

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia merupakan Negara kepulauan yang memiliki lebih dari 17.000 pulau dengan total wilayah 735.355 mil persegi. Tanpa sarana transportasi yang memadai maka akan sulit untuk menghubungkan seluruh daerah di kepulauan ini. Kebutuhan transportasi merupakan kebutuhan turunan (*derived demand*) akibat aktivitas ekonomi, sosial, dan sebagainya. Dalam kerangka makro-ekonomi, transportasi merupakan tulang punggung ekonomi perekonomian nasional, regional dan lokal, baik di perkotaan maupun di pedesaan. Harus diingat bahwa sistem transportasi sangat dipengaruhi oleh integrasi dan keterpaduan jaringan. Sarana transportasi yang ada di darat, laut dan udara memegang peranan vital dalam aspek sosial ekonomi melalui fungsi distribusi antara daerah satu dengan daerah yang lain. Distribusi barang, manusia dan lainnya akan menjadi lebih mudah dan cepat bila sarana transportasi yang ada berfungsi sebagaimana semestinya sehingga transportasi dapat menjadi salah satu sarana untuk mengintegrasikan berbagai wilayah Indonesia.

Transportasi udara merupakan salah satu alat transportasi yang cepat dibandingkan alat transportasi lainnya dalam memperlancar roda perekonomian nasional dan internasional, membuka akses ke daerah pedalaman atau terpencil,

membina dan memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa menegakkan kedaulatan Negara, menjamin dan menjaga keutuhan wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia serta mempengaruhi aspek kehidupan masyarakat. Pentingnya sistem transportasi tercermin dengan semakin meningkatnya kebutuhan jasa angkutan udara bagi mobilitas orang dan barang di dalam negeri dari dalam dan luar negeri serta berperan sebagai pendorong dan penggerak bagi pertumbuhan daerah dan pengembangan wilayah. Menyadari pentingnya posisi dan peranan sistem transportasi tersebut, khususnya penyelenggaraan penerbangan harus di tata dalam satu kesatuan sistem transportasi nasional secara terpadu dan mampu mewujudkan penyediaan jasa transportasi yang seimbang dengan tingkat kebutuhan, keselamatan, keamanan, keefektifan dan keefisienan.

Penerbangan yang mempunyai karakteristik dan keunggulan tersendiri, perlu dikembangkan agar mampu meningkatkan pelayanan yang lebih luas baik domestik maupun internasional. Pengembangan penerbangan di tata dalam satu kesatuan sistem dengan mengintegrasikan dan mendominasi prasarana dan sarana penerbangan, metode, prosedur dan persatuan sehingga berdayaguna berhasil berguna. Penanganan permasalahan penerbangan yang sebelumnya di atur dalam Undang-Undang Nomor 15 tahun 1992 tentang penerbangan perlu disempurnakan guna menyelaraskan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, perubahan paradigma dan lingkungan strategis, peran serta masyarakat, persaingan usaha, konvensi internasional tentang penerbangan, dengan profesi serta perlindungan konsumen.

Berdasarkan pertimbangan di atas ditetapkanlah Undang-Undang Nomor 1 tahun 2009 tentang penerbangan yang merupakan penyempurnaan dari Undang-Undang Nomor 15 tahun 1992, sehingga dengan demikian penyelenggaraan penerbangan sebagai suatu sistem dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada seluruh masyarakat, bangsa dan Negara. Dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 1 tahun 2009 sebagai produk baru perundang-undangan penerbangan di Indonesia yang menggantikan Undang-Undang Nomor 15 tahun 1992 yang di dalam penyelenggaraan kegiatan penerbangan belum merampung kegiatan usaha penunjang angkutan udara di harapkan dapat melengkapi produk-produk kegiatan usaha penunjang angkutan udara sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 131 Undang-Undang Nomor 1 tahun 2009 menyebutkan “untuk menunjang kegiatan angkutan udara niaga, dapat dilaksanakan kegiatan usaha penunjang angkutan udara”.

Penerbangan di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dengan melihat besarnya potensi jumlah penumpang dan banyaknya maskapai penerbangan yang ada. Persaingan di bisnis penerbangan makin *terfragmentasi* karna 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 *low cost carrier* yaitu persaingan melalui rute penerbangan yang semakin mempermudah pelanggan untuk mencapai tujuan. Ditengah persaingan antara maskapai penerbangan yang semakin ketat, banyak upaya yang dilakukan maskapai-maskapai penerbangan 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 dimana pelaksanaan/kinerja jasa yang dilakukan haruslah sesuai dengan tingkat kepentingan/harapan konsumen. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas.

Ditengah ketatnya persaingan antar maskapai penerbangan dalam upaya memasarkan produknya selain perlu mempersiapkan strategi pemasaran tradisional dengan pendekatan 4 P: *Product, Price, Place, Promotion*, belum cukup dan masih perlu ditambahkan lagi dengan 3 P: *People, Physical Evidence, dan Process*, karna banyaknya faktor yang berinteraksi dalam organisasi, maka harus dilakukan pemasaran kepada pihak eksternal, internal, maupun interaktif. Salah satu maskapai penerbangan yang menguasai pangsa pasar penerbangan di Indonesia adalah Garuda Indonesia. PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Merupakan salah satu perusahaan BUMN, dan merupakan perusahaan penerbangan tertua dan pertama di Indonesia yang telah beroperasi sejak 26 Januari 1949 (sebagai Indonesia Airways). Garuda Indonesia telah mengalami pasang surut yang dapat mempengaruhi eksistensi perusahaan. pada tahun 1997, Garuda mengalami musibah kecelakaan yaitu dimana sebuah pesawat jenis Airbus A300 jatuh di sibolangit yang menewaskan seluruh penumpangnya. Pada tahun yang sama Indonesia terkena dampak krisis finansial asia yang mengakibatkan Garuda Indonesia mengalami periode krisis kepercayaan dan ekonomi sulit. Memasuki tahun 2000-an, Garuda Indonesia membentuk *Strategic Bussiness Unit* (SBU) bernama *Citilink*, yang menyediakan penerbangan biaya murah dari Surabaya ke

kota-kota lain di Indonesia untuk menopang induk perusahaan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

