

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin tingginya rutinitas masyarakat Indonesia untuk bepergian antar daerah atau pun antar negara sejalan dengan maju dan berkembangnya bisnis transportasi di Indonesia. Hal tersebut dapat diamati dari semakin banyak maskapai penerbangan yang melayani rute penerbangan ke sejumlah provinsi di Indonesia. Masing-masing maskapai menawarkan berbagai macam pelayanan, mulai dari kelas ekonomi sampai kepada kelas bisnis. Salah satu jasa penerbangan terkemuka yang dikelola oleh pemerintah Indonesia adalah Garuda Indonesia *Airlines*.

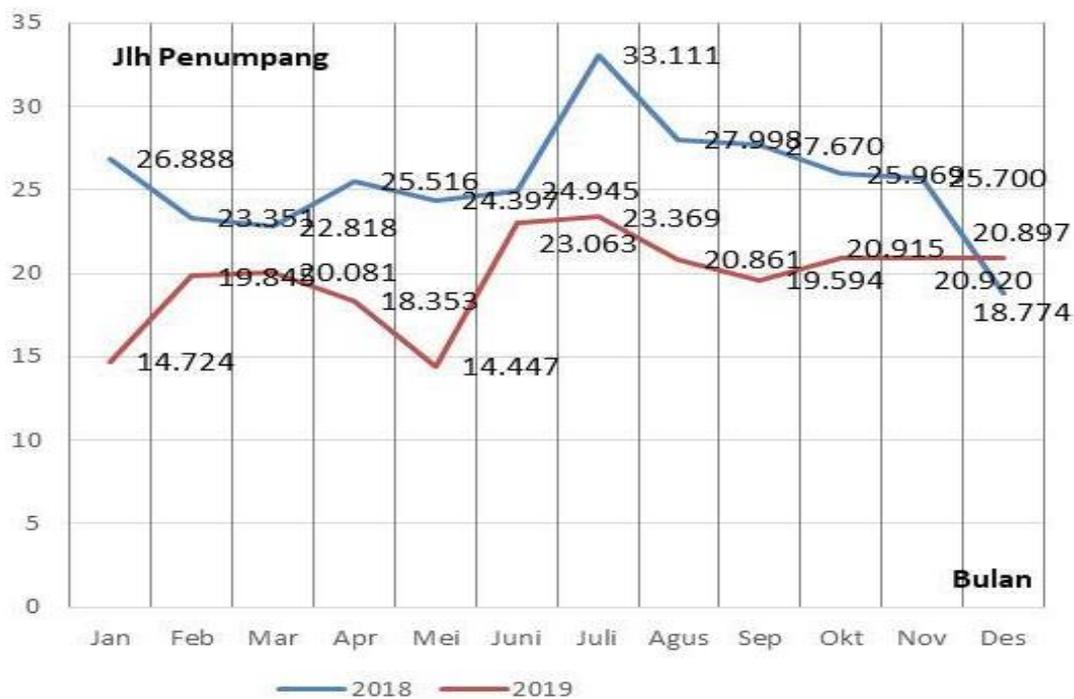
Garuda *Airlines* menjadi salah satu pilar unggulan jasa penerbangan di Indonesia. Keunggulan jasa penerbangan tersebut adalah pelayanan yang berkualitas tinggi sehingga menjamin kepuasan yang dirasakan pelanggan dalam menggunakan jasa penerbangan tersebut. Garuda Indonesia melayani seluruh rute penerbangan antar provinsi di Indonesia. Salah satu kota yang memiliki perwakilan tetap Garuda Indonesia *Airlines* adalah Kota Padang. Untuk Kota Padang rute penerbangan Garuda Indonesia melayani sejumlah tujuan ke sejumlah provinsi dan beberapa negara dikawasan Asia.

