

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang mampu menyumbangkan produk domestik bruto sebesar 15% atau sekitar Rp 280 triliun terhadap devisa negara. Tercatat sektor pariwisata mampu memberikan 275 juta perjalanan wisata nusantara baik dalam negeri maupun mancanegara, 20 juta kunjungan wisatawan mancanegara dari berbagai negara, dan mampu menyerap tenaga kerja dalam negeri sebanyak 13 juta jiwa pada tahun 2019. Sektor pariwisata juga dipercaya mampu menciptakan pusat pertumbuhan ekonomi yang merata tersebar di seluruh negeri ini (sindonews.com, 2017). Sektor pariwisata dalam mekanisme dorongan dan tarikan terhadap perekonomian nasional terdapat beberapa industri yang terkait langsung dengan pariwisata dan perekonomian nasional yaitu akomodasi, restoran, transportasi, industri kerajinan tangan dan lainnya.

Pesatnya perkembangan pariwisata di Indonesia membuat peluang bisnis dalam berbagai sektor juga ikut berkembang, perkembangan bisnis berfokus kepada kebutuhan wisatawan yang datang ke Indonesia. Kontribusi yang diberikan oleh sektor pariwisata terhadap perekonomian nasional dapat dilihat melalui aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan, wisatawan mampu mengeluarkan lebih banyak uang untuk memenuhi seluruh kebutuhan selama berada di Indonesia, seperti untuk akomodasi

atau tempat tinggal, makan dan minum, cenderamata, kegiatan rekreasi, dan lainnya. Hal tersebut juga menghasilkan dampak positif langsung terhadap para pebisnis dalam negeri dan orang-orang yang berada di dalam pariwisata tersebut, hasilnya dapat dilihat melalui pajak yang dibayarkan perusahaan ke negara dan upah yang diterima oleh tenaga kerja yang bergerak pada bidang pariwisata itu sendiri (kemenparekraf.go.id, 2019).

Salah satu industri bisnis yang berkembang adalah industri transportasi, *Marketing Tourism and Travel* (Middleton, 2001) mengungkapkan lingkup sektor yang terkait dengan pariwisata adalah *Attraction sector* (daya tarik wisata), *Accommodations sector* (penginapan atau tempat tinggal), *Transport Sector* (transportasi), *Destination Organization Sector* (destinasi pariwisata), dan *Travel Organizer's sector* (travel agen pariwisata). Dalam pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa transportasi merupakan salah satu faktor penghubung langsung dalam mendukung perkembangan pariwisata. Dalam sektor pariwisata terdapat tiga macam transportasi yang biasa digunakan yaitu Transportasi Udara (internasional dan domestik), Transportasi Laut (*regular* dan *cruise*), dan Transportasi Darat (motor dan mobil). Transportasi udara menjadi salah satu yang utama dalam mendukung perkembangan pariwisata. Menurut paparan Kementerian Pariwisata Indonesia dalam bicara *Airlines-Airports-Authorities*, dalam mendukung perkembangan pariwisata upaya yang dapat dilakukan adalah meningkatkan layanan secara keseluruhan baik di dalam ataupun di luar *airlines* (domestik dan internasional). Hal ini juga termasuk ke dalam

Program Prioritas Kementerian Pariwisata tahun 2017 (kemenparekraf.go.id, 2016).

Wisatawan yang datang ke Indonesia melalui jalur udara sudah pasti menggunakan transportasi pesawat dan menggunakan fasilitas maskapai penerbangan yang menaungi penerbangan pesawat yang digunakan. Jumlah kunjungan wisatawan sepanjang 2019 terdiri atas wisatawan mancanegara yang berkunjung melalui pintu masuk udara sebanyak 9,83 juta kunjungan (beritasatu.com, 2018). Dalam mendukung Program Prioritas Kementerian Pariwisata tahun 2017 dengan meningkatkan kualitas pelayanan baik dalam dan luar maskapai salah satu bisnis yang berada dalam lingkaran maskapai penerbangan yaitu bisnis *Inflight Catering*. *Inflight Catering* merupakan industri bisnis yang bergerak dalam bidang jasa boga yang memiliki sasaran untuk memenuhi seluruh kebutuhan makanan dan minuman yang dibutuhkan oleh maskapai penerbangan. Sebagai penyedia makanan dan minuman *Inflight Catering* memiliki proyeksi bisnis yang menjanjikan dan memiliki keuntungan yang besar. Perusahaan *Inflight Catering* yang ada di Indonesia salah satunya adalah PT. Purantara Mitra Angkasa Dua. PT. Purantara Mitra Angkasa Dua adalah perusahaan katering yang berdiri di bawah PT. Cardig Aero Services, Tbk yang didirikan pada tahun 2009 oleh PT. Jasa Angkasa Semesta Tbk. Pada tahun 2012 CAS Group melakukan investasi terhadap perusahaan jasa boga PT. Purantara Mitra Angkasa Dua, dengan demikian untuk saat ini PT. Purantara Mitra Angkasa Dua berada di bawah CAS Group sebagai investor untuk perusahaan jasa boga ini.

