

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kepuasan pelanggan adalah faktor terpenting untuk meningkatkan profit perusahaan. Pelanggan dapat dikatakan puas apabila pelayanan yang diberikan perusahaan sama dan atau melebihi harapan mereka. Garuda Indonesia adalah maskapai penerbangan yang sangat mengutamakan kepuasan pelanggan. Berdasarkan respon dari beberapa responden terhadap Garuda Indonesia mengatakan bahwa Garuda Indonesia memiliki pelayanan yang sangat baik terhadap pelanggannya hal ini dibuktikan dari pertumbuhan penumpang yang cukup mengesankan dalam lima tahun terakhir, berurut-turut dapat dilihat pada tabel berikut:

Table I.1
Daftar Historikal Penumpang PT. Garuda Indonesia
Tahun 2013-2017

Tahun	Jumlah Penumpang
2013	24,965,239
2014	29,139,277
2015	32,961,027
2016	34,999,847
2017	36,237,704
TOTAL	158,303,094

Sumber: www.garuda-indonesia.com (2019)

Tabel I.1 menunjukkan bahwa rata-rata jumlah penumpang perhari dari tahun 2013 – 2017 cenderung mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah penumpang terjadi karena PT. Garuda Indonesia turut menggunakan kualitas

pelayanan sebagai strategi dalam menarik pelanggan. Kepedulian PT. Garuda Indonesia akan setiap kebutuhan, keinginan, permintaan serta keluhan pelanggan menunjukkan bahwa PT. Garuda Indonesia memberikan kualitas pelayanan secara total kepada pelanggannya. Namun pada tahun 2019 fenomena yang terjadi berawal pada tanggal 13 Juli 2019 terkait pelaporan pencemaran nama baik perusahaan oleh salah satu *youtuber* terhadap pelayanan Garuda Indonesia (Desti Gusrina, 2019), setelah itu muncul beberapa isu lain yang bersangkutan dengan kualitas pelayanan Garuda Indonesia, sehingga berpengaruh pada peringkat Garuda Indonesia sebagai maskapai terbaik di dunia pada Skytrax yang awalnya berada di peringkat ke 9 mengalami penurunan menjadi peringkat ke 12 sebagai *The Best Airline In The World* pada tahun 2019. Peringkat *The Best Airline In The World* pada Skytrax ditentukan menggunakan metode survei pelanggan yang berasal dari 100 negara terhadap 300 maskapai di dunia (Hafid Arsyid 2019). Berdasarkan fenomena di atas terlihat bahwa dari hasil survei pelanggan pada Skytrax terjadi penurunan kepuasan terhadap maskapai Garuda Indonesia.

Menurut Kotler (2002) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan optimal agar sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat dimaknai sebagai strategi yang dilakukan perusahaan untuk mengukur kinerja pemasaran suatu perusahaan. Kualitas

pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kotler dalam Lupiyoadi (2014) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Namun jika pelayanan ini dapat melampaui harapan konsumen, maka jenis kualitas pelayanan ini dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang sangat berkualitas atau sangat memuaskan. Sedangkan jenis kualitas pelayanan yang buruk adalah jenis pelayanan yang berada jauh di bawah standar atau tidak sesuai dengan ekspektasi pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Dalam konteks pengukuran variabel kualitas pelayanan maka Parasuraman (dalam Tjiptono, 2011) mengidentifikasi lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*), jaminan (*assurance*). Pengukuran semacam ini dikenal sebagai model *service quality* (*SERVQUAL*).

Menurut Tjiptono (2011) bahwa bukti fisik (*tangibles*) berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, peralatan/perlengkapan yang lengkap, dan material yang digunakan perusahaan bersih, serta penampilan dari karyawan rapi. Selanjutnya dimensi kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun dan

menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Sedangkan daya tanggap (*responsiveness*) yaitu berhubungan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Empati (*empathy*) yaitu bagaimana perusahaan dapat memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Dimensi terakhir yaitu jaminan (*assurance*) yang dapat dijelaskan sebagai perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

Salah satu cara untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan menerapkan metode *Importance Performance Analysis* berdasarkan dimensi kualitas jasa yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, empati dan jaminan. *Importance and Performance Analysis* (IPA) merupakan sebuah metode yang membandingkan tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja. Pentingnya metode IPA ini adalah untuk menilai kesenjangan (*gap*) antara ekspektasi dan kenyataan atas kualitas pelayanan. Dalam penelitian ini, IPA memiliki fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor kepentingan dari kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan mereka, dan faktor-faktor kualitas pelayanan menurut perusahaan perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum

memuaskan. Hasil yang ditunjukkan dari informasi tersebut dapat digunakan oleh perusahaan untuk menentukan prioritas perbaikan usulan guna mempertahankan keunggulan bersaing.

PT. Garuda Indonesia adalah perusahaan yang bergerak pada bidang pelayanan jasa penerbangan. Oleh karena itu PT Garuda Indonesia perlu mengukur kepuasan pelanggan, dengan cara membandingkan antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan. Pengukuran kepuasan pelanggan dalam penelitian ini menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

PT Garuda Indonesia telah berdiri sejak tahun 1949, merupakan maskapai penerbangan Nasional pertama dan terbesar yang dimiliki oleh pemerintah Indonesia. PT. Garuda Indonesia melakukan penerbangan perdananya dari Yogyakarta menuju ke Jakarta pada tanggal 26 Januari 1949, yang kemudian dianggap sebagai hari jadi Garuda Indonesia. Maskapai ini menerima sertifikasi IATA Operational Safety Audit (IOSA) dari IATA yang menunjukkan PT. Garuda Indonesia telah memenuhi standar keselamatan penerbangan Internasional, Perbaikan layanan dan meningkatnya kualitas layanan maskapai membuat PT. Garuda Indonesia menjadi pemenang kategori “*World’s Most Improved Airline*” dari Skytrax. Maskapai nasional ini adalah perusahaan penerbangan Indonesia yang pertama kali bergabung dengan SkyTeam. Dengan wilayah terbang yang terus bertambah luas baik di dalam dan luar negeri, Garuda Indonesia terus memperkuat eksistensi dengan daya saing yang kuat di Asia Tenggara, hingga

PT. Garuda Indonesia memiliki kantor perwakilan di setiap kota di Indonesia dan di beberapa negara. Salah satunya yaitu *Ticketing Office* Garuda Indonesia Cabang Royal Ambarukmo Yogyakarta adalah kantor perwakilan yang ada di Yogyakarta selain di Bandara Adisucipto. Kantor *Ticketing Office* Garuda Indonesia Cabang Royal Ambarukmo Yogyakarta difungsikan sebagai kantor perwakilan daerah Yogyakarta untuk melayani penjualan tiket, *City Check in*, perubahan jadwal, dan pengurusan keanggotaan Garuda Miles.

Kantor *Ticketing* Royal Ambarukmo Yogyakarta selalu aktif dalam menyediakan layanan yang profesional, efisien dan nyaman kepada pelanggan. Untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada para pelanggan kantor *Ticketing* Royal Ambarukmo Yogyakarta menggunakan sumber daya manusia yang profesional, terlatih, serta dibekali ilmu dalam bidang penerbangan sehingga cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan serta informasi seputar jasa yang dijual. Memberikan kualitas pelayanan yang buruk, fasilitas sarana dan prasarana yang kurang memadai, serta kualitas kinerja karyawan kurang baik dapat menimbulkan rasa tidak puas kepada pelanggannya yang akhirnya tidak akan menggunakan produk tersebut dikemudian hari. Hal tersebut bisa menunjukkan bahwa pelayanan dan fasilitas merupakan salah satu penyebab ketidakpuasan pelanggan. Jika pelanggan merasa tidak puas, maka akan meninggalkan perusahaan yang akan menyebabkan penurunan penjualan dan selanjutnya akan menurunkan profit bagi perusahaan, karena keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh mutu pelayanan yang diberikan, pelayanan yang bermutu dapat diidentifikasi melalui kepuasan pelanggan. Selanjutnya tindakan yang perlu

dilakukan oleh kantor *Ticketing Office* Royal Ambarukmo Yogyakarta adalah menggunakan umpan balik dari pelanggan untuk mengatur perubahan kualitas pelayanan. Kesesuaian antara keinginan atau persepsi pelanggan (*customer voice*) dan keinginan perusahaan (*company voice*) syarat penting dalam keberhasilan proses pelayanan (Muafi dan Siswanti,2007).

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka diajukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) PADA KANTOR MASKAPAI GARUDA INDONESIA CABANG ROYAL AMBARUKMO YOGYAKARTA”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai dasar dalam penelitian ini yaitu, “Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, empati dan jaminan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* pada Kantor Maskapai Garuda Indonesia Cabang Royal Ambarukmo Yogyakarta?”.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, empati dan jaminan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* pada Kantor Maskapai Garuda Indonesia Cabang Royal Ambarukmo Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan bahan informasi yang dapat digunakan untuk memperoleh gambaran tentang kepuasan pelanggan pada kantor Maskapai Garuda Indonesia Cabang Royal Ambarukmo Yogyakarta dengan menggunakan metode *importance performance analysis*.

1.4.2. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan, khususnya kantor Maskapai Garuda Indonesia Cabang Royal Ambarukmo Yogyakarta penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan evaluasi terhadap upaya yang telah dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Manfaat praktis bagi kantor Maskapai Garuda Indonesia Cabang Royal Ambarukmo Yogyakarta penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk merumuskan kebijakan dalam rangka perbaikan dan meningkatkan mutu pelayanan kantor Maskapai Garuda Indonesia Cabang Royal Ambarukmo Yogyakarta dilihat dari sudut pandang pelanggan.

Dengan mengetahui dan memahami tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan kantor Maskapai Garuda Indonesia Cabang Royal Ambarukmo Yogyakarta diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menentukan strategi yang tepat dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan

pada kantor Maskapai Garuda Indonesia Cabang Royal Ambarukmo Yogyakarta.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II: Landasan Teori

Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan teori dari variabel-variabel yang digunakan sebagai dasar analisis penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka penelitian.

Bab III: Metode Penelitian

Pada bab ini dijelaskan mengenai variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

Bab IV: Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Pada bab ini diuraikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

Bab V: Penutup

Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan.