

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan salah satu sarana yang sangat penting dan strategis dalam rangka memperlancar roda perekonomian, memperkuat persatuan dan kesatuan, mempengaruhi segala aspek kehidupan bangsa, serta dapat mempererat hubungan antar bangsa. Pentingnya transportasi tercermin pada semakin meningkatnya kebutuhan jasa angkutan bagi mobilitas orang serta barang dari dan ke seluruh pelosok tanah air, bahkan dari dan ke luar negeri. Disamping itu transportasi juga berperan sebagai penunjang, pendorong, maupun penggerak bagi pertumbuhan daerah yang berpotensi namun belum berkembang dalam upaya peningkatan dan pemerataan pembangunan serta hasil-hasilnya. (Abbas Salim, 1993:6)

Transportasi adalah salah satu dasar pembentuk pertumbuhan ekonomi dan perkembangan masyarakat serta pertumbuhan industrialisasi dengan adanya transportasi menyebabkan adanya spesialisasi atau pembagian pekerjaan menurut tingkat keahlian sesuai dengan adat istiadat, dan budaya suatu bangsa atau daerah. Pertumbuhan ekonomi pada suatu negara tergantung pada tersedianya sarana pengangkutan dalam negara atau bangsa yang bersangkutan. (Abbas Salim, 1993:6)

Penerbangan sebagai salah satu transportasi yang tidak dapat dipisahkan dari jenis-jenis transportasi lainnya telah diatur dalam sistem transportasi nasional yang dinamis dan mampu mengadaptasi kemajuan di masa depan yang

commit to user

mempunyai karakteristik untuk mampu mencapai tujuan dalam waktu cepat, berteknologi tinggi perlu lebih dikembangkan potensinya, dan ditingkatkan peranannya sebagai penghubung wilayah baik Nasional maupun Internasional. Dunia penerbangan memegang peranan sangat penting di Indonesia mengingat negara Indonesia adalah negara kepulauan sekaligus sebagai akses masuknya wisatawan dari luar negeri. Industri penerbangan menjadi peluang bisnis yang prospektif dalam dunia transportasi yang ditandai dengan berdirinya berbagai maskapai penerbangan di Indonesia seiring bertambahnya pengguna jasa penerbangan dari tahun ke tahun. Maskapai yang ada di Indonesia di antaranya Garuda Indonesia, Lion Air, Sriwijaya Air, City Link, Air Asia, Trigana Air, Silk Air, Kalstar Air, Airfast.

PT. Garuda Indonesia *Airline* merupakan maskapai penerbangan yang dimiliki oleh Pemerintah Negara Republik Indonesia yang turut memajukan pembangunan nasional dalam bidang transportasi udara di Indonesia. PT. Garuda Indonesia *Airline* mengoperasikan jaringan udara domestik yang terbesar dengan menghubungkan setiap pusat kota utama dengan tempat-tempat yang terpencil. PT Garuda Indonesia yang saat ini telah bergabung dalam *SkyTeam (five star Airline)* memiliki prinsip yang selalu dipegang teguh untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan pendapatan perusahaan yaitu dengan selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi para calon penumpang/ konsumen dan meningkatkan layanan atau fasilitas yang saat ini sudah bertaraf maskapai bintang lima agar konsumen mendapatkan kepuasan lebih saat menggunakan jasa PT. Garuda Indonesia *Airline*.

SkyTeam adalah aliansi penerbangan global yang menghadirkan akses ke jaringan global yang lebih luas kepada pengguna jasa dari maskapai penerbangan melalui lebih banyak pilihan *destinasi*, *frekuensi*, dan *konektivitas*. *SkyTeam* merupakan aliansi maskapai penerbangan terbesar kedua di dunia setelah [Star Alliance](#) dengan anggota dua puluh maskapai dari tiga [benua](#). Aliansi ini memiliki pusat manajemen di *SkyTeam Central*, [Bandar Udara Schiphol, Amsterdam, Belanda](#). Keuntungan dan tujuan dari aliansi tersebut antara lain adalah memberi kemudahan dalam program [frequent flyer](#), penggunaan *lounge* di [bandara](#), fasilitas *check-in* yang disatukan, dan memberikemudahan menyambung perjalanan antarmaskapai. (*Majalah VIEW Garuda Indonesia Internal* edisi Januari 2014: 42)

