

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pemerintah melakukan deregulasi penerbangan pada tahun 1996. Sejak itu, banyak usaha penerbangan Swasta dan BUMN yang terjun ke pasar ini. Hal ini juga dikarenakan Indonesia mempunyai letak geografis yang terdiri dari pulau-pulau baik kecil atau besar. Di mana masyarakat yang ingin pergi tidak hanya melalui jalur darat, melalui jalur udara pun masyarakat bisa bepergian kemana saja. Banyak maskapai melihat ini merupakan peluang usaha yang sangat menjanjikan juga menguntungkan, dan maskapai penerbangan nasional bermunculan seperti: Sriwijaya Air, Lion Air, Batavia Air, dan Merpati Nusantara Air, sehingga menimbulkan persaingan penerbangan nasional yang semakin ketat.

Untuk menghadapi persaingan banyak maskapai melakukan penawaran layanan yang mereka anggap unggulan di masing-masing maskapai. Dengan banyaknya dorongan dan antusias positif dari pelanggan yang membutuhkan transportasi udara, banyak maskapai melakukan penawaran layanan ke pada pelanggan dengan tidak hanya menjual tiket pesawat terbang saja. Maskapai juga membukaan layanan

pengiriman barang (cargo) untuk bersaing dengan tujuan memenangkan persaingan di dunia penerbangan nasional.

Maka dari itu perusahaan Garuda Indonesia merupakan maskapai penerbangan yang tidak hanya melakukan jasa pengiriman penumpang, Garuda Indonesia juga melakukan jasa pengiriman barang (cargo). Dimana dengan berkembangnya minat bisnis di jasa cargo melalui jalur udara dan didukung juga dengan keadaan Indonesia secara geografis. Dengan adanya jasa cargo ini diharapkan dapat memberikan layanan kepercayaan yang lebih besar lagi terhadap pelanggan untuk mengirim barang (cargo) ke tempat tujuan. Dengan adanya program cargo ini perusahaan bisa mendapatkan keuntungan dari kepuasan pelanggannya yang didukung juga oleh kualitas layanan informasi yang disampaikan oleh CRO Garuda Cargo. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam mengirim barang-barang, di sini maskapai pesawat Garuda Indonesia membuka layanan jasa pengiriman barang yang akan dikirim ke seluruh Indonesia.

Untuk melakukan pengiriman cargo, Garuda Indonesia mempunyai suatu organisasi yang khusus menangani jasa pengiriman barang yaitu SBU Garuda Cargo. Di sini para pelanggan melakukan komunikasi untuk mengirim cargo ke daerah tujuannya dengan berkomunikasi ke CRO SBU Garuda Cargo, dan CRO Garuda Cargo akan memberikan semua layanan informasi yang ada di SBU Garuda Cargo kepada pelanggan yang kurang mengetahui fasilitas yang diberikan dalam mengirim cargo.

Seiring dengan perkembangan dunia bisnis yang begitu pesat, bermunculan perusahaan maskapai lain yang bergerak di bidang yang sama yaitu Sriwijaya Air, Lion Air, Batavia Air, dan Merpati Nusantara Air. Perusahaan tersebut menjadi kompetitor utama meskipun SBU Garuda Cargo sebagai perusahaan pertama yang menerapkan jasa pengiriman barang.

Untuk menghadapi pendatang baru tersebut SBU Garuda Cargo tidak mau kehilangan para pelanggannya. Maka untuk mempertahankannya CRO SBU Garuda Cargo memberikan program informasi dengan fasilitas-fasilitas yang menjanjikan ketepatan waktu dari barang tersebut dikirim sampai di tempat tujuannya, seperti program *Cargo Express*: layanan *door to door* kiriman paket dan dokumen ke seluruh tujuan penerbangan Garuda Indonesia, kiriman tiba pada hari itu juga dan bila lewat dari waktu yang ditentukan uang pelanggan akan kembali 100%. Program *Cargo Priority Speed*: layanan *eksklusif* untuk pengiriman paket dan dokumen antarbandara, batas waktu penerimaan barang hingga 90 menit sebelum jadwal keberangkatan dan kepastian keberangkatan pun terjamin. Program *Cargo General*: layanan pengiriman antarbandara untuk berbagai macam barang tanpa spesifikasi tertentu. Di sini juga Cargo Garuda memberikan klaim (laporan) selama 14 hari, bila barang yang dikirim mengalami kerusakan atau cacat pada saat diterima oleh pelanggan.

