

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pembangunan sektor transportasi diarahkan pada terwujudnya sistem transportasi nasional yang handal, berkemampuan tinggi dan diselenggarakan secara efektif dan efisien dalam menunjang dan sekaligus menggerakkan dinamika pembangunan. Mendukung mobilitas manusia, barang serta jasa, mendukung pola distribusi nasional serta mendukung pengembangan wilayah dan peningkatan hubungan internasional yang lebih memantapkan perkembangan kehidupan berbangsa dan bernegara dalam rangka perwujudan wawasan nusantara.

Di Indonesia terdapat 18 maskapai penerbangan yang hilir mudik beroperasi sampai dengan tahun 2019 saat ini, diantaranya adalah: Garuda Indonesia, Citilink, Lion Air, Wings Air, Batik Air, Malindo Airways, Air Asia Indonesia, Kalstar Aviation, Trans Nusa Air, Trigana Air, Xpress Air, Aviastar, Cathay Pacific, Sriwijaya Air, Nam Air, Susi Air, China Airlines, Jetstar Air.

Namun dari keseluruhan maskapai tersebut yang mampu melayani penerbangan untuk angkutan penumpang tidak secara keseluruhan yaitu antara lain Garuda Indonesia, Citilink, Lion Air, Wings Air, Batik Air, Air Asia Indonesia, Sriwijaya Air, Kalstar Aviation. Diluar maskapai tersebut maka fungsinya adalah sebagai angkutan barang. Pelayanan umum yang menyangkut dengan pelayanan tiket, komplain dan bantuan lainnya selalu tersedia pada bandara-bandara baik kecil maupun besar, serta juga terdapat di mall-mall yang tersebar di Indonesia.

Sedangkan untuk agen-agen tiket semuanya menggunakan system pelayanan *online*. Peneliti yang juga karyawan di perusahaan penerbangan telah memiliki pengalaman yang sangat berharga terhadap proses-proses pemberian layanan untuk mencapai kepuasan pelanggannya, hal ini dibuktikan dengan masa kerja peneliti di bisnis penerbangan ini yang tergolong baru, yaitu di Batik Air sekitar 2 tahun lebih, dengan pengalaman selama 2 tahun lebih tersebut sangatlah patut jika peneliti mengambil konsep penelitian berkaitan dengan proses pelayanan dan pengukuran kepuasan pelanggan jasa penerbangan.

Ketika Batik Air dilahirkan pada bulan 3 Mei 2013 dan mulai beroperasi, Direktorat Jendral Perhubungan Udara Kementrian Perhubungan memberikan gelar kepada Batik Air sebagai maskapai yang paling tepat waktu. Indikatornya persentase ketepatan waktunya berada di angka 88,59 persen dari 5.344 penerbangan. Sedangkan Garuda Indonesia berada di posisi kedua dengan persentase angka 84,05 persen dari 168.374 penerbangan.

Disusul oleh Sriwijaya Air yang berada di peringkat ketiga dengan angka presentase 80,94 dari 71.903 penerbangan. Ketepatan waktu terbang ini memiliki pengaruh dampak signifikan terhadap kelancaran pelayanan. Tidak hanya baik untuk perusahaan penerbangan, namun juga menjadi nilai tambah untuk operator bandar udara.

Dengan mengusung tema batik, maskapai penerbangan baru anak usaha Lion Group ini menargetkan penerbangan kelas menengah kelas atas. Hal tersebut tercermin dengan berbagai fasilitas yang telah disediakan, seperti TV dengan teknologi layar sentuh tiap kursi penumpang, makanan ringan, serta dimensi kursi yang nyaman (32" untuk kelas ekonomi dan 45" untuk kelas bisnis). Tak ketinggalan, atas dasar alasan untuk kalangan menengah ke atas

serta berbagai kelengkapan inilah mengapa Batik Air menjadi maskapai penerbangan yang tiketnya paling mahal untuk perusahaan Lion Group.

Sebagai pesawat yang *Full Service* serta kelompok LCC (*Low Cost Carriers*) Batik Air dalam mengoperasikan pesawat udara harus dilaksanakan sesuai dengan jadwal penerbangan yang telah ditentukan secara cepat dan teratur serta sesuai dengan waktu yang diinginkan oleh penumpang. Hal tersebut sangat diperlukan untuk menjamin kepuasan penumpang dan citra perusahaan penerbangan sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Dengan slogan “We make people Fly” maka kualitas pelayanan dapat dilihat dari segi *reliability* (kemampuan mewujudkan janji), *responsiveness* (ketanggapan dalam memberikan layanan), *assurance* (kemampuan memberikan jaminan layanan), *emphaty* (kemampuan dalam memahami keinginan Pengunjung), dan *tangibles* (tampilan fisik layanan). Maka target untuk tidak mengalami delay bagi pelanggan harus juga menjadi salah satu bentuk pelayanannya.

Fenomena yang terjadi berkaitan dengan tingkat keterisian (*Load Factor*) Batik Air mangalahkan alias lebih tinggi dibanding Badan Usaha Milik Negara, yakni Garuda Indonesia pada awal kemunculannya. Tingkat keterisian kursi maskapai tersebut hanya 74,5 persen di tiga bulan pertama tahun 2016. Angka tersebut naik 1,7 persen dibanding periode yang sama tahun lalu. Selama 2013, *load factor* Garuda mencapai 75,9 persen. Kondisi yang dimiliki menjadi sangat perlu penelitian untuk melihat persepsi dari pelanggan, konsep-konsep apa yang diinginkan pelanggan berkaitan dengan kepuasannya terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh jasa penerbangan Batik Air dan untuk tahun 2019 ini sangat perlu dikaji kembali

dengan menggunakan faktor-faktor atau dimensi-dimensi kualitas pelayanan (*Service Quality*).

Berdasarkan latar belakang diatas maka pada penelitian ini penulis mengambil judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keterlambatan Penerbangan, dan Manajemen Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Batik Air di Bandara Juanda Surabaya”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Batik Air di Bandara Juanda Surabaya?
2. Apakah keterlambatan penerbangan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Batik Air di Bandara Juanda Surabaya?
3. Apakah manajemen waktu berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Batik Air di Bandara Juanda Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Batik Air di Bandara Juanda Surabaya.
2. Untuk menguji pengaruh positif signifikan keterlambatan waktu terhadap kepuasan pelanggan Batik Air di Bandara Juanda Surabaya.
3. Untuk menguji pengaruh positif signifikan manajemen waktu terhadap kepuasan pelanggan Batik Air di Bandara Juanda Surabaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa institusi sebagai berikut:

1. Sebagai bahan masukan atau perbandingan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang terkait dengan kualitas pelayanan PT. Batik Air di Bandara Juanda Surabaya.
2. Sebagai referensi untuk menambah informasi yang dapat menambah pengetahuan pembaca dalam kualitas pelayanan, keterlambatan waktu, dan manajemen waktu terhadap kepuasan pelanggan handphone yang diberikan oleh PT. Batik Air di Bandara Juanda Surabaya.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan rujukan bagi penelitian selanjutnya serta sebagai pertimbangan bagi organisasi yang menghadapi masalah serupa.