PT. Garuda Indonesia *Airline* telah resmi bergabung dengan aliansi maskapai penerbangan dunia yaitu *SkyTeam* tepatnya pada tanggal 5 Maret 2014, Garuda Indonesia *Airline* menjadi anggota ke- 20 sekaligus sebagai maskapai kedua dari Asia Tenggara yang bergabung dengan aliansi *SkyTeam* yang berkedudukan di Amsterdam, Belanda. Garuda Indonesia *Airline* menambah jumlah anggota *SkyTeam* yang awalnya terdiri dari 19 diantaranya Aeroflot Rusia, Aerolineas Argentinas, Aeromexico, Air Europa, Air France, Alitalia, China *Airlines*, China Eastern, China Southern, Czech *Airlines*, Delta *Airlines*, Kenya *Airways*, KLM Royal Dutch *Airlines*, Korean Air, Middle East *Airlines*, Saudia, Tarom, Vietnam *Airlines*, dan Xiamen Air. Keanggotaan Garuda Indonesia *Airline* dalam aliansi global *SkyTeam* sejalan dengan komitmen perusahaan untuk terus meningkatkan pelayanan kepada para pengguna jasa, dengan menghadirkan lebih banyak pilihan destinasi dan pengalaman terbang yang lebih nyaman. Di saat

bersamaan, masuknya Garuda Indonesia Airlines dalam aliansi akan semakin mengukuhkan posisi Indonesia di peta industri perjalanan penerbangan dunia, sekaligus memperkuat reputasi Garuda Indonesia Airlines sebagai WorldClass Airlines dan setara dengan penerbangan terkemuka lainnya di dunia. (Majalah VIEW Garuda Indonesia Internal edisi Januari 2014: 43)

Maskapai Garuda Indonesia Airlines melayani calon penumpang dengan memberikan berbagai pilihan rute, waktu penerbangan, kelas, dan berbagai harga mulai dari harga kelas ekonomi (Y) sampai harga kelas bisnis (C) yang harganya rata-rata di atas harga kelas ekonomi. Akan tetapi dengan banyaknya produk sejenis yang ditawarkan dan semakin ketatnya persaingan pasar, maka perusahaan penerbangan harus dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli fasilitas, pelayanan dan mutu produk yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain. Adapun fasilitas yang ditawarkan dengan menggunakan sistem online pada pemesanan tiket. Pemesanan tiket merupakan hal mendasar yang utama yang dilakukan calon penumpang. Dengan adanya *reservation* sebelum pembelian tiket calon penumpang dapat mengetahui informasi sebelum keberangkatan yang meliputi jadwal penerbangan, harga yang diinginkan dan tempat duduk yang masih tersedia di kelasnya. (Wawancara dengan Erda Isku, tanggal 14 Maret 2014)

Sistem *reservation* dan *ticketing* yang digunakan oleh PT. Garuda Indonesia dalam melayani calon penumpang yaitu sistem *reservation* "AMADEUSALTEA". Dalam melakukan pemesanan tiket Garuda Indonesia Airlines menggunakan komputer yang terhubung melalui internet dan sudah terprogram menggunakan sistem Amadeus Altea. Sistem Amadeus Altea merupakan sistem terbaru yang diterapkan pada 30 Juni 2013 dan

saat ini digunakan khususnya oleh PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo seiring dengan bergabungnya PT. Garuda Indonesia dengan *SkyTeam* dalam menangani pemesanan tiket pesawat Garuda Indonesia Airline. Sistem ini menggantikan sistem ARGAS yang sudah digunakan PT. Garuda Indonesia sejak tahun 1990. Sistem Amadeus Altea adalah sistem *reservation* dan *ticketing* standar baru untuk layanan penumpang yang merupakan sistem yang digunakan oleh maskapai-maskapai penerbangan di aliansi global *SkyTeam*. Sistem Amadeus Altea dapat lebih mempermudah, mempercepat dalam memberikan pelayanan pemesanan tiket kepada calon penumpang dan memberikan informasi yang akurat dalam melihat jadwal penerbangan, tujuan penerbangan, harga dan juga jumlah tempat duduk yang masih tersedia bagi calon penumpang. Dengan sistem tersebut pihak PT. Garuda Indonesia dapat memantau jumlah penumpang yang melakukan penerbangan melalui *reservation* dan juga laporan pendapatan per hari dalam penjualan tiket. (Wawancara dengan Erda Isku, tanggal 14 Maret 2014)

Pada sistem Amadeus Altea proses input data saat penumpang melakukan *reservation*/pemesanan tiket akan lebih ringkas, dan lebih cepat karena sistem yang dikembangkan oleh Amadeus IT Group ini meningkatkan kecepatan proses *loading*. Sistem Amadeus Altea merupakan sistem layanan penumpang *Passenger Services System* (PSS) milik Amadeus dengan sistem IT mutakhir yang mengedepankan *fleksibilitas*, *efisiensi* dan dapat diperbarui dengan cepat dan mudah. Sistem tersebut terdiri dari beberapa program yang terintegrasi secara penuh seperti program *reservation* baik domestik maupun internasional, data inventori, *Altea Departure Control System* sistem yang digunakan dalam proses

check-in, pengaturan bagasi (*weight and balance system*), data ketersediaan tempat duduk, pengaturan tempat duduk, jadwal penerbangan, hingga profil penumpang dan *frequentflyers*. Melalui sistem Amadeus Altea tersebut, sesama anggota global aliansi *SkyTeam* akan dapat saling berbagi informasi mengenai ketersediaan tempat duduk, tarif, pembukuan, layanan *ground handling*, *check-in* hingga layanan *frequent flyers* dari tiap-tiap maskapai. (Majalah VIEW Garuda Indonesia Internal edisi November 2013: 50)

Pelayanan *reservation* di dalam dunia penerbangan memiliki peranan yang penting yaitu penyedia tempat dan pembukuan pada perjalanan penerbangan bagi para penumpang, dan permintaan akan fasilitas tertentu. *Reservation* dapat dilakukan secara tidak langsung yaitu melakukan pemesanan tiket Garuda Indonesia Airlines melalui telepon yang mempunyai peran sangat penting dalam meningkatkan pendapatan perusahaan atau pemesanan tiket secara langsung yaitu calon penumpang dapat langsung melakukan pemesanan dengan datang langsung di kantor penjualan tiket PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BOSolo.

Dalam melayani konsumen/ calon penumpang melalui telepon, *customer service* dalam *reservation* harus ramah dan sopan dalam melakukan pelayanan kepada calon penumpang dan harus memiliki ketelitian yang tinggi dalam hal *reservation* dan pengurusan tiket pesawat untuk menghindari kesalahan penulisan data calon penumpang pada saat tiket akan dicetak, hal tersebut dilakukan dalam etika pelayanan bisnis sampai calon penumpang mengakhiri transaksi pemesanan tiket, pembukuan, dan pencetakan tiket. Dengan adanya *reservation* melalui telepon calon penumpang dapat melakukan persiapan awal guna mendapat

kepastian dan kemudahan bahkan kepuasan menjelang dan saat melakukan perjalanan.

Pelayanan *reservation* dan *ticketing* juga terdapat pada kantor penjualan tiket yaitu di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo yang merupakan salah satu perusahaan yang memiliki banyak kegiatan yang berkaitan dengan pelayanan *reservation* dan *ticketing*. Tidak hanya berfokus pada penanganan *reservation* dan *ticketing*, tetapi juga bagaimana bersikap sebagai seorang karyawan yang baik dan profesional dalam melayani konsumen/ calon penumpang. PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo menggabungkan kegiatan *reservation* dan *ticketing* dengan pelayanan yang maksimal dan profesional. Adanya PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo, merupakan suatu wadah/ tempat untuk memantau tingkat penjualan tiket yang merupakan pendapatan yang memiliki pengaruh sangat besar bagi perusahaan maskapai penerbangan dan juga tempat untuk menyiapkan dan menciptakan strategi besar guna meningkatkan pendapatan perusahaan agar perusahaan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo dapat mencapai target peningkatan pendapatan sesuai dengan ketentuan perusahaan setiap tahunnya dengan memperbanyak kerjasama antar agen dan sub agen. Calon penumpang yang datang langsung di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo tempat pelayanan penjualan tiket Garuda Indonesia akan mendapat pelayanan yang lebih cepat dan tepat dari petugas *ticketing*, calon penumpang bisa mendapatkan banyak informasi sebelum keberangkatan, dan juga mendapat kepastian terhadap pengurusan tiket yang akan dipergunakan selama perjalanan. (Wawancara dengan Nabila, tanggal 20 Maret 2014)