Banyak perusahaan penerbangan yang sudah mempunyai rencana untuk terfokus terhadap kepuasan pelanggannya, dan SBU Garuda Cargo melakukan pembukaan rute penerbangan cargo ke seluruh nusantara di mana para maskapai lain hanya membuka rute cargo tertentu, yang bertujuan untuk menimbulkan minat beli para pelanggan yang dulu memakai jasa cargo maskapai lain tetapi sekarang maskapai lain tersebut hanya melayani rute yang sudah ditentukan oleh maskapainya. Jadi tidak dipungkiri lagi kalau para pelanggan lebih memilih jasa Garuda cargo untuk mengirim barang-barangnya ke kota yang pelanggan inginkan, sebab para maskapai lain hanya membuka rute yang telah ditentukan. Para pelanggan pun beralih ke Garuda cargo yang membuka rute di mana maskapai lain tidak membuka rute tersebut(sumber: interview Bapak Ranto Parulian Situmeang Divisi CRO SBU Garuda Cargo dan Bapak Erwin Yasir Divisi Cargo *Quality Assurance*).

Layanan yang diberikan oleh CRO SBU Garuda Cargo seperti fasilitas-fasilitas program di atas, merupakan layanan yang diberikan oleh CRO SBU Garuda Cargo kepada para pelanggannya. Layanan yang dimaksud di sini adalah layanan informasi produk dari CRO SBU Garuda Cargo untuk menjanjikan barang tersebut tepat waktu dan masih utuh kepada para pelanggannya yang menggunakan jasa pengiriman barang. Komunikasi yang baik terhadap pelanggan merupakan kualitas layanan informasi yang di berikan oleh CRO Garuda Cargo untuk menepati janji

yang ada di dalam program fasilitas Garuda Cargo yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya.

Tentu layanan yang baik adalah layanan yang berkualitas. Artinya kualitas layanan yang terbaik tersebut harus memiliki informasi yang berkualitas. Informasi yang berkualitas menurut Jogiyanto (1999:8) kualitas dari suatu informasi tergantung dari tiga hal, yaitu harus akurat, tepat pada waktunya, dan relevan.

Sehubungan dengan hal di atas sesuai dengan pendapat Tjiptono (2005:51) pada dasarnya definisi kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Berdasarkan pendapat di atas dapat dikemukakan bahwa layanan informasi yang unggul dalam bersaing adalah memberikan layanan dengan kualitas lebih tinggi dari pesaingnya yang mampu memberikan layanan informasi yang akurat, tepat waktu, dan relevan secara konsisten, karena harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicara dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Kehadiran fasilitas program yang diberikan oleh CRO Garuda Cargo di bidang pengiriman cargo merupakan persaingan dalam industri penerbangan itu sendiri. Berbagai fasilitas program baru dikenalkan kepada pelanggan, untuk memberikan kepercayaan dan kepuasan terhadap

CRO Garuda Cargo dan untuk bersaing di dunia penerbangan khususnya dalam bidang cargo. Sebab kepuasan merupakan suatu kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan atas kualitas layanan informasi yang disampaikan oleh CRO Garuda Cargo dalam pengiriman cargo.

Dengan demikian rumusan masalah pada penelitian ini secara umum adalah **“sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan informasi CRO SBU Garuda Cargo”**.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan informasi CRO SBU Garuda Cargo.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian dapat memperluas kajian dalam ilmu *Public Relations* dalam melakukan komunikasi secara eksternal dalam media komunikasi yang digunakan oleh perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk perusahaan dalam memberikan/menciptakan informasi yang berkualitas untuk kepuasan pelanggan.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara garis besar, sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab dan masing-masing bab dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan kerangka teori, operasionalisasi variabel penelitian, kerangka pemikiran yang melandasi penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai desain penelitian, bahan penelitian dan unit analisis, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, reliabilitas dan validitas alat ukur serta analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menjabarkan hasil pengolahan data yang diperoleh di lapangan, mulai dari hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini terdiri dari kesimpulan hasil analisis penelitian dan saran-saran yang penulis berikan untuk CRO Garuda Cargo.