

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki jumlah kepulauan sebanyak 17.521 (Sumber: Edukasi.kompas 2016) dan memiliki penduduk sebanyak 257.912.349 Jiwa (Sumber: Bps 2016) sehingga kebutuhan akan alat transportasi menjadi kebutuhan yang sangat penting di Indonesia. Alat transportasi yang digunakan oleh masyarakat Indonesia berupa mobil, pesawat dan kapal laut. Namun untuk berpergian dari satu pulau ke pulau lainnya atau dari satu Negara ke Negara lainnya, pesawat merupakan alat transportasi yang paling cepat dan paling efisien untuk digunakan. Indonesia sendiri memiliki Maskapai Penerbangan yang sangat membanggakan di Dunia Penerbangan Internasional yaitu Garuda Indonesia.

Garuda Indonesia memperoleh penghargaan yang sangat bergengsi di dunia penerbangan Internasional yaitu "*The World's Best Cabin Crew*". Penghargaan ini didasarkan pada penilaian melalui "*Customer Satisfaction Survey*" yang dilaksanakan oleh Skytrax secara global yang melibatkan lebih dari 18 juta penumpang. Survei ini dilaksanakan terhadap lebih dari 245 perusahaan penerbangan Internasional, dan diselenggarakan setiap tahunnya dengan mengukur 41 aspek utama terkait produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan penerbangan. (Sumber: Beritasatu.com). Penghargaan tersebut

diperoleh oleh Garuda Indonesia sebanyak 4 kali berturut – turut, sejak tahun 2014 sampai dengan tahun 2017

Garuda Indonesia juga masuk ke dalam 10 besar maskapai penerbangan yang paling dicintai di dunia dan masuk Top 10 Dunia menurut TripAdvisor dan Garuda Indonesia mendapatkan “*TripAdvisor Travellers Choice Awards*” sebagai maskapai terbaik di Indonesia. Di lingkup Internasional, Garuda Indonesia juga masuk Top 10 maskapai terbaik di dunia 2017 dan Top 5 maskapai pilihan traveler di lingkup Asia Pasifik. Penilaian itu didasarkan langsung berdasarkan hasil rating yang diberikan oleh para penumpang. Penghargaan di kategori ini pun baru pertama kali diberikan oleh pihak TripAdvisor sebagai situs travel yang bergerak di bidang *review online*. (Sumber. Travel.detik.com).

Garuda Indonesia menciptakan ciri khas yang membanggakan, sekaligus meningkatkan citra Indonesia di dunia Internasional melalui Garuda Indonesia Experience didasarkan pada pancaindra atau “*5 sense*” yaitu yang terdiri dari *sight, sound, scent, taste* dan *touch* dan mencangkup “*24 Customer Touch Points*”. Mulai dari pelayanan *pre-journey, pre-flight, in-flight, post-flight* dan *post-journey*. Garuda Indonesia mempunyai *Service* yang memiliki nama yaitu Filosofi Keramatamahan Indonesia, Garuda Indonesia ingin mempromosikan Indonesia kepada dunia. Filosofi Keramahtamahan Indonesia ini diterjemahkan dalam ikon – ikon yang mengandalkan panca indra, yang antara lain tercermin dari penggunaan bahan dan ornament khas Indonesia untuk interior pesawat, aroma wewangian bunga khas Indonesia, musik khas Indonesia, serta cita rasa

makanan dan minuman khas Indonesia. Di samping melibatkan pancaindra, Garuda Indonesia Experience juga harus memiliki nilai-nilai dasar sebagai berikut yaitu tepat waktu dan aman (tentang produk), cepat dan tepat (tentang proses), bersih dan nyaman (tentang bangunan) serta andal, profesional, kompeten dan siap membantu (tentang staf). (sumber: www.garuda-indonesia.com 2017).

Garuda Indonesia berusaha mempertahankan Pengharganya sebagai maskapai penerbangan yang memiliki kru kabin terbaik di dunia selama 4 tahun berturut – turut sejak tahun 2014 sampai dengan 2017. Garuda Indonesia terus berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para penumpangnya, Garuda Indonesia memberikan pelayanan berupa awak kabin yang ramah terhadap konsumen dan berbagai fasilitas lainnya yang membuat penumpang yang menggunakan maskapai Garuda Indonesia menjadi puas dan kembali menggunakan Garuda Indonesia untuk berpergian ke luar maupun dalam negeri, sehingga konsumen yang menggunakan maskapai Garuda Indonesia menjadi konsumen yang loyalitas karena merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Maskapai Garuda Indonesia. Terbukti dengan penghargaan yang di dapat oleh Garuda Indonesia yaitu “*The World’s Best Cabin Crew*” yang dinilai berdasarkan “*Customer Satisfaction Survey*”, yang artinya konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Garuda Indonesia.

