dalam Negeri
Tahun 1996-2006

Tahun	Jumlah Penumpang
1996	13, 5 Juta
1997	12,8 Juta
1998	7,6 juta
1999	6,3 Juta
2000	7,6 Juta
2001	9,1 Juta
2002	12,3 Juta
2003	19,1 Juta
2004	23,8 Juta
2005	28,8 Juta
2006	34 Juta

Sumber: www.dephub.go.id

Dari data tersebut dapat dilihat, terjadi sedikit penurunan antara tahun 1998-2000, hal ini disebabkan oleh krisis moneter yang terjadi pada kurun waktu tersebut. Tetapi pertumbuhan penumpang mulai tahun 2000-2006 mengalami kenaikan yang cukup pesat hingga lima kali lipat, dari titik terendah pada 6,3 juta pada tahun 1999, menjadi 34 juta pada tahun 2006.³

Era baru penerbangan di Indonesia dimulai sejak diterbitkannya Keputusan Menteri No. 11 tahun 2001 yang memudahkan syarat bagi bisnis penerbangan. Dari hanya 20 operator penerbangan yang beroperasi sampai tahun 2000, hingga saat ini telah ada 34 maskapai berdasarkan CASR 121 (untuk penerbangan niaga luar negeri, domestik, dan kargo) dan sekitar 34 operator penerbangan berdasarkan CASR 135 khusus penerbangan komuter dan *charter*.⁴ CASR 121 adalah regulasi untuk pesawat penumpang berjadwal

³ Sumber dari www.dephub.go.id, *Pertumbuhan Penumpang Angkutan Udara Dalam Negeri tahun 1999-2006*, di akses pada tanggal 4 Januari 2008, pukul 19.00 BBWI

⁴Sumber dari www.gogle.com, *Keselamatan Transportasi: Pemerintah Harus Jamin Kualitas Penyelenggara Jasa Penerbangan*, diakses pada tanggal 10 Desember 2007, pukul 19.00 BBWI

yang mempunyai kapasitas angkut diatas 30 orang dan kargo.⁵ Sedangkan CASR 135 adalah regulasi untuk pesawat yang mengangkut penumpang bisa berjadwal atau tidak dengan kapasitas dibawah 30 orang, dan bersifat borongan. Di Indonesia umumnya yang masuk kategori ini adalah angkutan tidak berjadwal atau *charter*.⁶

Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan perusahaan penerbangan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan kualitas pelayanan, harga tiket, OTP (*on time performance*), atau ketepatan waktu, keselamatan dan kenyamanan. Munculnya banyak perusahaan penerbangan, baik yang dijalankan oleh pemerintah maupun swasta menyebabkan terjadinya persaingan yang cukup kompetitif. Perusahaan-perusahaan tersebut berusaha untuk merebut pasar konsumen. Untuk itu sewajarnya harus disertai dengan peningkatan kualitas pelayanan, tingkat keselamatan dan keamanan penerbangan bagi pengguna jasa angkutan udara.

PT Indonesia Air Transport Tbk. Merupakan salah satu perusahaan penerbangan yang turut memberikan kontribusi dalam pemenuhan kebutuhan sarana transportasi udara di Indonesia. Keberadaan sejak tahun 1968 sebagai *charter flight* (angkutan udara niaga tidak berjadwal) tetap eksis dalam dunia penerbangan. *Charter flight* adalah angkutan udara niaga yang dilaksanakan pada rute dan jadwal penerbangan yang tidak tetap dan tidak teratur, dengan tarif sesuai dengan kesepakatan antara penyedia dan pengguna jasa dan tidak dipublikasikan.⁷ Tetapi seiring dengan meningkatnya permintaan pasar,

⁵ *Civil Aviation Safety Regulation*, Republic of Indonesia Department of Communication