Pertumbuhan jumlah penumpang angkutan udara yang meningkat pesat saat ini, di sisi lain menuai tanggapan negatif mengenai menurunnya pelayanan yang dirasakan pengguna jasa/ penumpang dalam pelayanan penerbangan seperti keterlambatan keberangkatan pesawat, hal tersebut yang masih perlu dan menjadi perhatian untuk mengurangi keluhan dari para penumpang dan menjadikan koreksi bagi perusahaan penerbangan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam segala aspek. (*Jurnal Warta Penelitian Perhubungan*, 2005: 01)

Meningkatnya intensitas dan tingkat persaingan dalam kualitas pelayanan biasanya juga diikuti dengan semakin tingginya kualitas para pesaing yang terlibat, yang juga pada akhirnya menuntut agar setiap perusahaan penerbangan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pengguna jasa (penumpang), serta berusaha memenuhi apa yang penumpang harapkan, dengan cara yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan para pesaing. Perhatian perusahaan tidak terbatas pada produk atau jasa yang dihasilkan saja, tetapi juga pada aspek proses, sumber daya manusia dan kompleksitas aspek lingkungannya. Hanya perusahaan yang benar-benar berkualitas yang dapat bersaing dalam pasar global khususnya dalam dunia penerbangan. (*Jurnal Warta Penelitian Perhubungan*, 2008: 20)

Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (penumpang) berkaitan sangat erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pengguna jasa (penumpang) untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan para penumpang/ pengguna jasa serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat memaksimalkan pengalaman pengguna jasa yang

menyenangkan, dan meminimalisir pengalaman pengguna jasa yang kurang menyenangkan. Keuntungan yang dapat diperoleh dari kepuasan para pengguna jasa layanan PT. Garuda Indonesia yaitu dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas para penumpang/ pengguna jasa kepada perusahaan yang telah memberikan pelayanan memuaskan. (*Jurnal Warta Penelitian Perhubungan*, 2008: 20).

PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo sangat memahami pentingnya kualitas pelayanan kepada pelanggan (penumpang) dan selalu menempatkan pelanggan sebagai pusat perhatian. Oleh karena itu, perusahaan menyusun perencanaan layanan secara menyeluruh demi memastikan bahwa seluruh aspek layanan telah ditangani dengan baik. Perusahaan mengidentifikasi interaksi yang mungkin terjadi antara karyawan dengan pelanggan, dimulai dari *pre-journey, pre-flight, inflight, post flight* hingga *post journey* dan menyusun konsep layanan yang tepat demi memuaskan pelanggan. Setelah aspek perencanaan selesai, maka pengawasan atas kualitas layanan yang diberikan dilakukan secara ketat sehingga penilaian pelanggan yang baik terhadap perusahaan dapat dicapai. (*Jurnal Warta Penelitian Perhubungan*, 2008: 20)

Kepuasan konsumen/ calon penumpang merupakan hal yang penting bagi penyedia pelayanan jasa transportasi udara (penerbangan) PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo, karena apabila calon penumpang merasa kurang puas dengan pelayanan yang telah diberikan, kemungkinan calon penumpang tidak lagi menggunakan, tetapi apabila calon penumpang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka calon penumpang akan kembali dan terus menggunakan jasa

Garuda Indonesia *Airline*. Pelayanan yang diberikan kepada calon penumpang sebelum perjalanan (*pre-journey*), sebelum penerbangan (*pre-flight*), selama penerbangan (*in-flight*), sesudah penerbangan (*post-flight*), dan sesudah perjalanan (*post-journey*) menjadikan tolok ukur seberapa besar mutu perusahaan PT. Garuda Indonesia. (*Jurnal Warta Penelitian Perhubungan*, 2008: 20)

Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan penerbangan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo kepada pelanggan (pengguna jasa / penumpang) terdiri dari :

1) Pelayanan sebelum perjalanan (*Pre-Journey*), yaitu penumpang maskapai Garuda Indonesia merencanakan perjalanan/*travel*, menentukan *schedule* dan rute tujuan (*destination*) serta melakukan *reservation* tiket untuk keperluan perjalanan tersebut. (*Jurnal Warta Penelitian Perhubungan*, 2008: 20)

