

BAB III

LANDASAN TEORI

Kebutuhan masyarakat akan transportasi udara yang semakin meningkat mengakibatkan bukan hanya masyarakat kelas atas saja yang membutuhkan transportasi jenis ini. Pasca penerapan batas minimal dan maksimal *Low cost carrier* bertujuan agar biaya tiket tak boleh di luar kewajaran karena untuk biaya operasional pesawat besar. Hal ini seharusnya bisa menjadi keuntungan bagi maskapai dengan sistem penerbangan *full service carrier* karena keamanan kenyamanan dan pelayanan diberikan secara maksimal..

Berikut beberapa teori yang mendukung agar kualitas pelayanan sebuah maskapai harus terus di tingkatkan dari hari ke hari.

3.1 Teori mengenai pelayanan penerbangan

Undang-undang No.1 tahun 2009 penerbangan menyebutkan Pelayanan yang diberikan badan usaha angkutan udara niaga berjadwal dalam menjalankan kegiatannya dapat dikelompokkan paling sedikit dalam:

- a. pelayanan dengan standar maksimum (*full services*);
- b. pelayanan dengan standar menengah (*medium services*); atau
- c. pelayanan dengan standar minimum (*no frills*).

Dari pasal tersebut dapat disimpulkan bahwa layanan *Full service carrier* merupakan suatu pelayanan yang diberikan oleh maskapai penerbangan dengan standar maksimum. Maksimum ini berarti pelayanan diberikan secara penuh. Pelayanan tersebut mencakup pelayanan *pre-*

flight, in-flight, dan post-flight. Sehingga pelayanan yang akan diterima oleh penumpang yakni termasuk pelayanan sebelum melakukan penerbangan (pelayanan reservasi, pelayanan pengaduan pelanggan, proses *check-in* yang mudah), ketika melakukan penerbangan (pengaturan tempat duduk, makanan dan minuman, musik, koran, majalah), dan setelah melakukan penerbangan (pengambilan bagasi, pemesanan hotel atau taksi). Sedangkan pada *Low cost carrier*, penumpang hanya akan menerima pelayanan dengan standar minimum (layanan dasar), yaitu pelayanan standar diatas pesawat dengan mengurangi fasilitas yang diberikan kepada penumpang, seperti tidak adanya catering, hiburan, dan fasilitas-fasilitas tambahan lainnya.

3.2 Peraturan Menteri

Peraturan Menteri Perhubungan udara No.38 tahun 2015 tentang Standar pelayanan penumpang angkutan udara dalam negeri di dalam pesawat terbagi atas 4 yaitu :

1. Keselamatan.

Adanya informasi dan peralatan kesehatan dan keselamatan penumpang didalam pesawat. Ketersediaan peralatan kesehatan dan petugas untuk penanganan keadaan darurat.

2. Kenyamanan

Awak kabin memiliki kemampuan komunikasi yang baik, berpenampilan rapi dan sopan, fasilitas yang di sediakan untuk melayani penumpang dalam keadaan baik dan bersih.

Pengkondisian suhu udara AC didalam pesawat sesuai dengan standar yang berlaku.

3. Kemudahan

Kemudahan informasi mengenai penerbangan antara lain waktu tempuh, lama perjalanan, jarak ketinggian dan waktu untuk mendarat di bandara tujuan.

4. Kesetaraan

Tersedia Fasilitas penunjuk keselamatan bagi penumpang berkebutuhan khusus.

3.3 Teori berkaitan dengan biaya

Supriyono (1999 : 16), dikutip dalam Hukubun (2014 : 13) mengemukakan bahwa biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (*revenue*) dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan.

Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa, apabila biaya yang dikeluarkan serendah mungkin, profit yang dapat diperoleh bisa lebih besar. Untuk dapat memperoleh profit, total pendapatan harus dikurangi dengan total biaya, jika dalam pengurangan tersebut total biayanya rendah, maka selisih positif yang diperoleh akan lebih besar. Inilah yang mendasari perusahaan penerbangan berupaya untuk menekan pengeluaran mereka, agar keuntungan yang dapat mereka peroleh maksimal dengan mengadakan layanan *Low cost carrier*. Dalam penerapan *Full service carrier*, meskipun perusahaan penerbangan tidak melakukan penekanan

biaya, tetapi demi memaksimalkan *revenue* guna menutupi biaya-biaya operasional yang dikeluarkan, maka perusahaan penerbangan ini memberlakukan tarif yang lebih tinggi dibandingkan dengan tarif *Low cost carrier*. Penerapan tarif yang tinggi juga dibarengi dengan pemaksimalan kualitas pelayanan yang diberikan kepada penumpang, sehingga meskipun tarifnya tinggi bukan berarti perusahaan penerbangan *full service* akan kehilangan penumpangnya

3.4 Teori keselamatan penerbangan

Pasal 1 nomor 48 Undang-Undang No.1 tahun 2009 tentang penerbangan menyebutkan “Keselamatan Penerbangan adalah suatu keadaan terpenuhinya persyaratan keselamatan dalam pemanfaatan wilayah udara, pesawat udara, bandar udara, angkutan udara, navigasi penerbangan, serta fasilitas penunjang dan fasilitas umum lainnya.”

Keselamatan penerbangan adalah syarat yang tidak dapat dilanggar dengan alasan apapun dan dalam kondisi apapun. Dengan tarif tinggi yang diberlakukan dalam *Full service carrier*, bukan hanya fasilitas tambahan yang diperoleh penumpang, melainkan juga dengan mengutamakan keselamatan penerbangan, dibuktikan dengan pemberlakuan dana jaminan yang besar bagi setiap penumpangnya. Sedangkan dalam *Low cost carrier*, peniadaan fasilitas tambahan selain untuk meningkatkan *revenue*, juga agar anggaran yang dimiliki oleh perusahaan penerbangan dapat dialihkan untuk menopang penjaminan keselamatan penerbangan

Kebutuhan masyarakat akan transportasi udara yang semakin meningkat

mengakibatkan bukan hanya masyarakat kelas atas saja yang membutuhkan transportasi jenis ini. Pasca penerapan batas minimal dan maksimal *Low cost carrier* bertujuan agar biaya tiket tak boleh di luar kewajaran karena untuk biaya operasional pesawat besar. Hal ini seharusnya bisa menjadi keuntungan bagi maskapai dengan sistem penerbangan *full service* karena keamanan kenyamanan dan pelayanan di berikan secara maksimal.

3.5 Teori kualitas

3.5.1 Definisi Kualitas

Kualitas dapat diartikan sebagai sesuatu yang mampu memenuhi kepuasan pelanggan dan upaya perubahan kearah perbaikan secara terus menerus.

3.5.2 Dimensi Kualitas Pelayanan :

Berdasarkan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa atau produk, Parasuraman et. al., (1985) dikutip dalam Tjiptono (2003:27-28) berhasil mengidentifikasi lima kelompok karakteristik yang digunakan oleh para konsumen dalam mengevaluasi kualitas jasa atau produk adalah sebagai berikut :

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.

3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), meliputi kemampuan karyawan atas : pengetahuan tentang produk secara tepat, perhatian dan kesopanan, keterampilan dalam memberikan informasi, dan menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
5. Empati (*emphaty*), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan berkomunikasi dengan baik, dan memahami kebutuhan para konsumen.

3.6 Teori kepuasan

Kotler (2000) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya.

1. Ciri-ciri Konsumen yang Puas

Kotler, (2000) menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:

a. Loyal terhadap produk

Konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama.

b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif

Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang

bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan

- c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain

Ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

2. Elemen Kepuasan Konsumen

Wilkie (1994) menyatakan bahwa terdapat 4 elemen dalam kepuasan konsumen, yaitu:

a. *Expectations*

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

b. *Performance*

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

c. *Comparison*

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa

tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

d. *Confirmation / Disconfirmation*

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain. *Confirmation* terjadi bila harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. sebaliknya *disconfirmation* terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. konsumen akan merasa puas ketika terjadi *confirmation / disconfirmation*