Menurut penelitian Yuliana (2019) Garuda Indonesia *Airlines* berusaha menciptakan keunggulan bersaing melalui pelayanan prima kepada pelanggan, sehingga ketika masyarakat mengingat Garuda Indonesia *Airlines* hal pertama yang di ingat adalah pelayanan prima dan kemewahan yang siap dirasakan penumpang. Melambungnya *image* Garuda Indonesia sebagai jasa penerbangan paling bergengsi dan berkualitas di Indonesia tercoreng akibat terbuktinya fakta yang mengungkapkan PT Garuda Indonesia *Airlines* mengalami kebangkrutan. Isu tersebut sempat

menciptakan polemik dan mendorong pemerintah melakukan investigasi untuk memastikan kebenaran kasus tersebut. Hasil investigasi menunjukkan bahwa manajemen Garuda terbukti melakukan kecurangan dalam melakukan pengelolaan keuangan, selain itu Garuda *Airlines* juga terbukti melakukan tindakan *illegal* yaitu menyeludupkan *Harley Davidson* sehingga akibat kasus yang menurunkan reputasi Garuda Indonesia dan pemerintah Indonesia dimata dunia internasional, pemerintah memutuskan untuk mencopot jabatan direktur utama PT Garuda Indonesia yaitu I Gusti Ngurah Askhara Danadiputra (Sudrajat, 2019).

Polemik negatif yang terjadi ditubuh manajemen Garuda diyakini menciptakan penurunan reputasi dari jasa penerbangan tersebut dalam pandangan masyarakat, dan diduga akan mempengaruhi keinginan masyarakat khususnya di Kota Padang atau pun kota kota yang lain di sejumlah provinsi untuk menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia *Airlines*. Penurunan keinginan masyarakat untuk menggunakan jasa penerbangan Garuda *Airlines* tersebut diduga akan mengurangi jumlah penumpang khususnya untuk rute penerbangan Kota Padang. Berdasarkan data yang diperoleh dari PT Garuda *Airlines* Cabang Padang diketahui perkembangan jumlah penumpang penerbangan Garuda *Airlines* dengan tujuan Padang dari berbagai provinsi di Indonesia terlihat pada Gambar 1 di bawah ini:

Gambar 1
Perkembangan Jumlah Penumpang Garuda Indonesia *Airlines*
Dengan Tujuan Kota Padang Periode Januari – Desember 2018 & 2019



Sumber: PT Garuda Airlines Cabang Padang (2020)

Berdasarkan Gambar 1 terlihat terjadi fluktuasi jumlah penumpang Garuda Airlines dengan tujuan Kota Padang dari tahun 2018 sampai 2019. Data menunjukkan total jumlah penumpang Garuda Airlines pada Desember 2018 mencapai 18.774 orang walaupun meningkat pada Desember 2019 menjadi 20.992 penumpang, jika diamati di bulan lainnya rata-rata jumlah penumpang pada tahun 2018 relatif lebih tinggi dibandingkan jumlah penumpang bulanan di tahun 2019. Terjadinya kecenderungan penurunan jumlah penumpang Garuda Indonesia dengan rute tujuan Kota Padang diakhir tahun 2019 diduga disebabkan karena menurunnya reputasi jasa penerbangan tersebut akibat skandal manipulasi informasi keuangan dan penyeludupan *Harley Davidson* pada pertengahan Oktober 2019 yang lalu. Jika kondisi tersebut terus dibiarkan maka eksistensi Garuda Airlines sebagai perusahaan penerbangan yang dikelola oleh pemerintah Indonesia akan terganggu yang diperlihatkan dengan semakin menurunnya kepercayaan masyarakat pada Garuda Airlines yang ditandai dengan menurunnya jumlah penumpang.

Ketika jumlah penumpang terus menurun tentu akan mengakibatkan kurang keuntungan atau laba usaha yang diperoleh Garuda Indonesia *Airlines*. Selain itu informasi negatif yang berkaitan dengan pengelolaan Garuda *Airlines* akan mempengaruhi *stakeholders* khususnya *investor* dan masyarakat, mereka akan berinvestasi dengan menggunakan *platform* Garuda, akibatnya kelangsungan hidup Garuda Indonesia *Airlines* akan terus menurun. Oleh karena itu sangat penting bagi peneliti untuk mengidentifikasi sejumlah faktor yang melatar belakangi terjadinya penurunan jumlah penumpang jasa penerbangan Garuda Indonesia khususnya dengan rute tujuan Kota Padang dengan mengamati sejumlah faktor internal dan eksternal yang dirasakan konsumen khususnya masyarakat di Kota Padang.