Beberapa maskapai penerbangan membutuhkan pasokan makan dan minum untuk penumpang dan awak pesawat. Menurut WHO dalam *Guide to Hygiene and Sanitation in Aviation*, maskapai penerbangan bertanggung jawab atas makanan yang disediakan dalam pesawat terbang, apakah itu disiapkan oleh katering milik maskapai penerbangan itu sendiri ataupun dari perusahaan katering yang dimiliki secara independen. Untuk PT. Purantara Mitra Angkasa Dua sendiri termasuk ke dalam perusahaan katering independen yang menyediakan jasa boga untuk maskapai penerbangan. Dalam penyediaan makanan dan minuman penerbangan perlu dikoordinasikan dengan baik untuk menghindari kontaminasi, dengan begitu untuk memenuhi kebutuhan akan pasokan makanan dan minuman bagi maskapai penerbangan, PT. Purantara Mitra Angkasa Dua sebagai perusahaan jasa boga yang berkerjasama dengan beberapa maskapai sangat mengutamakan kualitas dan kepuasan pelanggan sebagai hal utama dalam perusahaan ini.

Perkembangan bisnis *Inflight Catering* saat ini mengalami perkembangan yang cukup signifikan, dapat dilihat melalui perkembangan perekonomian secara menyeluruh dan dibantu oleh perkembangan teknologi. Perkembangan tersebut mulai menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat antara pasar domestik hingga internasional. Oleh sebab itu dalam persaingan pasar yang kuat, perusahaan dituntut untuk mampu memuaskan pelanggan dengan cara menciptakan sebuah produk dan jasa yang berkualitas sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan suatu tingkat keunggulan yang bertujuan memenuhi keinginan

pelanggan agar merasa puas dengan produk dan jasa yang diberikan oleh perusahaan (wisnalmawati, 2005:155). Berikut merupakan gambaran kepuasan pelanggan atau *customer satisfaction* melalui kuesioner yang dimiliki oleh perusahaan *Inflight Catering* PT. Purantara Mitra Angkasa Dua untuk mengukur sejauh mana kepuasan pelanggan di tahun 2019:

GAMBAR 1
ULASAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KUESIONER YANG
DIBERIKAN OLEH PT. PURANTARA MITRA ANGKASA DUA
CUSTOMER SATISFACTION ALL NIPPON AIRWAYS TAHUN 2019.

PURANTARA In-Flight Catering		CONTINUOUS IMPROVEMENT QUESTIONNAIRE				Customer: ALL NIPPON Date : 11 JULY 2019					
Doc No : PMAD-MKF/S.6/00		Rev : 02		Date Doc : Feb 1st 2019							
Dear Valued Client, Kepada Pelanggan Yth,		" Our Commitment to Always deliver Our Best and Consistent Services "									
<p>In order to measure that we have met your expectations, we would like to kindly ask you to give your comments by completing the following :</p> <p>Dalam rangka untuk mengukur apakah kami telah memenuhi harapan anda, kami mohon komentar anda dengan melengkapi pertanyaan – pertanyaan dibawah ini :</p> <p style="text-align: right;">Thank you. Terima kasih</p> <p style="text-align: right;"><i>Risda Ariani Antemas Head of Commercial</i></p>											
<p><u>Please rate your expectation level regarding our product & service, and please also rate your satisfaction level according to our current actual service, with each of this following statements :</u></p>		CUSTOMER EXPECTATION				CUSTOMER SATISFACTION					
		1	2	3	4	1	2	3	4		
		1	2	3	4	1	2	3	4		
1 Menu specification compliance / Kesesuaian Menu Spesifikasi					v			v			
2 Product Presentation / Presentasi					v			v			
3 Taste / Rasa					v			v			
4 Food safety and hygiene / Keamanan makanan dan higienitas					v		v				
5 Security / Pengamanan					v		v				
6 Staff communication and response / Komunikasi dan tanggapan					v				v		
7 Staff grooming / Penampilan staff					v		v				
8 Hospitality / Keramahmatan					v			v			
9 On-time delivery performance / Pengiriman tepat waktu					v			v			
10 Value for money					v			v			
Other Questions		Please Rate from 1 to 10									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 How likely are you to recommend us to others ?										9	
2 How satisfied are you with our services ?									8		
<p>Additional Comments : Saran dan Tanggapan : ANA Appreciate your quick action if we have issues.</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>											
<p>Date / Tanggal : 11 July 2019 Signed by / ditanda tangani oleh :</p> <p>Nama / Name : Goto Ken Positon / Posisi : STM Email / Email : ke.goto@ana.co.jp</p> <p>Please return this form in an envelope or email to our address : Mohon mengembalikan form ini atau email ke alamat kami :</p> <p style="text-align: center;">PURANTARA INFLIGHT CATERING SERVICES PT. Purantara Mitra Angkasa Dua Jakarta International Airport Soekarno – Hatta Fax : +62 21 550 0826 Phone : + 62 21 559 15001 Site Tex : CGKHJXH</p>											

Sumber: PT. Purantara Mitra Angkasa Dua, 2019.

GAMBAR 2

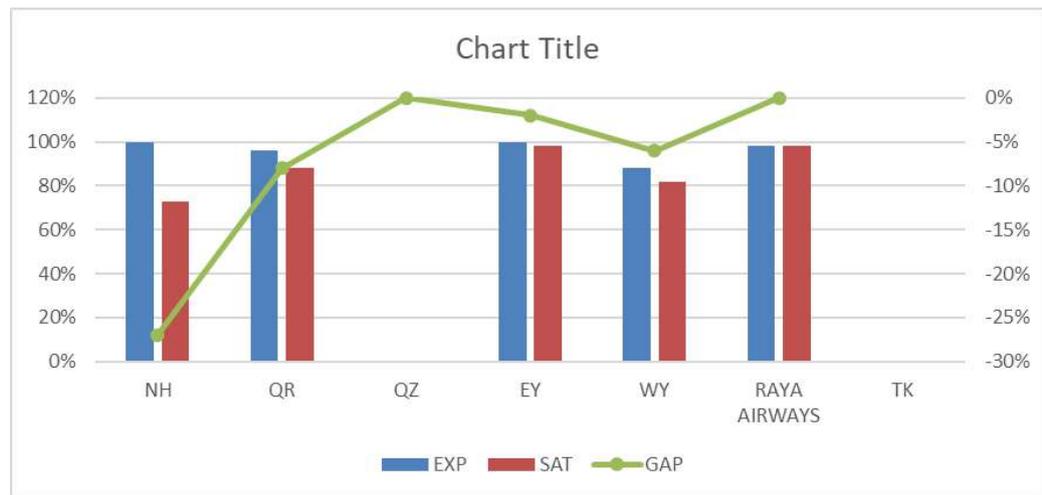
**ULASAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KUESIONER YANG
DIBERIKAN OLEH PT. PURANTARA MITRA ANGKASA DUA
CUSTOMER SATISFACTION QATAR AIRWAYS TAHUN 2019.**

	CONTINUOUS IMPROVEMENT QUESTIONNAIRE	Customer: QATAR AIRWAYS Date : 28 JUNI 2019								
Doc No : PMAD-MK.F/5.6/00	Rev : 02	Date Doc : Feb 1st 2019								
Dear Valued Client, Kepada Pelanggan Yth.										
" Our Commitment to Always deliver Our Best and Consistent Services "										
<p>In order to measure that we have met your expectations, we would like to kindly ask you to give your comments by completing the following : Dalam rangka untuk mengukur apakah kami telah memenuhi harapan anda, kami mohon komentar anda dengan melengkapi pertanyaan – pertanyaan dibawah ini :</p> <p style="text-align: right;">Thank you, Terima kasih</p> <p style="text-align: right;">Rida Ariani Antemas Head of Commercial</p>										
Please rate your expectation level regarding our product & service, and please also rate your satisfaction level according to our current actual service, with each of this following statements :	CUSTOMER EXPECTATION	CUSTOMER SATISFACTION								
	1 Not Important 2 Average 3 Important 4 Very Important	1 Poor 2 Average 3 Good 4 Excellent								
	1 2 3 4	1 2 3 4								
1 Menu specification compliance / Kesesuaian Menu Spesifikasi	v	v								
2 Product Presentation / Presentasi	v	v								
3 Taste / Rasa	v	v								
4 Food safety and hygiene / Keamanan makanan dan higienitas	v	v								
5 Security / Pengamanan	v	v								
6 Staff communication and response / Komunikasi dan tanggapan	v	v								
7 Staff grooming / Penampilan staff	v	v								
8 Hospitality / Keramah tamahan	v	v								
9 On-time delivery performance / Pengiriman tepat waktu	v	v								
10 Value for money	v	v								
Other Questions	Please Rate from 1 to 10									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 How likely are you to recommend us to others ?									9	
2 How satisfied are you with our services ?									9	
Additional Comments : Saran dan tanggapan : ALWAYS GOOD COOPERATION & OPS TEAM _____ _____ _____ _____										
Date / Tanggal : 23 JULI 2019 Signed by / ditanda tangani oleh : Nama / Name : SIMON RABUSSEAU Position / Posisi : AIRPORT MANAGER Email / Email : cgk2qr@id.qatarairways.com Please return this form in an envelope or email to our address : Mohon mengembalikan form ini atau email ke alamat kami : <p style="text-align: center;">PURANTARA INFLIGHT CATERING SERVICES PT. Purantara Mitra Angkasa Dua Jakarta International Airport Soekarno – Hatta Fax : +62 21 550 0826 Phone : + 62 21 559 15001 Site Tex : CGKHJXH</p>										

