

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis penerbangan di Indonesia mengalami persaingan yang sangat ketat seiring dengan meningkatnya tingkat mobilisasi. Berdasarkan Skytrax World Airline Awards ada berbagai maskapai penerbangan internasional yang menawarkan layanan berkualitas tinggi, untuk bersaing di Maskapai Penerbangan Top Dunia. Hal ini membuat persaingan di antara layanan maskapai menjadi semakin ketat, mengingat Skytrax World Airline Awards telah menjadi tolok ukur global untuk keunggulan maskapai (Passengers Choice Awards). Berikut ini merupakan 10 top airlines di seluruh dunia tahun 2016-2018.

**Tabel 1.1**

**Word Top 10 Airlines**

<b>Peringkat</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
1	Emirates	Qatar Airways	Singapore Airlines
2	Qatar Airways	Singapore Airlines	Qatar Airways
3	Singapore Airlines	ANA All Nippon Airways	ANA All Nippon Airways
4	Cathay Pacific	Emirates	Emirates
5	ANAs	Cathay Pacific Airways	EVA Air
6	Etihad Airways	EVA Air	Cathay Pacific Airways
7	Turkish Airways	Lufthansa	Lufthansa
8	EVA Air	Etihad Airways	Hainan Airlines
9	Qantas Airways	Hainan Airlines	Garuda Indonesia
10	Lufansa	Garuda Indonesia	Thai Airways

Sumber : Skytrax World Airline Awards

Garuda Indonesia merupakan salah satu maskapai nasional yang termasuk dalam 10 Maskapai terbaik di Dunia pada tahun 2017-2018. Pencapaian Garuda Indonesia ini juga tidak hanya merepresentasikan pencapaian Garuda Indonesia sebagai maskapai penerbangan kelas dunia, melainkan juga menjadi representasi kesuksesan konsep layanan “Indonesia Hospitality” kancah global, sekaligus memperkuat “Nation Branding” Indonesia di mata dunia. Kekuatan merek (Brand Strength) merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap berhasilnya Garuda menjadi salah satu 10 Maskapai terbaik di dunia.

Corporate Image (popularitas, reputasi dan kepercayaan publik), Financial Image (profitabilitas, investasi, dan prospek keuangan perusahaan), HR Image (jenjang karir, standar gaji, dan pengelolaan SDM), *Product/Service Image* (reputasi perusahaan dalam hal produk/jasa yang diberikan dan kepedulian terhadap lingkungan) dan *Global Competitiveness Image* (kemampuan perusahaan untuk bersaing pada era pasar global, inovasi, perkembangan pangsa pasar lokal maupun internasional, dan imej perusahaan sebagai perusahaan yang memiliki proses bisnis yang mutakhir/*Technology Readiness* (Heriandono, 2018).

Persaingan suatu perusahaan khususnya pada sektor jasa telah melejit pada suatu tingkat yang mengkhawatirkan. Permintaan atas jasa pada saat ini semakin meningkat terutama pada bidang komunikasi, informasi dan terutama transportasi. Hal ini tentu mengharuskan sebuah perusahaan yang bergerak bidang komunikasi, informasi dan transportasi untuk terus melakukan inovasi-inovasi pada

operasionalnya agar terus mampu melayani permintaan jasa yang tinggi dan bersaing dengan perusahaan lainnya.

Ketatnya persaingan antar penyedia jasa mengharuskan mereka untuk mampu mempertahankan konsumen. Konsumen atau pengguna jasa akan menggunakan jasa dari suatu perusahaan yang mampu menawarkan kualitas jasa yang baik sehingga konsumen akan menggunakan jasa perusahaan tersebut lagi. Kotler (2016) berpendapat bahwa kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen tersebut. Jadi dengan kata lain persepsi konsumen inilah yang mempengaruhi nilai dari suatu produk jasa.