2) Pelayanan sebelum penerbangan (*Pre-Flight Service*), merupakan proses antara *Pre-journey* dan *In-Flight* yaitu penumpang melakukan *check-in*, pelayanan bagasi, *gate*, sampai penumpang tiba di pesawat. Sentuhan salam hangat dan pelayanan petugas Garuda Indonesia *Airline* akan membantu penumpang dengan baik selama *pre-flight* tersebut. (*Jurnal Warta Penelitian Perhubungan*, 2008: 20)

3) Pelayanan selama penerbangan (*In-Flight Service*), yaitu merupakan proses pelayanan kepada penumpang Garuda Indonesia *Airline* pada saat berada di dalam pesawat (*on board*), penumpang dapat merasakan pelayanan selama penerbangan di dalam pesawat. Pelayanan yang diberikan dimulai sejak penumpang duduk sampai pada saat penumpang bergerak turun dari pesawat.

commit to user

Pelayanan yang diberikan diantaranya pelayanan kepada penumpang berupa kenyamanan dan keamanan tempat duduk penumpang, pelayanan bagasi penumpang, dan melayani permintaan akan fasilitas – fasilitas tertentu oleh penumpang. (*Jurnal Warta Penelitian Perhubungan*, 2008: 20)

4) Pelayanan setelah penerbangan (*Post-Flight Service*) yaitu pelayanan yang diberikan kepada para penumpang setelah pesawat *landing* para penumpang turun dari pesawat. (*Jurnal Warta Penelitian Perhubungan*, 2008: 20)

5) Pelayanan setelah perjalanan (*Post-Journey*) yaitu merupakan pelayanan tahap akhir dari perjalanan penumpang Garuda Indonesia Airline dimana penumpang telah menyelesaikan perjalanannya. Penumpang dapat merasakan dan menikmati perjalanan bersama Garuda Indonesia Airline dan mempunyai kesan yang baik terhadap pelayanan Garuda Indonesia Airline.

Dengan pentingnya mengetahui peranan sistem *reservation* dan *ticketing* dalam peningkatan kualitas pelayanan penerbangan pada suatu perusahaan penerbangan maka penulis tertarik untuk mengangkat hal ini sebagai bahan tugas akhir dengan judul:

“Peranan Sistem *Reservation* Dan *Ticketing* Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Penerbangan Di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk Branch Office Solo”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diambil beberapa rumusan masalah antara lain sebagai berikut :

1. Pelayanan apa saja yang ditawarkan oleh PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo kepada calon penumpang yang menggunakan jasa maskapai Garuda Indonesia?
2. Bagaimana prosedur dan peranan sistem Amadeus Altea pada *reservation* dan *ticketing* yang digunakan dalam pelayanan penerbangan di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo?
3. Bagaimana langkah upaya yang dilakukan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo dalam meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pelayanan apa saja yang ditawarkan oleh PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo kepada calon penumpang.
2. Untuk mengetahui prosedur dan peranan sistem Amadeus Altea pada *reservation* dan *ticketing* yang digunakan dalam pelayanan penerbangan di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo.
3. Untuk mengetahui langkah upaya yang dilakukan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo dalam meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan keilmuan khususnya dalam bidang kepariwisataan dimana ilmu tentang *ticketing* dalam pelayanan penerbangan juga menjadi salah satu mata kuliah yang dipelajaridan ada manfaat yang dapat diperoleh.

2) Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini memberikan informasi lengkap tentang gambaran Amadeus Altea *reservation* sistem dan *ticketing* yang digunakan di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo dan memberikan informasi tentang strategi yang digunakan dalam meningkatkan mutu dan pendapatan di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo.

3) Manfaat Akademis

Diharapkan hasil penelitian memberi manfaat yaitu sebagai sarana untuk menjalin kerjasama dengan perusahaan yang dijadikan tempat penelitian, menambah referensi perpustakaan di Usaha Perjalanan Pariwisata, UNS, dan juga sebagai salah satu syarat kelulusan Program D3 Usaha Perjalanan Wisata.

