

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang penting dan sebagai penerimaan devisa terbesar keempat setelah minyak dan gas bagi Indonesia. Pariwisata juga sebagai penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) dan lapangan kerja yang paling mudah dan murah (Kementerian Pariwisata RI: 2016). Berdasarkan Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2009 pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh pemerintah, masyarakat dan pengusaha.

Pariwisata didukung oleh sarana dan prasarana dari berbagai pihak. Prasarana pariwisata adalah semua fasilitas utama atau dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberikan pelayanan kepada wisatawan, seperti jalan raya, jembatan, terminal bus, rel kereta api dan stasiun, pelabuhan udara dan laut, prasarana kesehatan, sistem telekomunikasi serta keamanan. Sedangkan sarana pariwisata adalah fasilitas dan perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti perusahaan perjalanan, biro perjalanan wisata dan perusahaan transportasi. Salah satu perusahaan transportasi adalah maskapai penerbangan yang memberikan pelayanan jasa berupa sarana angkutan udara.

Sriwijaya Air merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa angkutan udara. Maskapai penerbangan ini merupakan salah satu maskapai penerbangan yang ada di Indonesia. Berdasarkan (Sumber: [www.sriwijayaair.co.id](http://www.sriwijayaair.co.id)) Sriwijaya Air pada saat ini adalah maskapai penerbangan ketiga di Indonesia dan sejak tahun 2007 hingga saat ini tercatat sebagai salah satu Maskapai Penerbangan Nasional yang memiliki standar keamanan kategori 1 di Indonesia. Sriwijaya Air telah menerbangkan lebih dari 950.000 penumpang setiap bulannya.

Sriwijaya Air membuka rute dalam sehari dari Palembang menuju 3 destinasi yaitu Palembang – Jakarta sebanyak 3 kali merupakan rute paling banyak dibuka dibandingkan dengan rute ke destinasi lainnya, Palembang – Pangkal Pinang sebanyak 2 kali dan Palembang – Yogyakarta sebanyak 1 kali. Adapun jumlah penumpang Sriwijaya Air pada tahun 2016 untuk masing-masing destinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Penumpang Sriwijaya Air Rute Palembang ke 3 Destinasi**  
**Tahun 2016**

No	Rute Penerbangan	Jumlah Penumpang
1	Palembang - Jakarta	92.076
2	Palembang - Pangkal Pinang	78.195
3	Palembang - Yogyakarta	52.624

Sumber: PT Sriwijaya Air Distrik Palembang

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah penumpang untuk rute Palembang – Jakarta paling banyak diminati oleh penumpang dengan jumlah 92.076 per tahun 2016, dibandingkan dengan rute Palembang – Pangkal Pinang dengan jumlah 78.195 dan Palembang – Yogyakarta dengan jumlah 52.624.

Dewasa ini persaingan antar maskapai penerbangan semakin pesat karena muncul maskapai penerbangan yang memiliki strategi bisnis dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Supaya dapat bertahan pada pangsa pasar yang sama maka dibutuhkan strategi yang efektif. Strategi yang efektif tersebut adalah strategi yang mampu mencari pelanggan baru dan mempertahankan konsumen lama, untuk itu Sriwijaya Air memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui sisi pelayanannya. Kunci utama untuk memenangkan persaingan yaitu memberikan kepuasan melalui produk dan jasa yang berkualitas kepada konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama bagi setiap perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan Sriwijaya Air mempunyai fasilitas-fasilitas sebagai pelayanan kepada pelanggan. Hal ini dilakukan oleh Sriwijaya Air supaya tidak kalah dalam bersaing dengan maskapai yang lainnya. Sriwijaya Air memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai

dengan apa yang dibutuhkan dan keinginan pelanggan. Seperti tersedianya koran, majalah, pemberian snack, serta fasilitas lainnya yang akan memberikan kemudahan bagi pelanggan. Sriwijaya Air memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam pemesanan tiket melalui website, via telepon dan secara online.

Sriwijaya Air sangat memperhatikan keamanan dan keselamatan pelanggan. Berdasarkan (Sumber: PT Sriwijaya Air) keamanan dan keselamatan merupakan pedoman utama pelayanan dari maskapai penerbangan ini bagi seluruh penumpangnya. Sehubungan dengan itu, dalam hal perawatan dan pemeliharaan armada pesawat, maskapai penerbangan ini bekerjasama dengan Singapore Technologies Aerospace, Malaysia Airlines Systems (MAS), Garuda Maintenance Facility (GMF) dan PT Aero Nusantara Indonesia (ANI). Kerjasama ini dilakukan supaya para pelanggan Sriwijaya Air mendapatkan rasa aman dan kenyamanan optimal saat menggunakan jasa Sriwijaya Air. Maskapai penerbangan Sriwijaya Air mempunyai keunggulan armada pesawat yaitu Boeing 737-900 ER, 737-800 NG, 737-300 dan 737-500 W.

Pelayanan yang diberikan oleh Sriwijaya Air yaitu mengelola penumpang *city check in* dan *web check in*, 1 (satu) hari penumpang diberikan konfirmasi sebelum penerbangan. Apabila terjadi *delay* maka diinformasikan terlebih dahulu ke penumpang, jika *delay* lebih dari 1 (satu) jam Sriwijaya Air akan memberikan snack kepada penumpang dan *delay* lebih dari 2 (dua) jam akan diberikan makan.