Perusahaan penyedia jasa yang sangat dibutuhkan saat ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang transportasi. Hal ini diakibatkan karena tingkat pertumbuhan penduduk dan ekonomi yang tinggi sehingga berdampak pada tingginya mobilitas penduduk. Mobilitas penduduk yang tinggi inilah yang menjadikan perusahaan penyedia jasa transportasi sangat dibutuhkan. Kondisi geografis Negara Indonesia yang merupakan negara kepulauan yang memiliki banyak pulau-pulau membutuhkan transportasi yang efektif dan efisien. Hal ini menjadikan penyedia jasa transportasi penerbangan salah satu jasa yang sangat dibutuhkan.

Para peneliti berpendapat bahwa itu bukan kualitas layanan saja yang mengarah pada peningkatan kinerja bisnis dan ada beberapa anteseden lain yang mungkin mempromosikan kinerja bisnis karena ini adalah konstruksi dimensi multi-dimensi. Bahkan, kualitas layanan mungkin tidak mempengaruhi semua dimensi kinerja bisnis, tetapi hanya beberapa komponennya. Jadi, para peneliti telah menekankan pada

penyelidikan khusus industri tentang pengaruh dimensi individual kualitas layanan pada dimensi spesifik kinerja bisnis(Nair & Choudhary, 2016)

Persaingan di dunia bisnis adalah dinamis dan menantang. Pelanggan menjadi lebih sadar akan persaingan yang terjadi di sekitar mereka. Munculnya era informasi telah mendidik individu untuk mencari informasi dari produk dan layanan, yang telah mengubah kekuatan pasar di banyak industri. Hubungan antara pelanggan dan perusahaan telah sangat berkembang ke arah di mana pelanggan memiliki posisi dominan dalam hal daya tawar. Dengan kekuatan ini, pelanggan menjadi lebih menuntut penyedia layanan (Porter, 2008). Seseorang dapat menyatakan bahwa banyak industri, termasuk industri jasa, berada di bawah belas kasihan pelanggan mereka. Mendapatkan keunggulan kompetitif dalam organisasi layanan bisnis saat ini adalah tugas yang sangat serius bagi para manajer, karena mereka perlu menemukan cara untuk memberikan nilai superior kepada pelanggan mereka(Yap, Ramayah, Nushazelin, & Shahidan, 2012).

Penelitian Ali, Dey, & Filieri (2015) yang berjudul "*An assessment of service quality and resulting customer satisfaction in Pakistan International Airlines: Findings from foreigners and overseas Pakistani customers*". Penelitian ini menggunakan model AIRQUAL yang terdiri dari lima dimensi yaitu, *airline tangible, terminal tangibles, personnel, empathy*, dan *image*. Data penelitian didapat dengan melakukan survei langsung di bandara Manchester dan Birmingham dari bulan November hingga Desember 2012. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS 20 dan

AMOS 20. Hasil penelitian membuktikan *airline tangible*, *terminal tangibles*, *personnel*, *emphathy*, dan *image* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengajukan judul skripsi “**Pengaruh Kualitas Layanan (AIRQUAL) Terhadap Kinerja Keunggulan Bersaing Pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia**”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah Kualitas Layanan (AIRQUAL) berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
2. Apakah Kualitas Layanan (AIRQUAL) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?
3. Apakah kinerja berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Kualitas Layanan (AIRQUAL) terhadap kinerja perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Kualitas Layanan (AIRQUAL) terhadap keunggulan bersaing
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kinerja perusahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian di harapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dapat sebagai media untuk membuat analisis, menambah pengetahuan dalam melakukan penelitian terhadap Pengaruh Kualitas Layanan (AIRQUAL) Terhadap Kinerja dan Keunggulan Bersaing Pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia.

2. Bagi Pihak Garuda Indonesia

Penelitian ini dapat di jadikan informasi sehingga dapat di manfaatkan sebagai bahan pertimbangan untuk keputusan pada peningkatan kinerja dan keunggulan bersaing perusahaan.

3. Bagi Akademik

Sebagai bahan tambahan referensi khususnya di bidang operasional.