

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat saat ini, mulai mempertimbangkan untuk memilih menggunakan alat transportasi udara dari pada alat transportasi umum lainnya, selain alasan utamanya yaitu dapat melakukan perjalanan jarak jauh maupun menengah dengan cepat, faktor lain yang di pertimbangkan yaitu keselamatan dan keamanan yang diterapkan. Terutama bagi Indonesia yang merupakan negara kepulauan, pesawat udara mampu menghubungkan ke beberapa pulau dari Sabang sampai Merauke. Tingginya antusiasme masyarakat Indonesia terhadap kemajuan teknologi, membuat negara harus melakukan pengembangan jasa angkutan udara karena berguna untuk daerah-daerah perbatasan dan daerah terpencil yang susah dijangkau menggunakan alat transportasi biasa. Hal ini dapat dibuktikan dengan data jumlah penumpang angkutan udara sebagai berikut:

Gambar 1.1. Data Jumlah Penumpang Domestik Jan 2018 – Jan 2019 (juta orang)



Sumber : Badan Pusat Statistik (2019)

Dari data tersebut dapat diartikan bahwa jumlah penumpang yang menggunakan jasa angkutan udara terus mengalami perubahan namun tidak pernah sepi penumpang. Mulai dari Januari 2018 sampai Februari 2018 penumpang mengalami penurunan dari 7,61 juta orang ke 6,91 juta orang. Namun pada bulan Maret 2018 dan April 2018 terus mengalami peningkatan dari 7,73 juta orang ke 7,91 juta orang. Tetapi pada Mei 2018 kembali lagi terhitung

menurun menjadi 7,27 juta orang. Dan kembali naik lagi secara drastis mulai dari bulan Juni 2018 hingga Juli 2018 dari 8,45 juta orang menjadi 8,96 juta orang. Sedangkan pada 2 bulan selanjutnya mengalami penurunan dari 8,09 menjadi 7,59. Dan pada 3 bulan selanjutnya grafik jumlah penumpang angkutan udara bergelombang naik turun mulai dari 8,11 juta orang di bulan Oktober 2018 turun menjadi 7,57 juta orang di bulan November 2018, dan kembali naik pada bulan Desember 7,93 juta orang. Dan pada awal bulan pertama mengalami penurunan sebanyak 6,66 juta orang. Sehingga tidak dipungkiri juga keberadaan bandar udara di beberapa daerah merupakan salah satu hal yang terpenting dalam mempermudah segala aktivitas baik berupa penerbangan ataupun aktivitas-aktivitas lain yang terkait dengan kebandarudaraan.

Bandar udara juga menggandeng beberapa mitra usaha dalam melakukan proses bisnisnya, seperti perusahaan ritel, restoran, dll. Hal ini dilakukan untuk memberikan fasilitas kepada konsumen yang akan menggunakan jasa transportasi udara tersebut. Selain untuk memuaskan pelanggan, tujuan lainnya adalah sebagai peningkatan pendapatan. Tentunya pihak bandar udara tidak asal dalam memilih mitra usaha yang sesuai, perlu ada tahapan dan seleksi di dalamnya demi mendapatkan kesepakatan yang membawa keselamatan kedua belah pihak. Ketika proses penyeleksian mitra usaha dilakukan, banyak sekali hal yang harus dipertimbangkan. Hal ini karena diharapkan adanya kerjasama mitra usaha dalam jangka panjang dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Para mitra usaha ini juga sangat berperan dalam memberikan pengalaman dan memberikan kenyamanan penumpang di bandar udara.

Kualitas pelayanan menjadi hal yang penting untuk mempertahankan pihak mitra usaha agar dapat terus bekerja sama dan saling menghasilkan keuntungan bagi kedua belah pihak. Selain konsumen, mitra usaha juga membutuhkan pelayanan yang terbaik dan bermutu agar mitra usaha mendapatkan rasa dan tujuan yang diharapkan. Menurut Tjiptono dan Chandra, (2016) “Kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.” Apabila pelayanan yang diterima atau yang dirasakan sesuai dengan harapan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan. Untuk itu, perlu

menjadi prioritas utama bagi perusahaan jasa dalam menilai kualitas pelayanan dan sejauh mana perusahaan tersebut telah melakukan pelayanan terbaiknya. Perusahaan yang gagal dalam memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Terdapat 5 variabel yang menentukan kualitas pelayanan yaitu: Bukti fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*Empathy*), model kualitas layanan jasa ini banyak dijadikan acuan dalam mengukur kualitas layanan (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, *et.al.* dalam Tjiptono (2011).

PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya adalah sebuah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memberikan pelayanan lalu lintas udara dan bisnis bandar udara di Indonesia yang menitikberatkan pelayanan pada kawasan Indonesia bagian tengah dan kawasan Indonesia bagian timur. Terdapat 2 terminal yang berada di Bandar Udara Juanda Surabaya yaitu Terminal 1 dan Terminal 2. Dalam proses bisnisnya, Bandar Udara Juanda terbagi menjadi beberapa department, salah satunya *sales department* yang dibagi menjadi 4 section yaitu, *Retail Section, Food and Beverage Section, Property and Advertising Section, Aviation Section*. Salah satunya *Retail Section*, yang telah menggandeng beberapa perusahaan *retail* untuk ditempatkan di terminal sebagai upaya pemenuhan kebutuhan konsumen akan produk-produk *retail*. Para *tenant retail* yang ada di Bandara Juanda merupakan salah satu mitra strategis yang dapat meningkatkan kinerja bandara. Dengan adanya peluang yang saling menguntungkan tersebut, PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Juanda Surabaya tentunya harus memperhatikan kualitas layanan terhadap mitra usahanya, selain kepada para penumpang.

Implementasi variabel SERVQUAL yang baik dapat dijadikan sebagai pemberian kualitas pelayanan yang sukses. Apabila PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Juanda Surabaya dapat memberikan *service quality* yang tinggi maka akan menimbulkan kepuasan pada mitra usaha *retail* dan pada gilirannya dapat menumbuhkan sikap loyalitas kepada pihak Angkasa Pura. Lima dimensi SERVQUAL tersebut meliputi: 1) bukti langsung (*Tangibles*) berkenaan dengan tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan material, penampilan karyawan, 2)

keandalan (*Reliability*) meliputi kemampuan PT. Angkasa Pura 1 (Persero) Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan cepat dan tepat, 3) daya tanggap (*responsiveness*) meliputi kemampuan PT. Angkasa Pura 1 (Persero) Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya dalam memberikan bantuan jasa yang dibutuhkan mitra usahanya 4) jaminan (*Assurance*) meliputi pelayanan yang ramah tamah dan dapat dipercaya yang diberikan perusahaan terhadap mitra usahanya, 5) empati (*Empathy*) meliputi kemampuan perusahaan untuk memahami kesulitan yang dihadapi para mitra usahanya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis tertarik untuk membahas serta mengkaji mengenai **“IMPLEMENTASI SERVQUAL PADA MITRA USAHA RITEL TERMINAL 2 OLEH PT. ANGKASA PURA I (PERSERO) BANDAR UDARA INTERNASIONAL JUANDA SURABAYA”**

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Bagaimana implementasi SERVQUAL pada mitra usaha ritel Terminal 2 oleh PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Untuk mengetahui bagaimana implementasi SERVQUAL pada mitra usaha ritel terminal 2 oleh PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Mahasiswa

- a) Sebagai implementasi atas perolehan pengetahuan yang didapatkan di perkuliahan serta mengembangkan wawasan di bidang pemasaran baik teori maupun praktek.
- b) Memberikan wawasan, pengetahuan, dan sebuah pengalaman untuk mahasiswa yang akan menyelesaikan perkuliahannya dan menjadi *fresh graduate* di dalam dunia kerja.

- c) Mengetahui banyak orang baru sehingga dapat menciptakan jalinan hubungan kerja di kemudian hari.

1.4.2 Bagi Universitas

- a) Dengan adanya penyusunan laporan ini, diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan kepastakaan.
- b) Menjalin kerjasama antara Universitas Airlangga sebagai penyedia tenaga ahli dan memperkenalkan mahasiswanya ke perusahaan.
- c) Sarana penerapan pembelajaran kepada para mahasiswa yang efektif sehingga dapat mengetahui kondisi dan cara bekerja di dunia kerja sesungguhnya.

1.4.3 Bagi Perusahaan

- a) Dengan adanya Praktek Kerja Lapangan ini diharapkan dapat membantu memberikan sumbangan pemikiran yang berguna dari ilmu pengetahuan yang diperoleh atas masalah sehubungan dengan pemasaran.
- b) Meningkatkan jalinan kerja sama antara pihak Universitas Airlangga dengan pihak Perusahaan.

1.4.4 Bagi Pembaca

- a) Sebagai tambahan informasi dan bahan pertimbangan secara teori dan praktek mengenai pemasaran yang mungkin pembaca akan melakukan kegiatan sejenis di waktu yang akan mendatang.

1.5 Rencana Kegiatan Praktek Kerja Lapangan.

Rencana Praktek Kerja Lapangan sebagai berikut:

1.5.1 Objek Praktek Kerja Lapangan

Jurusan : Manajemen Pemasaran.

Topik : Pemasaran Jasa.

Judul : Implementasi SERVQUAL pada Mitra Usaha Ritel Terminal 2 oleh PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya.

1.5.2 Subjek Praktek Kerja Lapangan

PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandara Juanda Surabaya, Jalan Ir. Haji Juanda Surabaya 61253.

1.5.3 Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Praktek Kerja Lapangan dilaksanakan selama dua bulan terhitung mulai dari tanggal 03 Februari 2020 hingga 31 Maret 2020.

Rencana Kegiatan Praktek Kerja Lapangan.

No	Kegiatan	Januari 2020				Februari 2020				Maret 2020				April 2020				Mei 2020				Juni 2020				Juli 2020			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Survey tempat PKL																												
2	Penyusunan proposal PKL																												
3	Pengajuan izin laporan PKL																												
4	Pelaksanaan PKL																												
5	Pembekalan dosen pembimbing																												
6	Pengumpulan laporan TA																												
7	Sidang																												