Menurut penelitian Yonathan et al., (2017) menemukan bahwa sejumlah faktor yang mendorong konsumen memilih menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia *Airlines* meliputi fasilitas, citra dari merek, nilai prestise, rekomendasi dari orang terdekat dan kenyamanan diri. Selanjutnya penelitian Pangesti dan Astuti (2015) menemukan bahwa dalam memilih jasa penerbangan terdapat sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat yang meliputi persepsi kualitas, promosi, dan asosiasi merek.

Menurut penelitian Wardhana et al., (2020) menemukan bahwa terdapat sejumlah faktor yang mendorong konsumen di Indonesia memilih menggunakan jasa sebuah maskapai penerbangan yaitu *safety*, *tariff*, *baggage service*, *cabin services*, *airplane* dan *airline image*. Masing masing faktor memberikan kontribusi yang dominan yang melatarbelakangi konsumen di Indonesia memilih jasa penerbangan.

Safety menunjukkan perasaan aman dan nyaman yang ditunjukkan konsumen selama berada diatas pesawat mulai dari saat keberangkatan hingga sampai ketujuan dan meninggalkan pesawat. Semakin tinggi perasaan aman dalam diri konsumen

untuk menggunakan jasa sebuah pesawat maka akan mendorong konsumen untuk memilih menggunakan jasa maskapai penerbangan tersebut. Faktor kedua yang melatarbelakangi konsumen memilih menggunakan jasa penerbangan adalah *tariff*. Secara khusus tarif akan mempengaruhi aspek psikologis konsumen dalam memilih jasa penerbangan. Ketika *tariff* yang ditawarkan relatif tinggi maka yang terbayang dalam persepsi konsumen adalah kenyamanan, dan keamanan selama berada di pesawat, dengan demikian *tariff* menjadi salah satu faktor yang melatarbelakangi konsumen memilih menggunakan jasa penerbangan.

Faktor ketiga yang melatarbelakangi konsumen memilih menggunakan sebuah jasa penerbangan adalah *baggage service*, yaitu layanan jasa penitipan barang, ketika konsumen merasa barang yang mereka miliki aman selama ditiptkan ditempat yang disediakan maskapai penerbangan maka besar kemungkinan salah satu faktor yang melatarbelakangi konsumen memilih sebuah jasa penerbangan adalah *baggage services*. Selain itu faktor utama lainnya yang mempengaruhi konsumen memilih jasa penerbangan adalah *cabin services*, jasa layanan tersebut berkaitan dengan penyewaan ruangan untuk berbagai keperluan yang dimiliki konsumen. Ketika konsumen merasa nyaman dalam menggunakan layanan kabin maka konsumen akan memikirkan faktor tersebut sebagai salah satu alasan bagi mereka untuk menggunakan sebuah jasa penerbangan.

Lebih lanjut menurut penelitian Wardhana et al., (2020) menemukan bahwa faktor kelima yang dapat melatarbelakangi konsumen memilih menggunakan sebuah jasa penerbangan adalah *airplane*. Ketika jasa penerbangan menyediakan armada penerbangan dengan tahun operasional yang rendah, serta kondisi fisik dan mesin pesawat yang menjadi keamanan penumpang maka *airplane* akan menjadi faktor yang dipertimbangkan konsumen untuk menggunakan jasa sebuah penerbangan,

selanjutnya *airplane image* juga menjadi salah faktor yang mendorong konsumen menggunakan jasa sebuah penerbangan. Ketika *image* maskapai penerbangan relatif baik atau positif dalam pandangan konsumen maka kecenderungan mereka untuk menggunakan jasa penerbangan tersebut akan semakin tinggi.