Sumber: PT. Purantara Mitra Angkasa Dua, 2019.

Dari gambar di atas yang merupakan salah satu contoh *customer satisfaction* yang diberikan kepada pelanggan pada tahun 2019. Dalam kuesioner tersebut dapat diturunkan menjadi hasil seperti gambar di bawah:

GAMBAR 3
TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN YANG DI BERIKAN DI TAHUN 2019
PT. PURANTARA MITRA ANGKASA DUA



Sumber: PT. Purantara Mitra Angkasa Dua, 2019.

Dari gambar di atas dapat dilihat segmentasi utama pelanggan yang dimiliki oleh PT. Purantara Mitra Angkasa Dua yaitu airlines, seperti Air Asia (QZ), All Nippon Airways (NH), Etihad Airways (EY), Qatar Airways (QR), dan Turkish Airlines (TK). Dalam gambar tersebut dapat dilihat bahwa batang biru memiliki arti ekspektasi yang diharapkan oleh perusahaan dalam hal ini PT. Purantara Mitra Angkasa Dua, batang merah memiliki arti *satisfaction*, sedangkan garis hijau memiliki arti jarak di antara keduanya. Dari contoh gambar di atas *customer* Qatar Airways (QR) dan All Nippon Airways (ANA) masih terdapat jarak antara *expectation* dan *satisfaction*. Dalam hal ini dapat diartikan masih terdapat jarak diantara keinginan pelanggan dengan kualitas yang diberikan oleh perusahaan PT. Purantara Mitra Angkasa Dua, sehingga perlu ditingkatkan kembali kualitas

pelayanan yang ada dengan harapan jarak di antara keduanya sudah tidak ada lagi antara perusahaan dan pelanggan. Pada penilaian *customer satisfaction* di atas untuk kepuasan pelanggan telah dilakukan oleh pihak perusahaan pada tahun 2019 untuk mengetahui sudah sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan.

Kualitas merupakan derajat yang dicapai oleh seseorang sesuai dengan karakteristik dan syarat dari pelanggan tersebut. Dalam kualitas pelayanan terdapat lima dimensi utama menurut Parasuraman, Zeithalm dan Berry (Tjiptono & Chandra, 2011:198) yaitu *Reliability*, *Empathy*, *Responsiveness*, *Tangible* dan *Assurance*, dimensi tersebut sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan dapat digunakan untuk mengukur tingkat kualitas pelayanan di suatu perusahaan.

Menurut Kotler & Keller (Sunyoto, 2013:35) kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan yang dilihat dari sudut pandang pelanggan yaitu mengenai pelayanan yang diberikan dibandingkan dengan pelayanan yang diharapkan. Sedangkan untuk ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diinginkan oleh pelanggan terhadap suatu produk dan jasa tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan, sehingga menimbulkan hasil yang negatif. Hal ini merupakan sesuatu yang sulit dilihat dari berbagai perspektif, dikarenakan setiap konsumen memiliki kepuasan masing-masing, dengan demikian

perusahaan dituntut untuk selalu mengutamakan kepuasan pelanggan dengan harapan kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur berkembangnya suatu perusahaan.

