

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan dunia usaha sekarang ini, pertumbuhan di bidang perekonomian baik jasa ataupun sektor industri berkembang dengan sangat pesat. Era sekarang ini yang di tandai oleh revolusi teknologi mengakibatkan terjadinya perubahan (*change*) yang luar biasa. Tersediannya kemudahan yang di dapat peroleh membuat kompetisi yang sangat ketat, yang berakibat masyarakat (*customer*) semakin banyak pilihan terhadap jenis transportasi yang akan di gunakan. Menggunakan alat transportasi udara adalah cara tercepat dan paling nyaman untuk menuju salah satu tempat di Nusantara.

Persaingan di bisnis penerbangan makin terfragmentasi karena hadirnya pemain-pemain swasta dengan permodalan yang cukup dan strategi penetrasi bisnis yang brilian. Khususnya munculnya pemain-pemain baru yang amat percaya diri dan cukup sukses mengambil *positioning* sebagai persaingan melalui rute penerbangan yang semakin mempermudah pelanggan untuk mencapai tujuan. Persaingan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan terhadap pelanggan inilah merupakan urat nadi dari setiap perusahaan maskapai penerbangan. Dan kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam persaingan tersebut.

Menurut Nasution (2004:47), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat di artikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan Tjiptono (2007: 65). Kualitas pelayanan dapat di ketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang di terima atau di rasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang di harapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang di terima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan di persepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang di terima lebih rendah dari pada yang di harapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan buruk.

Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa di bayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Pelanggan sebagai objek yang harus di puaskan mempunyai harapan yang abstrak, sehingga melahirkan persepsi yang berbeda-beda tentang bagaimana pelayanan yang baik dari perusahaan untuk di berikan kepada pelanggan. Tidak hanya itu pelanggan mengharapkan adanya pelayanan yang cepat dan akurat.

Berbagai hal tentang kepuasan pelanggan yang semakin tidak terbatas, menurut Kotler dkk (2000: 52) kepuasan pelanggan (*customer*) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan di bandingkan dengan harapannya. Oleh karena itu setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan

sistem kualitas pelayanan sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya.

Menurut Kotler (1997: 50) dimensi kualitas pelayanan merupakan gambaran atas seberapa jauh perbedaan antara kenyataan pelayanan (*perceived service*), dengan harapan para pelanggan atas pelayanan yang seharusnya mereka terima (*expected service*). Ketidaksesuaian *perceived service* atas *expected services*. Sehingga menciptakan masalah kualitas pelayanan menurut pelanggan (*costumer*), fenomena ini di namakan kesenjangan (GAP). Dari sinilah terciptanya persepsi mengenai kepuasan pelanggan (*consumer satisfaction*). Selain itu kepuasan pelanggan yaitu menjadi tolak ukur untuk peningkatan kualitas pelayanan dan menjadi prioritas utama bagi perusahaan penerbangan dalam melakukan perubahan kearah yang lebih baik.

Zeithaml, parasuraman dan Berry dalam buku Kotler (1997:53) yang di kenal dengan *service quality (Serqual)*, yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).

Di tengah persaingan antar maskapai penerbangan yang semakin ketat, banyak upaya yang di lakukan maskapai-maskapai penerbangan tak terkecuali Sriwijaya Air. Sebagai salah satu perusahaan penerbangan di Indonesia. Sriwijaya Air yang merupakan perusahaan maskapai penerbangan yang tergolong baru berdiri pada tahun 2003 dengan bermodalkan satu armada pesawat Boeing 737 – 200, Sriwijaya Air memulai penerbangan perdananya dengan menerbangi rute Jakarta_Pangkalpinang PP, Jakarta-Palembang PP, Jakarta-Jambi PP, dan Jakarta-

Pontianak PP. Perusahaan Penerbangan ini masih stabil dalam bersaing dengan maskapai penerbangan lainnya yaitu dalam mencari, menarik dan mempertahankan pelanggan untuk memuaskan pengguna jasanya, terutama melalui sisi performa pelayanannya. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama di mana pelaksanaan / kinerja jasa yang di lakukan haruslah sesuai dengan tingkat kepentingan / harapan pelanggan.