⁶ *Ibid.*

⁷ Keputusan Menteri No 11 tahun 2001 Bab 1 pasal 1

Indonesia Air Transport melebarkan sayapnya sebagai *feeder airlines*, yaitu sebagai angkutan udara yang menghubungkan rute pedalaman atau rute perintis dengan rute-rute besar dengan bekerjasama dengan perusahaan lain untuk menarik calon penumpang. Angkutan udara perintis adalah angkutan udara niaga yang melayani jaringan dan rute penerbangan untuk menghubungkan daerah terpencil dan pedalaman atau daerah yang sukar terhubung oleh moda transportasi lain dan secara komersial belum menguntungkan.⁸ Dengan demikian dapat dikatakan, Indonesia Air Transport merupakan angkutan udara perintis yang menjadi salah satu tumpuan transportasi di Indonesia yang merupakan negara kepulauan.

Dalam industri penerbangan komersial, sukses atau gagalnya suatu usaha/bisnis sangat bergantung pada kualitas pelayanan kepada konsumen dalam hal ini adalah penumpang. Kualitas pelayanan dalam maskapai penerbangan merupakan serangkaian pelayanan didarat (*ground service*) dan pelayanan di udara (*in flight service*). Pelayanan di darat (*ground service*) berupa penanganan reservasi tiket, pendaftaran (*check in*) penumpang, dan penanganan bagasi, sedangkan *in flight service* berupa pelayanan didalam pesawat oleh awak kabin, dari mulai penumpang naik (*boarding*), demo keselamatan (*safety demo*) sebelum pesawat lepas landas, pengumuman *dalam* penerbangan (*announcement*), layanan pemberian makanan atau snack kepada penumpang (*meal service*), sampai penumpang turun (*disembarking*).

Pelayanan diudara (*in flight service*), dalam hal ini oleh awak kabin sangat memegang peranan penting dalam membentuk pandangan konsumen terhadap kualitas pelayanan penerbangan secara keseluruhan, karena awak kabin

⁸ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 40 Tahun 1995 tentang Angkutan Udara Bab 1 pasal 1

melayani secara langsung dan berkomunikasi dengan penumpang sebagai pengguna jasa.⁹ Kualitas pelayanan atau *service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan. Dengan demikian *service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka peroleh.¹⁰ Harapan adalah kunci pokok bagi setiap pelaku bisnis yang terlibat dalam kepuasan pelanggan dan tanpa mengenal harapan pelanggan sebaik-baiknya sangatlah sulit bagi perusahaan untuk memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggannya.¹¹ Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.¹² Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia memberi atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa.¹³ Sementara itu, kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk atau jasa yang dibeli. Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja (*performance*) dan harapan (*expectation*). Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas (*dissatisfaction*), jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas atau senang (*delight*).¹⁴

⁹ Peningkatan Kualitas Pelayanan Untuk Memenangkan Persaingan Dalam Bisnis Airline, (Jakarta: Majalah Angkasa, Edisi Agustus 2007), hal 18

¹⁰ Felix Jebarus, *Pelayanan Berkualitas Menghadapi Persaingan Bisnis*, (Jakarta: Usahawan No. 03 Thn XXVI Maret 1997), hal 68

¹¹ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2007), hal 24

¹² Philip Kotler, *Marketing Management: The Millenium Edition* (New Jersey: Prentice Hall Inc., 2000)

¹³ Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, (Malang: Bayu Media Publishing, 2007), hal 167

¹⁴ *Ibid.*, hal 168

Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.¹⁵ Menurut Zeithamal dan Bitner faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa yang pengukurannya dengan menggunakan dimensi-dimensinya yaitu *tangible, reliability, responsiveness, empathy, dan assurance*.¹⁶