Penelitian Kuasa et al., (2019) menemukan bahwa dalam memilih jasa sebuah penerbangan, konsumen akan berpendoman pada pengalaman menggunakan jasa penerbangan (*brand experience*). Pengalaman positif yang dirasakan konsumen akan mendorong mereka untuk kembali menggunakan merek jasa yang sama. Selain itu menurut penelitian Rivai (2019) menemukan bahwa terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi keinginan masyarakat memiliki jasa penerbangan yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal menunjukkan sejumlah atribut yang berasal dari dalam diri konsumen seperti sikap, persepsi dan reputasi merek, sedangkan faktor eksternal adalah sejumlah atribut yang berasal dari luar diri individu, seperti harga, kualitas pelayanan dan keamanan dalam menggunakan jasa transportasi udara.

Menurut penelitian Sherly dan Martinus (2019) menemukan bahwa terdapat sejumlah faktor yang melatarbelakangi masyarakat dalam memilih jasa penerbangan. Faktor tersebut meliputi faktor sosial, faktor personal, faktor psikologis dan faktor budaya. Didalam penelitian tersebut teridentifikasi faktor psikologis merupakan faktor yang memberikan pengaruh dominan dalam melatarbelakangi masyarakat dalam memilih jasa penerbangan. Faktor psikologis berkaitan dengan perasaan aman, dan nyaman selama berada di dalam pesawat, serta pengalaman yang dimiliki masyarakat dalam menggunakan jasa penerbangan.

Dari hasil penelitian Hermawan (2019) menemukan bahwa dalam menggunakan jasa maskapai penerbangan faktor eksternal terpenting yang melatarbelakangi keinginan konsumen menggunakan jasa maskapai adalah faktor

psikologis, harga, individu yang memberikan jasa, proses pemberian jasa dan nilai *physical evidence* yang dirasakan konsumen pada saat menggunakan jasa sebuah jasa penerbangan. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa faktor psikologis menjadi faktor dengan *equivalence value* tertinggi, perasaan aman dan nyaman menjadi faktor utama yang melatar belakang masyarakat memilih menggunakan jasa penerbangan.

Sesuai dengan uraian ringkas fenomena dan latar belakang masalah peneliti tertarik untuk mengamati sejumlah faktor yang menjadi pertimbangan masyarakat khususnya di Kota Padang memilih jasa penerbangan Garuda *Airlines*. Faktor yang direncanakan digunakan meliputi faktor internal dan eksternal yang dimiliki setiap konsumen. Penelitian ini ditunjukkan kepada maskapai penerbangan Garuda Indonesia *Airlines*. Penelitian ini merupakan penelitian empiris yang berjudul: **Faktor Faktor yang Melatarbelakangi Masyarakat Dalam Memilih Jasa Penerbangan Garuda Indonesia.**

1.2 Perumusan Masalah

Sesuai dengan uraian latar belakang dan fenomena penelitian maka diajukan perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu

1. Apakah faktor-faktor yang melatarbelakangi masyarakat memilih menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia.
2. Apakah faktor yang dominan yang melatarbelakangi masyarakat memilih menggunakan jasa Garuda Indonesia.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang telah dijelaskan maka tujuan dilaksanakannya ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang melatarbelakangi masyarakat memilih menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia *Airlines* serta

memastikan faktor dominan yang melatarbelakangi masyarakat memilih menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Sejalan dengan uraian tujuan dan manfaat penelitian diharapkan hasil yang diperoleh dapat memberikan manfaat positif bagi:

1. Perusahaan atau pengelola maskapai penerbangan Garuda *Airlines*, hasil yang diperoleh dapat dijadikan sebagai referensi atau acuan untuk mengetahui sejumlah faktor yang mendorong masyarakat di Kota Padang memilih menggunakan jasa penerbangan Garuda *Airlines*. Dengan mengamati faktor manajemen dapat menciptakan strategi yang lebih tepat dan jitu untuk menarik perhatian masyarakat di Kota Padang untuk memilih menggunakan jasa penerbangan Garuda *Airlines*.
2. Akademis, hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan atau tambahan referensi bagi peneliti dimasa mendatang yang juga tertarik melakukan penelitian dengan permasalahan yang sama.