Keselamatan (*Safety*), keamanan (*Security*), dan pelayanan (*Service*) merupakan pedoman utama pelayanan Sriwijaya air bagi seluruh penumpangnya. Sehubungan dengan itu, dalam hal perawatan dan pemeliharaan armada, Sriwijaya Air bekerja sama dengan PT. Aero Nusantara Indonesia (ANI) dan Garuda Maintenance Facility (GMF) sebagai maintenance provider bertaraf internasional yang terpercaya di Indonesia. Kerja sama ini di maksudkan agar para pelanggan Sriwijaya Air mendapatkan rasa aman dan kenyamanan yang optimal. Selain itu, tenaga kerja yang di miliki Sriwijaya Air merupakan sumber daya manusia pilihan yang terampil, ramah dan terpercaya. Sesuai dengan moto Sriwijaya Air yaitu "*Your Flying Partner*", kini Anda dapat melakukan reservasi tiket secara lebih nyaman dan mudah selama 24 jam, cukup dengan menghubungi nomor hotline. Namun hal yang berbeda yang dapat di temui pada Sriwijaya Air Branch Office Gorontalo (Sriwijaya Air Cabang Gorontalo). Meskipun Sriwijaya Air merupakan perusahaan maskapai penerbangan yang tergolong perusahaan penerbangan yang terkemuka, dinamika ketidakpuasan pelanggan (*costumer*) tidak terlepas dari kualitas pelayanan pihak Sriwijaya Air Cabang Gorontalo. Hal ini dapat di lihat dari masih adanya kekurangan seperti promo yang tidak sesuai sehingga kurang

menarik minat para pelanggan. Namun kekurangan tersebut merupakan hal-hal yang pada umumnya terjadi di setiap perusahaan penerbangan tidak hanya PT. Sriwijaya Air Cabang Gorontalo sehingga kekurangan tersebut tergolong bisa di maklumi. Adapun kekurangan dalam hal keterlambatan jadwal / penundaan penerbangan (*delay*) yang semakin terjadi akhir-akhir ini, pelayanan yang kurang memuaskan dari karyawan pada saat melakukan transaksi *booking* tiket serta tidak adanya jamuan yang baik saat pelanggan menunggu penundaan penerbangan (*delay*), yang mendorong pelanggan untuk beralih ke maskapai penerbangan lain.

Dapat dilihat pada table dibawah ini, jumlah penumpang PT. Sriwijaya Air Cabang Gorontalo selama dua tahun terakhir.

Tabel 1.1

Jumlah Penumpang Sriwijaya Air Cabang Gorontalo

Tahun	Jumlah Penumpang
2011	21.637 Orang
2012	28.528 Orang

Sumber : PT. Sriwijaya Air Cabang Gorontalo

Dari tabel di atas, terlihat bahwa jumlah penumpang PT. Sriwijaya Air Cabang Gorontalo pada tahun 2012 mengalami peningkatan dari tahun 2011 meskipun pelayanan PT. Sriwijaya Air Cabang Gorontalo masih terdapat kekurangan seperti yang telah di sebutkan di atas. Hal ini membuktikan bahwa kekurangan dalam hal pelayanan tersebut di atas tidak dapat mengurangi jumlah pelanggan PT. Sriwijaya Air Cabang Gorontalo. Peningkatan ini terjadi bisa di pengaruhi oleh faktor ekonomis PT. Sriwijaya Air Cabang Gorontalo,

sebagaimana yang di ketahui oleh setiap pelanggan bahwa harga tiket yang tergolong murah, penerbangan yang cukup nyaman serta jam terbang yang sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini harus di perhatikan dan harus di pertahankan oleh pihak manajemen ke depan. Oleh karena itu pihak PT. Sriwijaya Air Cabang Gorontalo harus dapat mengurangi hambatan-hambatan yang dapat mengurangi minat pelanggan serta kedepannya harus lebih proaktif dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

Setelah melihat fenomena yang terjadi seperti yang di jelaskan di atas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “***Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Penelitian pada PT. Sriwijaya Air Cabang Gorontalo)***”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan-permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah :

1. Penundaan penerbangan (*delay*) yang semakin sering terjadi di PT. Sriwijaya Air Cabang Gorontalo.
2. Pelayanan yang kurang memuaskan saat transaksi *booking* tiket.
3. Tidak adanya jamuan kepada pelanggan saat menunggu penundaan penerbangan (*delay*).

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah di jelaskan di atas, maka dapat di rumuskan permasalahan yakni Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sriwijaya Air Cabang Gorontalo?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sriwijaya Air Cabang Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat :

1. Manfaat teoritis

Sebagai bahan referensi untuk penelitian di bidang kualitas pelayanan jasa di masa yang akan datang, dan sebagai bahan untuk menambah khas pustaka di bidang pemasaran berdasarkan penerapan yang ada dalam kenyataan.

2. Manfaat Praktis

Dapat di jadikan sebagai sumber informasi bagi pihak maskapai penerbangan dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan, supaya lebih memuaskan pelanggan dan untuk mempertahankan tingkat pelayanan yang menguntungkan di masa kini serta di masa mendatang.