E. Kajian Pustaka

1. Definisi Transportasi

Menurut Abbas Salim dalam buku *Manajemen Transportasi*(1993 : 6) memberi penjelasan bahwa transportasi merupakan pemindahan barang atau manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Transportasi merupakan sarana untuk mencapai tujuan yang berusaha mengatasi kesenjangan jarak dan waktu. Jasa transportasi merupakan salah satu faktor masukan dari kegiatan produksi, *commit to user*

perdagangan, pertanian, dan kegiatan ekonomi lainnya. Manusia sangat membutuhkan transportasi karena untuk memenuhi kebutuhan hidup yang beraneka ragam yang umumnya berkaitan dengan produksi barang dan jasa. Kemudahan transportasi dapat diperoleh manusia karena transportasi mengatasi jarak antara sumber daya manusia dengan sumber daya alam atau barang produksi yang dibutuhkan manusia yang terletak pada masing-masing geografi.

2. Gambaran umum Reservasi

Reservasi yang dalam buku berjudul *Penerbangan Sipil* (Achmad Moegandi, 1993: 95) memberi penjelasan bahwa reservasi adalah kegiatan jasa pemesanan atau sistem pemesanan tempat duduk atau ruang di dalam pesawat terbang untuk penerbangan dengan tujuan tertentu, baik bagi penumpang yang akan berpergian maupun untuk pengangkutan barang.

Reservasi meliputi keseluruhan proses kegiatan yang berkaitan dengan pendistribusian produk, pencatatan keseluruhan transaksi pemesanan tempat untuk pencapaian pendapatan yang optimal. Untuk menangani kegiatan reservasi terdapat suatu sistem yang dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

a. Reservasi via web, yaitu calon penumpang dapat melakukan reservasi sendiri secara langsung dengan mengunjungi web reservasi sistem suatu maskapai penerbangan yang dikehendaki, dengan memilih tanggal keberangkatan, rute perjalanan dan harga yang sesuai dengan yang diharapkan oleh calon penumpang.

b. Reservasi via telepon, yaitu calon penumpang dapat melakukan reservasi melalui telepon dengan menghubungi *commit to user* *call center* reservasi pada

maskapai yang dikehendaki, dan calon penumpang bisa memperoleh informasi mengenai pemesanan tiket yang terkait dengan penawaran fasilitas yang terdapat pada maskapai penerbangan tersebut.

Booking dan reservasi memiliki arti yang sama, namun terdapat beberapa perbedaan yang mendasar yaitu *booking* biasanya diawali telah melakukan reservasi sebelumnya dengan pengertian sudah ada pernyataan *confirmation*. Tetapi apabila melakukan reservasi berarti juga telah melakukan *booking* namun belum ada suatu konfirmasi tentang pemesanan tiket yang diinginkan (Oka A Yoeti, 1995 : 90).

Menurut Rahmat Darsono dalam buku *Tarif dan Dokumen Pasasi* (2004 : 18)

a. Manfaat Reservasi

Reservasi memberi sejumlah manfaat baik bagi penumpang maupun bagi perusahaan penerbangan. Bagi penumpang, reservasi akan memberi manfaat sebagai berikut :

1. Efisiensi untuk mengetahui ketersediaan tempat dalam suatu pesawat
2. Penumpang akan mendapat kepastian dalam rencana perjalanannya dan kepastian untuk mendapat permintaan pelayanan khusus sesuai dengan pemesanannya.
3. Kesempatan untuk mendapat segala keperluannya yang berkaitan dengan perjalanannya sedini mungkin.

Manfaat *reservation* bagi perusahaan penerbangan yaitu:

1. Sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk.

commit to user

2. Sebagai sarana unuk mencapai maksimal penjualan dan pendapatan sesuai dengan target/ tujuan yang telah ditetapkan.
3. Sebagai sarana untuk mempermudah penjualan tiket.
4. Sebagai sarana untuk memberikan kepuasan kepada calon penumpang.

3. Definisi Tiket

Tiket yang dimaksud adalah tiket penerbangan yang merupakan kontrak resmi antara maskapai penerbangan dengan penumpang, tiket akan memberikan hak kepada pemegangnya dengan biaya seperti yang tertera dalam tiket untuk melakukan perjalanan pada suatu penerbangan atau lebih.

Menurut Oka A. Yoeti dalam buku berjudul *Tour dan Travel Marketing* (1995 : 509). Tiket penerbangan memiliki fungsi yang sangat penting bagi penumpang yang melakukan perjalanan dengan menggunakan pesawat udara. Fungsi tiket adalah sebagai berikut :

- a. Sebagai salah satu dokumen perjalanan, karena digunakan sebagai perlengkapan kebutuhan selama dalam perjalanan. Hal ini dapat diartikan bahwa orang yang melakukan perjalanan dengan menggunakan sarana transportasi udara, wajib memiliki tiket sebagai bukti adanya perjanjian antara perusahaan dengan pengguna jasa tersebut.
- b. Sebagai bukti kuat untuk mendapatkan pelayanan di pesawat udara, karena penumpang yang namanya tercantum di dalam tiket tersebut berhak untuk menikmati pelayanan serta fasilitas yang ada dalam penerbangan tersebut.

c. Sebagai bukti pembayaran yang sah, karena pada tiket tersebut tercantum sejumlah uang serta cara pembayaran yang dilakukan oleh pengguna jasa penerbangan.

4. Definisi Pelayanan

Menurut Endar Sugiarto (1999 : 36) dalam buku berjudul *Psikologi Dalam Pelayanan Industri Jasa* adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, tamu atau klien, penumpang) yang tingkat pemuasnya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani. Dalam hal ini terjadi komunikasi antar kedua belah pihak dan kepuasan yang diperoleh tergantung pada situasi saat terjadi interaksi pelayanan. Jika dalam upaya saling memuaskan tersebut tidak dapat terjadi hubungan timbal balik yang berkesinambungan, maka pada interaksi berikutnya dapat terhambat.

Di dalam dunia penerbangan, pelayanan merupakan suatu tolok ukur pada kualitas suatu bidang usaha yang bergerak di bidang penerbangan. PT. Garuda Indonesia *Airline* merupakan salah satu perusahaan penerbangan yang menyediakan jasa kepada konsumen yang menekan perhatian pada mutu pelayanan. Dalam buku *10 Step To Improve Service* terdapat 10 langkah peningkatan pelayanan yang harus diperhatikan yaitu menjamin perbaikan yang berkesinambungan, membuat komitmen pelayanan, mengembangkan strategi proaktif, mendengarkan keluhan para pelanggan, memberikan fasilitas terhadap segala perubahan, menyediakan otonomi, menjelaskan aturan perusahaan, mempertahankan *staff* yang bisa diandalkan, memperhitungkan penampilan, merayakan keberhasilan.

commit to user

Menurut Endar Sugiarto (1999) dalam buku yang berjudul *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*, menjelaskan bahwa suatu kualitas atau mutu dalam pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa yang sesuai dengan ukuran yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Suatu mutu atau kualitas pelayanan dikatakan baik jika penyedia jasa memberikan pelayanan melebihi yang diharapkan pelanggan. Pencapaian kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan dan apa yang diberikan.

Konsumen akan menilai kualitas pelayanan yang diterima melalui lima prinsip dimensi pelayanan sebagai tolok ukurnya, yaitu:

- a. *Reliabilitas (reability)* adalah kemampuan untuk memberikan secara tepat dan benar jenis pelayanan yang lebih dijanjikan kepada pelanggan.
- b. *Responsif (responsiveness)* adalah kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tepat waktu.
- c. *Kepastian/jaminan (assurance)* adalah pengetahuan dan kesopanan santunan serta kepercayaan diri pada pegawai. Dimensi *assurance* memiliki ciri-ciri kompetisi untuk memberikan pelayanan, sopan dan memiliki sifat *respect* terhadap pelanggan.
- d. *Empati (empathy)* adalah memberikan perhatian individu (tamu) secara khusus. Dimensi *emphaty* ini memiliki ciri-ciri kemauan untuk melakukan pendekatan, memberikan perlindungan dan usaha untuk mengerti keinginan, kebutuhan dan perasaan pelanggan.

- e. Nyata (*tangibles*) adalah sesuatu yang nampak atau nyata, yaitu penampilan para pegawai, dan fasilitas-fasilitas fisik, lainnya seperti peralatan dan perlengkapan yang menunjang pelaksanaan pelayanan.