Kepuasan pelanggan diciptakan dari kualitas pelayanan, kunci untuk menghasilkan kepuasan pelanggan yaitu memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengukur sudah sejauh mana pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Keberadaan jarak antara pelanggan dengan perusahaan dalam gambar 4 juga menjadi tolak ukur sudah sejauh mana perusahaan memberikan kualitas pelayanan dengan baik, akan tetapi pada hasilnya masih terdapat jarak yang ada antara perspektif konsumen dengan kenyataan yang ada, dengan begitu akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggannya. Perkembangan bisnis juga menjadi landasan untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan, setiap perusahaan pasti ingin memberikan kualitas pelayanan yang terbaik demi kepuasan pelanggan, apalagi di masa sekarang perkembangan bisnis *Inflight catering* semakin pesat, dengan demikian perusahaan pasti ingin memiliki reputasi yang positif dilingkarkan bisnisnya, salah satu elemen yang dapat menjadi nilai tambah dalam persaingan bisnis tersebut yaitu kualitas pelayanan, hasilnya akan membuat pelanggan menjadi merasa puas dan juga membuat pelanggan merasa nyaman dengan adanya ikatan kerja sama. Dengan demikian penulis mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) di PT. Purantara Mitra Angkasa Dua.”** dengan harapan

perusahaan mampu mengetahui secara jelas serta mengantisipasi tentang apa yang diinginkan pelanggan, sehingga perusahaan dapat membuat dan menerapkan strategi kualitas pelayanan yang tepat untuk menangani keluhan pelanggan dan meningkatkan layanannya secara lebih baik, agar pelanggan merasa puas dan tujuan perusahaan tercapai untuk dapat berkembang di masa mendatang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi di atas, penulis akan mengidentifikasi:

1. Bagaimana kualitas pelayanan dengan aspek *Reliability*, *Empathy*, *Responsiveness*, *Tangible* dan *Assurance* yang terdapat di PT. Purantara Mitra Angkasa Dua.
2. Bagaimana kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan dengan aspek *Reliability*, *Empathy*, *Responsiveness*, *Tangible* dan *Assurance* di PT. Purantara Mitra Angkasa Dua.
3. Bagaimana Pengaruh kualitas pelayanan dengan aspek *Reliability*, *Empathy*, *Responsiveness*, *Tangible* dan *Assurance* terhadap kepuasan pelanggan di PT. Purantara Mitra Angkasa Dua.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan penulis capai dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kualitas pelayanan dengan aspek *Reliability*, *Empathy*, *Responsiveness*, *Tangible* dan *Assurance* yang terdapat di PT. Purantara Mitra Angkasa Dua.

2. Mengetahui kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan dengan aspek *Reliability, Empathy, Responsiveness, Tangible* dan *Assurance* di PT. Purantara Mitra Angkasa Dua.
3. Meneliti pengaruh kualitas pelayanan dengan aspek *Reliability, Empathy, Responsiveness, Tangible* dan *Assurance* terhadap kepuasan pelanggan di PT. Purantara Mitra Angkasa Dua.

D. Keterbatasan Penelitian

Dalam penyusunan Penelitian ini, penulis mengalami kesulitan untuk memberi data awal, sebab lokus penelitian yang terletak di Bandara Internasional Soekarno-Hatta Tangerang, Banten, dengan demikian penulis mengambil data awal dilakukan secara online dengan menggunakan via email. Dalam gambar 4 terdapat pelanggan *Airlines* Raya Airways dan Oman Air/ WY, dapat di lihat penjelasan mengenai hasil kepuasan pelanggan/*customer satisfaction* Raya Airways dan Oman Air/ WY, akan tetapi saat penulis melakukan *observasi* data awal para pelanggan tersebut sudah tidak berkerja sama dengan PT. Puranta Mitra Angkasa Dua sebagai *supply Inflight Catering* dari airlines tersebut, sehingga penulis hanya meneliti 5 pelanggan yang ada di PT. Puranta Mitra Angkasa Dua, yaitu Air Asia, All Nippon Airways, Etihad Airways, Qatar Airways, dan Turkish Airlines.

Keterbatasan selanjutnya untuk pelaksanaan pengambilan data saat ini sangat terganggu oleh adanya *pandemic covid-19* sehingga penulis melakukan penelitian semaksimal mungkin di karena lokus yang tidak

menerima kedatangan tamu di luar karyawannya dan pelaksanaan pengambilan data dilakukan secara online.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan memperdalam pengetahuan penulis dan pembaca mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dan bagi pembaca yang memiliki keinginan untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut di bidang yang sama.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk perusahaan dapat mengetahui serta mengantisipasi secara jelas tentang apa yang diinginkan pelanggan PT. Purantara Mitra Angkasa Dua.
- b. Untuk karyawan mengetahui sejauh mana pengaruh *Reliability*, *Empathy*, *Responsiveness*, *Tangible* dan *Assurance* terhadap kepuasan pelanggan PT. Purantara Mitra Angkasa Dua.
- c. Untuk masyarakat, dapat menjadi sumber informasi dan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.