Customer Satisfaction adalah dimana kebutuhan konsumen terpenuhi dan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang dan membuat konsumen menjadi setia dengan jasa atau pun barang yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

“person’s feeling of pleasure or disappointment which resulted from comparing product’s perceived performance or outcome against his/her expectations” (Managing Brand Equity Book, Kotler and Keller, 2006, p.144). “There appears to be perpetual interest in customer satisfaction as a means of evaluating performance” (Marketing Insight from A to Z, Kotler and Keller, 2011).

Garuda Indonesia banyak mendapatkan penghargaan setiap tahunnya, penghargaan tersebut membuat reputasi Garuda Indonesia semakin baik dari tahun ke tahun, hal tersebut membuat konsumen semakin percaya untuk menggunakan Garuda Indonesia dan semakin puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh Garuda Indonesia, karena penghargaan yang di dapat oleh Garuda Indonesia, merupakan penghargaan yang sangat bergengsi di dunia penerbangan. Garuda Indonesia harus terus mempertahankan Penghargaan dan terus mengembangkan Filosofi Keramahtamahan dan Garuda Indonesia Experience yang ia miliki pada saat ini supaya konsumen yang menggunakan Garuda Indonesia terus merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh Garuda Indonesia dan akan terus menjadi konsumen yang *loyal* dalam menggunakan maskapai Garuda Indonesia.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian yang telah dipaparkan diatas, Garuda Indonesia mendapatkan penghargaan yang sama selama 4 tahun berturut – turut sejak tahun 2014. Penghargaan yang didapat oleh Garuda Indonesia merupakan penghargaan yang sangat bergengsi di dunia penerbangan yaitu *“The World’s Best Cabin Crew”* yang diikuti oleh 245 maskapai penerbangan internasional, yang didasarkan terhadap *“Customer Satisfaction Survey”*. Penghargaan tersebut

didapat oleh Garuda Indonesia, karena para penumpang yang menggunakan Garuda Indonesia merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Garuda Indonesia padahal banyak sekali maskapai penerbangan internasional yang menawarkan pelayanan yang serupa dengan Garuda Indonesia seperti pelayanannya, fasilitas atau entertain yang disediakan di dalam pesawat dan harga yang kurang lebih sama dengan Garuda Indonesia.

Garuda Indonesia harus terus mempertahankan kepuasan pelanggan yang sekarang Maskapai Garuda Indonesia sudah miliki, karena ini merupakan sebuah prestasi yang harus terus dipertahankan agar nama Garuda Indonesia terus dikenal. Kepuasan pelanggan yang dimiliki oleh Garuda Indonesia bisa dilihat dari Garuda Indonesia memenangkan penghargaan “*The World’s Best Cabin Crew*” yang didasarkan terhadap “*Customer Satisfaction Survey*”.

Dalam mencapai *Customer Satisfaction* Kru Kabin berfokus terhadap Garuda Indonesia Experience yang didasarkan pada pancaindra atau “*5 sense*” yaitu yang terdiri dari *sight, sound, scent, taste* dan *touch* dan mencakup “*24 Customer Touch Points*”. Mulai dari pelayanan *pre-journey, pre-flight, in – flight, post-flight* dan *post-journey*. Garuda Indonesia juga memiliki *service* unggulannya yaitu Filosofi “Keramatomahan” yang mencerminkan Indonesia guna mencapai kepuasan pelanggan. Filosofi Keramahtamahan ini diterapkan melalui komunikasi yang baik antara sesama kru kabin, ataupun antara kru kabin kepada penumpang.

Untuk mengetahui mengenai kepuasan pelanggan, Garuda Indonesia mempunyai “*Customer Satisfaction Survey*” atau yang biasa disebut oleh kru

kabin adalah *Suggestion Form*, yang harus diisi oleh penumpang yang tidak puas dalam menggunakan Garuda Indonesia. Garuda Indonesia berhasil mengharumkan nama Bangsa Indonesia melalui penghargaan yang diraihnya setiap tahunnya, dan penghargaan yang paling membanggakan yaitu “*The World’s Best Cabin Crew*”, yang berhasil dipertahankan oleh Garuda Indonesia selama 4 tahun berturut – turut sejak tahun 2014 sampai dengan 2017, hal ini menjadi sangat menarik untuk diteliti, bagaimana Garuda Indonesia bisa mempertahankan penghargaan “*The World’s Best Cabin Crew*”, dari Penerapan Filosofi Keramahtamahan oleh Kru Kabin agar konsumen selalu puas dalam menggunakan maskapai Garuda Indonesia.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana Penerapan *Model IDIC* oleh kru kabin Garuda Indonesia sebagai bagian dari *Customer Relationship Management* untuk mencapai *Customer Satisfaction*.