Citra yang baik dari sebuah perusahaan sangat penting karna citra berdampak pada persepsi konsumen dan organisasi dalam berbagai hal terhadap suatu perusahaan. Menurut Kotler (2000) “Citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya”. Upaya yang dilakukan Garuda Indonesia dalam meningkatkan citra perusahaan yaitu melakukan restrukturisasi manajemen dan mengubah strategi perusahaan menjadi *customer-centric* (perusahaan berfokus pada pelanggan) artinya dalam menjalankan usahanya Garuda Indonesia lebih mengutamakan kepuasan pelanggan di banding harus berlomba-lomba dengan maskapai lain dalam menurunkan harga atau tarif penerbangan untuk mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya, Garuda Indonesia tidak bersaing dalam harga.

**Tabel 1.1 Harga Tiket Penerbangan Rute Jakarta–Lampung**

No.	Maskapai Penerbangan	Jadwal	Harga
1	Lion Air	26 Januari 2015 Pukul 17.10-17.55	<b>Rp.308.500</b>
2	Sriwijaya Air	26 Januari 2015 Pukul 17.20-18.00	<b>Rp.326.500</b>
3	Garuda Indonesia	26 Januari 2015 Pukul 17.00-17.50	<b>Rp.584.600</b>

Sumber : Traveloka.com

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa maskapai penerbangan Garuda Indonesia memberikan harga lebih tinggi dibanding dengan maskapai lainnya pada rute penerbangan Jakarta-Lampung dan pada hari yang sama. Sehingga timbul pertanyaan yang menarik, mengapa harga tiket penerbangan Garuda

Indonesia yang diatas harga maskapai lain tetap menjadi pilihan masyarakat dalam menggunakan jasa transportasi penerbangan. Garuda Indonesia menawarkan harga tiket yang lebih tinggi dengan komitmen memberikan pelayanan yang lebih baik bagi pelanggannya. Pada periode tahun 2007 sampai 2010 Garuda Indonesia mengalami peningkatan laba perusahaan. Garuda Indonesia bahkan telah mengukir prestasi dengan memperoleh berbagai penghargaan baik skala nasional maupun internasional seperti, dalam penghargaan *World Airline Awards* yang berada diposisi kedua dalam kategori *Best Airline Staff Service* di Asia.

Dalam perjalanannya Garuda Indonesia telah menunjukan keunggulannya baik dalam dunia penerbangan Indonesia maupun dunia penerbangan tingkat Asia seperti data yang dirilis dari Departemen Perhubungan RI 2012 menunjukkan bahwa tingkat OTP Garuda Indonesia mencapai 84.96%. Artinya, dari 100% penerbangan Garuda, 84.96%-nya on time. Data dari lembaga yang sama menunjukkan bahwa pada periode Januari-Juni 2013, tingkat OTP Garuda mengalami kenaikan hingga di level 87.4%. Dengan tingkat OTP yang tinggi, kekhawatiran anda akan terjadinya delay akan semakin berkurang dan perjalanan akan semakin menyenangkan. Selain itu Garuda Indonesia telah banyak mendapatkan banyak pengakuan dari berbagai lembaga survei tingkat dunia seperti Skytrax. Skytrax melakukan survei kepada 18 juta penumpang pesawat pada tahun 2013 menunjukkan bahwa Garuda Indonesia memberikan layanan kelas dunia di posisi 8, sejajar dengan maskapai-maskapai besar dunia. Kemudian, kualitas layanan Garuda Indonesia diperkuat oleh awak kabin-awak kabin terlatih yang telah lolos kualifikasi dan melalui pelatihan yang intens di *Garuda*

*Indonesia Training Center (GITC)*. Kualitas layanan mereka pun patut diacungi jempol sebagaimana ditunjukkan oleh Skytrax yang menempatkan pramugari Garuda Indonesia di posisi 7 dunia. Sehingga perjalanan anda akan terasa lebih menyenangkan manakala bisa menikmati kualitas pelayanan kelas dunia.

Berdasarkan uraian di atas maka perlu dilakukan penelitian yang berjudul :  
**“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Studi Pada Pengguna Jasa Penerbangan Garuda Indonesia di Bandara Radin Inten II)”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Seberapa besar pengaruh variabel citra merek terhadap keputusan menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia?
2. Seberapa besar pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia?
3. Seberapa besar pengaruh variabel citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan besarnya pengaruh variabel citra merek terhadap keputusan menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia.

3. Untuk mengetahui dan menjelaskan besarnya pengaruh variabel citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna secara praktis dan secara teoritis, yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian ini bisa berguna untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan menambah pengalaman bagi penulis sendiri dalam bidang penelitian secara ilmiah, khususnya pada hal yang berkaitan dengan pengaruh citra merek, kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa penerbangan.

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan citra merek, kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa penerbangan.