Kotler dalam Endar Sugiarto (2002) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh pihak lain, yang pada dasarnya bersifat tidak mawadah (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan atas produk tersebut, dan produksi jasa bisa berhubungan atau tidak berhubungan dengan produk fisik

Perusahaan penerbangan agar tetap unggul di dalam suatu persaingan adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari perusahaan penerbangan lainnya, dimana pelayanan yang diberikan secara konsisten dan melakukan perbaikan secara terus menerus. Kualitas pelayanan sangat bergantung pada kerjasama tiap unsur dalam suatu organisasi atau badan usaha yang bergerak dibidang jasa untuk menciptakan suatu proses pelayanan yang mentargetkan pada kepuasan pelanggan(calon penumpang) dengan begitu dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Jadi proses pelayanan yang optimal akan sangat menentukan kualitas suatu pelayanan perusahaan sehingga pendapatan perusahaan semakin meningkat.

F. Metode Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BOSolo yang beralamat di Jl. Slamet Riyadi No. 335 Telp. (0271) 737500, dalam waktu 3 bulan mulai tanggal 7 Januari 2014 sampai dengan 4 April 2014.

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data dan informasi yang menunjang perbaikan dan penyempurnaan penelitian yang nantinya akan disajikan dalam bentuk Tugas Akhir maka strategi yang digunakan adalah:

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung untuk mengetahui informasi tentang latar belakang perusahaan dan ikut serta mengambil bagian aktivitas pelayanan sistem *reservation* dan *ticketing* di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo, mencatat hal-hal yang penting sebagai bahan penelitian, sehingga data yang diperoleh merupakan data yang akurat.

b. Wawancara

Cara lain untuk lebih dalam lagi memahami dan mengerti tentang peranansystem *reservation* dn *ticketing* dalam peningkatan kualitas pelayanandi PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo yaitu dengan metode wawancara kepada pihak-pihak yang menguasai dan berkaitan dalam bidang *reservation* dan juga sekretaris PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo.

c. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan buku dari perpustakaan pusat Univesitas Sebelas Maret dan Laboraturium Tour (Usaha Perjalanan Wisata). Studi kasus merupakan metode pengumpulan data dengan

cara mempelajari literatur yaitu membaca dan mempelajari buku-buku atau sumber penerbit lain yang ada hubungannya dengan permasalahan untuk mencapai pandangan yang berkaitan dengan pokok permasalahan, sehingga mempermudah untuk menarik kesimpulan.

d. Studi Dokumen

Pengumpulan data melalui dokumen juga dilakukan demi mengakuratkan sebuah informasi yang didapat. Pengumpulan data melalui dokumen perusahaan yang ada di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo, seperti profil perusahaan serta dokumen-dokumen lain yang diperbolehkan dan dapat dijadikan bahan acuan di dalam penulisan laporan Tugas Akhir.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis deskriptif kualitatif, penelitian yang menganalisa tentang tema penulisan yang teliti dan sistematis. Data-data yang telah terkumpul dengan teknik pengumpulan data, selanjutnya diinventarisasikan dan dikategorikan berdasarkan kerangka teknik penulisan atau pada permasalahan yang ada kemudian disajikan ke dalam bentuk deskripsi kuantitatif, yaitu dengan cara mengumpulkan data yang diperoleh dari hasil penelitian dan kemudian memberikan gambaran sesuai kenyataan pada waktu penelitian dilakukan.

H. Sistematika Penulisan

Penulisan laporan tugas akhir ini disusun lima bab, secara garis besar diuraikan sebagai berikut :

commit to user

BAB I : Pendahuluan yang menjabarkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian, teknik analisis data, dan sistematika penulisan.

BAB II: Gambaran umum PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo, menguraikan tentang gambaran umum yang meliputi : sejarah singkat dan perkembangan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo , visi perusahaan, misi perusahaan, sasaran perusahaan, slogan dan logo perusahaan, struktur organisasi perusahaan.

BAB III : Pembahasan masalah, pada bab ini menguraikan tentang hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan terhadap masalah yang telah dirumuskan yaitu : prosedur dan peran sistem Amadeus Altea dalam pelayanan *reservation* dan *ticketing* di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk BO Solo, pelayanan yang ditawarkan kepada calon penumpang, dan langkah upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan.

BAB IV : Merupakan bab terakhir yang berisi penutup dan didalam penutup ini akan diuraikan kesimpulan dari uraian yang telah dibahas dalam bab-bab sebelumnya serta kritik dan saran