

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesawat telah menjadi salah satu alat transportasi yang banyak digunakan oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan masyarakat lebih mengutamakan keamanan, keselamatan dan juga ketepatan waktu dalam berpergian. Faktor pendorong lainnya disebabkan oleh kemampuan daya beli masyarakat sudah semakin membaik. Selain itu maskapai penerbangan bersaing untuk menambah jumlah armada pesawat mereka. Pertumbuhan moda transportasi udara sangat pesat dibandingkan moda transportasi lainnya. Dengan persentasenya sekitar 20% untuk transportasi udara, diikuti dengan transportasi laut sekitar 12%, transportasi darat sekitar 8% dan transportasi kereta api yang hanya mampu naik sekitar 8%, Hal ini disampaikan ketua masyarakat transportasi Indonesia (Liputan6, 2013).

Semakin pesatnya pertumbuhan moda transportasi udara, mengakibatkan jumlah penumpang semakin tinggi, tercatat selama 10 tahun terakhir jumlah penumpang transportasi udara naik sebesar 15 % setiap tahunnya untuk penerbangan yang berskala domestik, sedangkan untuk penerbangan skala internasional naik sebesar 6% setiap tahunnya yang mengakibatkan terjadi beberapa masalah, seperti masalah *complaint* penumpang, masalah *delay*, perubahan *gate*, koper hilang, dan ketinggalan pesawat. Salah satu masalah yang sering timbul di dunia penerbangan adalah masalah *complaint delay*. *Delay* dalam dunia penerbangan merupakan pesawat yang mengalami sebuah situasi keterlambatan keberangkatan maupun keterlambatan kedatangan yang disebabkan oleh beberapa faktor, seperti faktor cuaca, manajemen pihak maskapai yang kurang baik dalam mengatur keberangkatan, jumlah pesawat, kesalahan maskapai

dalam ketepatan waktu, keterlambatan pilot dan *co* pilot, keterlambatan awak kabin, keterlambatan pengisian bahan bakar, faktor landasan pacu, kerusakan mesin dan sebagainya (Kementerian Perhubungan, 2016).

Dalam beberapa tahun terakhir terdapat beberapa masalah *delay* yang terjadi di bandara Internasional Minangkabau, *delay* yang terparah terjadi pada tanggal 1 november 2018 yang menimpa maskapai Lion Air JT 130 Jurusan Padang menuju Medan, yang seharusnya terbang pada pukul 10.40 WIB namun sampai 17.30 WIB pesawat tidak kunjung terbang. Penyebab utama dari *delay* tersebut disebabkan oleh kerusakan pada komponen mesin pesawat. Untuk menanggapi komplain penumpang, pihak maskapai telah melakukan beberapa kebijakan yang sesuai dengan instruksi pihak PT Angkasa Pura II yang berlandaskan pada PM 89 tahun 2015, yaitu dengan memberikan kompensasi ganti rugi sesuai dengan lamanya waktu *delay* suatu maskapai, yaitu berupa makanan ringan pada satu jam pertama, makanan berat pada dua jam pertama dan seterusnya, apabila *delay* sudah lebih dari lima jam maka pihak maskapai wajib memberikan uang kompensasi sebesar Rp. 300.000 dengan opsi lain memberangkatkan penumpang dengan pesawat pengganti. Hal ini ditujukan untuk mengatasi komplain penumpang yang telah terlanjur kecewa karena *delay* tersebut (Merdeka, 2018).

PT Angkasa Pura II sebagai pengelola bandara internasional minangkabau dalam penanganan *delay* menerapkan komunikasi pemasaran. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi penumpang. Menurut Handoko (2012), Komunikasi merupakan salah satu cara penyampaian pesan informasi kepada lawan bicara, yang bukan hanya melalui ucapan tetapi juga melibatkan raut wajah, intonasi suara, dan yang terakhir adalah titik koma dari pembicaraan tersebut. Menurut

Abdullah dan Tantri (2012), Pemasaran adalah proses dari merancang, membuat, memberi, memperkenalkan, serta menyalurkan produk atau jasa ke konsumen, baik konsumen yang tetap maupun konsumen baru. Sedangkan Pelayanan memiliki pengertian sebagai suatu usaha yang diberikan penjual kepada konsumen walaupun dalam bentuk tidak berwujud dan tidak bisa dimiliki, sehingga nantinya penjual bisa memberikannya kepada konsumen yang satu dengan konsumen lainnya (Kotler dan Amstrong, 2016).

Berdasarkan uraian dan contoh kasus diatas, maka penulis tertarik untuk membahas masalah ini, dikarenakan dalam penerapannya PT Angkasa Pura II Bandara Internasional Minangkabau juga menerapkan komunikasi pemasaran terhadap masalah *complaint delay* tersebut. Maka penulis tertarik untuk membuat tugas akhir dengan judul “ Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap *Complaint Delay* di PT Angkasa Pura II Bandara Internasional Minangkabau”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari informasi dan judul yang dijelaskan sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil suatu rumusan masalahnya yaitu: Bagaimanakah penerapan komunikasi pemasaran pada *Complaint delay* di PT Angkasa Pura Bandara Internasional Minangkabau?

1.3 Tujuan Magang

Tujuan kegiatan magang yang ingin diperoleh berdasarkan rumusan masalah diatas adalah untuk mengetahui penerapan komunikasi pemasaran pada *Complaint delay* di PT Angkasa Pura Bandara Internasional Minangkabau.

1.4 Manfaat Magang

Dalam manfaat penelitian terdapat dua manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini mempunyai manfaat supaya peneliti maupun pembaca bisa mendapatkan pengetahuan serta wawasan tentang penerapan komunikasi pemasaran pada *Complaint delay* di PT Angkasa Pura II Bandara Internasional Minangkabau.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, dapat bermanfaat sebagai patokan perusahaan untuk lebih meningkatkan pelayanan penumpang sehingga kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan pasca *delay* bisa lebih ditingkatkan lagi, serta dapat menjadikan acuan utama perusahaan untuk mengambil suatu tindakan baru dalam masalah *delay* yang sering terjadi di Bandara Internasional Minangkabau.



1.5 Metode Magang

Untuk memenuhi mata kuliah wajib penulis, maka penulis melakukan magang yang sesuai dengan judul tugas akhir penulis yaitu, penerapan komunikasi pemasaran pada *complaint delay* di PT Angkasa Pura II Bandara Internasional Minangkabau. Pelaksanaan magang dilaksanakan selama 40 hari kerja. Dalam magang ini peneliti menggunakan metode observasi, yakni pengambilan informasi melalui peninjauan secara spontan kegiatan yang terjadi pada Bandara Internasional Minangkabau. Dengan

kata lain peneliti langsung turun ke lapangan untuk mencatat, mengamati perilaku penumpang yang sedang *delay*, mengamati langsung bagaimana pihak perusahaan menangani masalah komplain *delay* tersebut, serta bagaimana cara perusahaan untuk menerapkan komunikasi pemasaran terhadap *complaint delay* di PT Angkasa Pura II Bandara Internasional Minangkabau.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan magang ini, dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, tempat waktu magang, dan yang terakhir sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisikan tentang landasan teori pendukung yang berkaitan dengan teori inti berdasarkan judul yang akan dibahas oleh penulis tugas akhir tersebut.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Berisikan tentang gambaran umum perusahaan, sejarah berdirinya PT Angkasa Pura II Bandara Internasional Minangkabau. Visi misi perusahaan tersebut, serta struktur dari organisasi perusahaan tersebut.

BAB IV PEMBAHASAN

Berisikan tentang penerapan komunikasi pemasaran yang terdapat pada PT Angkasa Pura Bandara Internasional Minangkabau.



BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan tentang kesimpulan dan saran berdasarkan hasil-hasil pembahasan dan pelaksanaan magang yang dilakukan oleh penulis.