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Penerapan *Model IDIC* Oleh Kru Kabin Garuda Indonesia Sebagai Bagian Dari *Customer Relationship Management* dalam Mencapai *Customer Satisfaction*.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

1. Akademis

Untuk memenuhi tugas akhir sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, dan untuk menambah pengetahuan baru dari penelitian ini mengenai kaitan Komunikasi dengan *Customer Satisfaction*, serta menjadi bahan perbandingan antara teori yang diberikan dengan kenyataan yang ada di lapangan.

2. Praktis

Untuk menunjukkan bahwa adanya kaitan mengenai komunikasi yang dilakukan oleh Awak Kabin terhadap penumpang di dalam pesawat dengan *Customer Satisfaction*, dan bisa menjadi bahan masukan, serta evaluasi kepada Maskapai Garuda Indonesia agar tetap mempertahankan prestasinya yang sekarang telah dicapainya.

3. Sosial

Untuk pembaca yang membaca penelitian ini bisa memberikan wawasan dan informasi mengenai *Customer Satisfaction*.

1.6 Sistematika Penelitian

Di dalam Bab I, peneliti menjelaskan mengenai latar belakang masalah mengenai Garuda Indonesia dan filosofi Keramah-tamahan dan penghargaan yang dimiliki oleh Garuda Indonesia. Peneliti juga menjelaskan mengenai

identifikasi masalah, Garuda sudah 4 tahun berturut – turut mendapatkan penghargaan sebagai “*The Best Cabin Crew Service*”, apa yang membuat Garuda bisa terus mempertahankan penghargaan tersebut dan membuat konsumennya selalu puas. Peneliti juga menjelaskan rumusan masalah mengenai Bagaimana Strategi Departemen *Cabin Crew Service* Garuda Indonesia Dalam Menerapkan filosofi Keramatomahan untuk mencapai *Customer Satisfaction* dan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Strategi Departemen *Cabin Crew Service* Garuda Indonesia Dalam Menerapkan filosofi Keramatomahan untuk mencapai *Customer Satisfaction*, serta peneliti juga menjelaskan kegunaan penelitian, baik itu untuk akademis, praktis dan sosial.

Di dalam Bab II, peneliti menjelaskan mengenai objek dan subjek yang penelitian ini, dimana objek dari penelitian ini yaitu Konsep *Customer Relationship Management* Garuda Indonesia untuk mencapai *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*, Strategi *Customer Satisfaction* Garuda Indonesia serta filosofi Keramahtamahan Garuda Indonesia. Sedangkan subjek dari penelitian ini yaitu Perusahaan Garuda Indonesia.

Di dalam Bab III, peneliti menjelaskan teori dan konsep yang akan digunakan di dalam penelitian ini yaitu Teori Komunikasi , IMC, Hubungan (*Relationship*), *Customer Relationship Mangement* yang terdiri dari tipe, fase, *IDIC Model* dan tujuan, *Customer Satisfaction* yang terdiri dari konsep, hubungan kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan terhadap perfoma bisnis, model kepuasan pelanggan, pentingnya mengukur kepuasan

pelanggan, faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan yang terakhir yaitu *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty*.

Di dalam Bab IV, peneliti menguraikan mengenai Penelitian Terdahulu yang sudah pernah dibuat sebelumnya, Metode Penelitian yang digunakan yaitu Kualitatif, Metode Pengumpulan Data yang akan digunakan yaitu wawancara atau *dept interview* dan observasi, Metode Pengujian Data yang akan digunakan yaitu Pengujian Konfirmability, Pengujian Transferabilty data dan Triangulasi data dan Metode Analisis data yang akan peneliti gunakan yaitu menurut Miles dan Huberman, yaitu data reduksi, data display dan menarik kesimpulan serta verifikasi

Di dalam Bab V menjelaskan hasil pembahasan dari wawancara Pilot dan Pramugari Garuda, serta pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan temuan di lapangan.

Di dalam Bab VI menjelaskan mengenai kesimpulan dari peneliti dan saran peneliti untuk Garuda Indonesia.