Dalam era persaingan industri jasa penerbangan seperti ini kualitas pelayanan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh seluruh maskapai penerbangan, demikian pula dengan Indonesia Air Transport (IAT) yang selalu berusaha untuk menyediakan jasa yang lebih baik dari pesaingnya dengan memperhatikan aspek keamanan (*safety*) dan kepuasan pelanggan. Pelayanan pada dasarnya adalah memenuhi kebutuhan orang lain dalam bentuk apapun.¹⁷ Jadi parameter dari kualitas pelayanan dalam jasa penerbangan adalah pelayanan yang terbaik berupa *ground service maupun in flight service* kepada penumpang agar mereka merasa puas, aman dan nyaman untuk menggunakan jasa penerbangan, beserta barang bawaannya, selamat sampai kota tujuan. Dengan adanya pesaing seperti Trigana Air Service, Linus Airways, dan Riau Airlines yang juga merupakan perusahaan penerbangan *charter* dan mempunyai target pasar untuk melayani rute-rute perintis, senantiasa membuat Indonesia Air

¹⁵ Fornell, C, *A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience*, Journal Of Marketing, 56 , page 6

¹⁶ Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2006), hal 192

¹⁷ E. Widujo Hari Murdoko, *Great Customer Service, Melayani Dari Hati*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo), hal 5

Transport selalu melakukan terobosan-terobosan dan inovasi-inovasi baru untuk menarik penumpang sebagai pengguna jasa penerbangan.

Dalam melakukan pelayanan di dalam pesawat (*in flight service*), yang paling banyak berperan adalah awak kabin, disamping *cockpit crew*. Menurut CASR 121 (*Civil Aviation Safety Regulation*), definisi awak kabin (*flight attendant*) adalah orang atau personil yang bekerja di dalam pesawat, bertugas dan bertanggung jawab terhadap keselamatan dan kenyamanan penumpang dalam suatu penerbangan yang ditugaskan oleh suatu maskapai penerbangan dan dibawah tanggung jawab kapten pilot.¹⁸ Awak kabin harus memiliki pengetahuan keselamatan yang baik, karena keselamatan (*safety*) adalah faktor yang paling utama (*safety first*) dalam setiap penerbangan disamping pelayanan (*services*) dan keduanya merupakan bagian yang tidak terpisahkan dan mempunyai hubungan yang erat dalam profesionalisme awak kabin.¹⁹ Selain itu awak kabin memiliki kesempatan yang cukup besar untuk mengkomunikasikan keselamatan dan keamanan dalam penerbangan, karena sebagai petugas operasional, awak kabin adalah orang yang paling lama serta langsung berkomunikasi dengan penumpang, sehingga penumpang merasa aman dan nyaman dalam menggunakan jasa penerbangan.

B. Pokok Permasalahan

Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antara perusahaan, kemajuan teknologi, dan tahapan perekonomian. Persaingan antar maskapai penerbangan pada saat ini dapat memotivasi perusahaan

¹⁸ *Civil Aviation Safety Regulations* 121, Rev. 02 (Republic of Indonesia Departement of Communication, Certification and Operating Requirement: Domestic Flag and Supplemental Air Carrier), hal: A-2

¹⁹ *Flight Attendant Manual*, Publish by Garuda Indonesia, hal 20

penerbangan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Kualitas pelayanan bukan sekedar sebuah keramahan, tetapi lebih kepada kemampuan, kecepatan, dan ketepatan dalam memberikan pelayanan. Kualitas pelayanan di dalam pesawat (*in flight service*) dalam sebuah maskapai penerbangan merupakan salah satu tolak ukur dalam penilaian kualitas pelayanan secara keseluruhan sebuah maskapai penerbangan. Pengukuran tersebut dengan menggunakan dimensi:²⁰

<i>Tangible</i> (produk fisik)	:	pesawat, tempat pemesanan tiket, tempat bagasi, seragam karyawan
<i>Reliability</i> (keandalan)	:	terbang tepat waktu dan tiba di kota tujuan sesuai jadwal
<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	:	sistem <i>ticketing</i> , reservasi, <i>in flight service</i>
<i>Empathy</i> (empati)	:	memahami kebutuhan khusus individual, mengantisipasi kebutuhan konsumen
<i>Assurance</i> (jaminan)	:	terpercaya, reputasi yang baik dalam hal tertentu, keselamatan penumpang, karyawan yang kompeten.

Hal yang sama terjadi pula dengan Indonesia Air Transport (IAT), dengan latar belakang sebuah perusahaan *charter flight*, maka kualitas pelayanan dalam penerbangan (*in flight service*) adalah salah satu aspek yang mendapatkan prioritas penting untuk menghadapi persaingan karena sebagian penumpang dari sebuah *charter flight* biasanya adalah *frequent flyer* atau penumpang yang sama, sehingga mereka benar-benar memperhatikan hal-hal yang sekecil-kecilnya yang

²⁰ Zeithaml dan Bitner, *Service Marketing*, (New York: Mc. Graw Hill, 1996), hal 45

berhubungan dengan kualitas pelayanan. Dengan melihat Indonesia sebagai negara kepulauan, maka penerbangan *charter* dengan rute perintis mempunyai potensi yang lebih besar untuk dikembangkan, dengan mempertimbangkan beberapa aspek misalnya bandar udara yang mempunyai landasan pacu yang pendek, yang tidak semua pesawat bisa melakukan lepas landas atau pendaratan pada landasan tersebut. Dengan demikian hanya pesawat-pesawat yang mempunyai karakteristik tertentu yang bisa melakukan lepas landas atau pendaratan di bandara tersebut. Pada akhirnya aspek keselamatan merupakan yang paling utama, dalam suatu perusahaan penerbangan, di samping *service*. Pada penelitian ini, penulis secara khusus ingin mengetahui "Bagaimana persepsi kepuasan penumpang terhadap kualitas pelayanan di dalam pesawat (*in flight service*) pada Indonesia Air Transport (IAT)."

C. Tujuan Penelitian

Merujuk kepada pokok permasalahan di atas, adapun tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah:

Untuk menganalisis persepsi dan sejauh manakah kepuasan yang dirasakan penumpang terhadap kualitas pelayanan didalam pesawat (*in flight service*) Indonesia Air Transport (IAT).

D. Signifikansi Penelitian

Adapun manfaat atau signifikansi yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain:

1. Signifikansi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi studi ilmiah mengenai konsep kualitas pelayanan, khususnya dalam bisnis penerbangan.

2. Signifikansi Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh Indonesia Air Transport (IAT) sebagai bahan komparasi dan masukan guna meningkatkan kualitas pelayanan awak kabin terhadap penumpangnya.

E. Sistematika Penulisan

Penelitian yang berjudul “**Persepsi Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Pelayanan Di Dalam Pesawat (*In Flight Service*) Pada PT Indonesia Air Transport Tbk.**” ini terdiri dari lima bab yaitu:

Bab I: Pendahuluan

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, pokok permasalahan, tujuan penulisan, dan sistematika penulisan.

Bab II: Kerangka Teori dan Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan, pengertian kualitas jasa dan kualitas pelayanan, beserta dimensi dan ruang lingkupnya, serta operasionalisasi konsep dan metode penelitian.

Bab III: Gambaran Umum Objek Penelitian

Bab ini menguraikan tentang sejarah perkembangan perusahaan, visi dan misi perusahaan, jasa yang disediakan oleh perusahaan, gambaran kualitas pelayanan perusahaan, serta pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh perusahaan.

Bab IV: Analisis Mengenai Persepsi Penumpang Terhadap Kualitas Pelayanan Di Dalam Pesawat (*In Flight Service*) Pada PT Indonesia Air Transport, Tbk

Bab ini menguraikan hasil penelitian dan analisis mengenai persepsi penumpang terhadap kualitas pelayanan di dalam pesawat (*in flight service*) beserta pembahasannya disertai dengan bentuk bagan untuk mempermudah pemahaman.

Bab V: Simpulan dan Rekomendasi

Dalam bab ini peneliti menyajikan beberapa simpulan dari hasil penelitian dan memberikan rekomendasi yang berkaitan dengan persepsi kepuasan penumpang terhadap kualitas pelayanan di dalam pesawat (*in flight service*) pada Indonesia Air transport (IAT).