Kepuasan pelanggan dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan melalui sumber daya manusia yang handal. Memberikan pelayanan terbaik dapat terjadi jika perusahaan mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, maka dari itu perusahaan harus dapat membaca yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Dilihat dari segi pelayanan, Sriwijaya Air selalu mengutamakan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

Berikut ini pertumbuhan volume penumpang Sriwijaya Air pada tahun 2016 dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1.2**  
**Volume Penumpang Jasa Penerbangan Sriwijaya Air**  
**Tahun 2016**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Penumpang</b>	<b>Pertumbuhan (%)</b>
<b>Januari</b>	710.953	
<b>Februari</b>	868.810	10,24
<b>Maret</b>	749.143	4,07
<b>April</b>	879.276	13,98
<b>Mei</b>	893.221	5,78
<b>Juni</b>	981.228	32,12
<b>Juli</b>	717.021	15,94
<b>Agustus</b>	909.104	23,65
<b>September</b>	723.349	21,26
<b>Oktober</b>	774.637	3,4
<b>November</b>	835.756	13,67
<b>Desember</b>	893.549	26,88
<b>Rata-Rata</b>	828.003	9,12

Sumber: PT Sriwijaya Air, 2016

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa terjadinya fluktuasi jumlah penumpang selama tahun 2016. Sriwijaya air merupakan jasa penerbangan *full service* yang mematok harga lebih mahal dengan menawarkan fasilitas yang baik biasanya jenis penerbangan ini digunakan oleh golongan masyarakat menengah ke atas, dibandingkan jasa penerbangan low cost carrier yang harganya lebih murah dengan memberikan fasilitas minim. Hal ini lah yang membuat Sriwijaya Air memiliki keunggulan dalam pelayanan yang dapat dikatakan lebih baik dan tidak diragukan lagi dibandingkan para pesaingnya, terutama jasa penerbangan yang sejenis lainnya.

Ditengah persaingan yang ketat antar maskapai penerbangan pada saat ini, perusahaan harus menciptakan strategi yang baru supaya dapat memenangkan persaingan. Aspek pelayanan merupakan faktor yang sangat penting dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan supaya terciptanya kepuasan pelanggan (Nugroho: 2011). Dapat diambil kesimpulan bahwa dengan meningkatkan kualitas pelayanan jasa maskapai penerbangan akan

meningkatkan penjualan, mempertahankan pelanggan dan memperluas pangsa pasar konsumen.

Meningkatkan kualitas pelayanan melalui bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reability*), ketanggapan karyawan (*Responsiveness*), jaminan keselamatan (*Assurance*) dan empati (*Empathy*) dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan agar tidak beralih ke maskapai penerbangan lainnya (Tjiptono: 2015).

Hal ini menjadi perhatian utama perusahaan dalam memenangkan persaingan, kualitas pelayanan adalah salah satu strategi perusahaan dalam menciptakan kepuasan pelanggan (Nugroho: 2011).

Persaingan yang ketat antar maskapai penerbangan pada saat ini dalam memasarkan produknya, strategi pemasaran tidak hanya berupa 4P : *Product, Price, Place, Promotion* tetapi perlu tambah dengan 3P : *People, Pysical Evidence, dan Process*, supaya dapat memenangkan persaingan.

Strategi pemasaran organisasi jasa, secara garis besar berkaitan dengan tiga hal pokok yaitu : strategi diferensiasi kompetitif, strategi pengelola produktivitas, dan strategi pengelola kualitas jasa (Nugroho: 2011). Strategi dalam mengelola kualitas jasa sangat penting, karena semua unsur yang terdapat didalam organisasi terlibat dan berkesinambungan. Dalam mengelola kualitas jasa tersebut tergabung dalam kerja yang dapat menentukan naik atau turunnya keunggulan perusahaan tersebut dalam bersaing dengan perusahaan sejenisnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk memilih judul **“Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Pada Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air Palembang (Studi Pada Penumpang Sriwijaya Air Keberangkatan Rute Palembang-Jakarta)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah yaitu:

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Sriwijaya Air di Kota Palembang?
- b. Apakah rute penerbangan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Sriwijaya Air di Kota Palembang?
- c. Apakah harga berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Sriwijaya Air di Kota Palembang?
- d. Apakah promosi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Sriwijaya Air di Kota Palembang?

## **1.3 Batasan Masalah**

Penulis membatasi masalah dalam pembahasan supaya tidak menyimpang dari masalah yang ada yaitu tentang pengaruh kualitas pelayanan, rute penerbangan, harga dan promosi terhadap keunggulan bersaing pada maskapai penerbangan Sriwijaya Air. Ruang lingkup rute penerbangan dari penelitian ini adalah Palembang-Jakarta.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing Sriwijaya Air di Kota Palembang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh rute penerbangan terhadap keunggulan bersaing Sriwijaya Air di Kota Palembang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keunggulan bersaing Sriwijaya Air di Kota Palembang.
- d. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keunggulan bersaing Sriwijaya Air di Kota Palembang.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah

a. Bagi Penulis

Memberi wawasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, rute penerbangan, harga dan promosi terhadap keunggulan bersaing pada maskapai penerbangan Sriwijaya Air serta menambah pengalaman di dalam mempraktekkan disiplin ilmu manajemen khususnya pemasaran.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan atau rekomendasi bagi PT. Sriwijaya Air untuk menjalankan bisnisnya, terutama yang berhubungan dengan objek penelitian pemasaran, mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing.