

Penerapan *Service Excellent* Awak Kabin Garuda Indonesia untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Melalui “*Garuda Indonesia Experience*”

Ni Putu Limarandani¹, Wini Anggraeni², AA Aditya Kusuma³

LSPR Institute of Communication and Business.^{1,2,3}

Jl. K.H. Mas Mansyur No.Kav. 35, Karet Tengsin, Jakarta 10220, Indonesia^{1,2,3}

e-mail : limarandani@lspr.edu¹; *e-mail* : 24072200040@lspr.edu²; *e-mail* : 24172420041@lspr.edu³

Abstract

For companies operating in the transportation service sector, service excellence is a crucial element as it directly affects service quality and customer satisfaction. When a company is able to provide high-quality service, customers will not hesitate to use the services offered. Service excellence refers to the actions or efforts made by a company to deliver optimal service with the goal of ensuring customer satisfaction. Garuda Indonesia, as a provider of air transportation services, actively implements service excellence to foster customer satisfaction and loyalty. This study employs a qualitative research method with a descriptive approach and uses data collection techniques in the form of interviews with Garuda Indonesia cabin crew and customers. The findings indicate that in order to maintain customer loyalty, Garuda Indonesia applies several strategies: the Garuda Indonesia Experience service concept, enhancing technology-based services, and the GarudaMiles loyalty program. Furthermore, Garuda Indonesia provides regular service training to its cabin crew as a way to sustain customer loyalty and build customer sensitivity toward consistently choosing Garuda Indonesia.

Keywords: Service excellence, Garuda Indonesia, Customer loyalty.

Abstrak

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi, *service excellent* merupakan unsur penting karena berpengaruh pada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Ketika perusahaan mampu memberikan pelayanan berkualitas maka pelanggan tidak akan ragu untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. *Service excellent* merupakan tindakan atau upaya yang dilakukan perusahaan untuk memberikan pelayanan maksimal dengan tujuan agar pelanggan bisa mendapatkan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan. Garuda Indonesia sebagai penyedia jasa transportasi udara ikut serta menghadirkan *service excellent* agar dapat memberikan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, serta menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dengan awak kabin Garuda Indonesia dan pelanggan Garuda Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, Garuda Indonesia melakukan beberapa strategi, yaitu melalui konsep layanan *Garuda Indonesia Experience*, meningkatkan layanan berbasis teknologi, dan program loyalitas *GarudaMiles*. Kemudian, Garuda Indonesia memberikan pelatihan pelayanan secara rutin kepada awak kabin sebagai salah satu cara untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan membangun kepekaan pelanggan untuk selalu menggunakan Garuda Indonesia.

Kata kunci: *Service excellent*, Garuda Indonesia, Loyalitas pelanggan.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan, dimana antara satu pulau dengan lainnya dipisahkan oleh lautan sehingga untuk menjangkau wilayah yang luas diperlukan suatu moda transportasi yang cepat, aman dan nyaman. Oleh karena itu, kehadiran transportasi udara menjadi pilihan bagi masyarakat yang ingin

bepergian ke luar provinsi maupun luar negeri. Transportasi udara dapat memangkas jarak tempuh sehingga memudahkan efisiensi waktu dan tenaga, serta memiliki standar keselamatan yang tinggi. Industri jasa penerbangan memiliki peluang bisnis yang sangat prospektif di dunia transportasi ditandai dengan adanya berbagai macam maskapai penerbangan di Indonesia seiring dengan bertambahnya pengguna jasa transportasi udara. Berdasarkan data dibawah, pengguna transportasi udara khususnya pada penerbangan domestik mengalami peningkatan setiap tahun.

Tabel 1 Jumlah penumpang pesawat terbang domestik

Datang		Berangkat	
2022	2023	2022	2023
57.030.816	66.719.059	52.783.838	62.047.353

Sumber: Badan Pusat Statistik

Namun, meningkatnya jumlah penumpang membuat persaingan jasa transportasi udara dari tahun ke tahun mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Meningkatnya intensitas persaingan membuat berbagai maskapai penerbangan, baik dalam negeri maupun luar negeri, berusaha memperhatikan kebutuhan penumpang dengan menawarkan layanan dan fasilitas yang beragam. Maskapai penerbangan yang memberikan layanan berkualitas berpotensi untuk menarik lebih banyak pelanggan yang berdampak pada peningkatan laba perusahaan. Pengalaman positif pelanggan juga akan berpengaruh terhadap tingkat loyalitas pelanggan dalam menggunakan maskapai penerbangan tertentu.

Salah satu maskapai di Indonesia yang terdampak persaingan tersebut adalah Garuda Indonesia. Menghadapi kondisi persaingan saat ini, maskapai penerbangan dituntut untuk senantiasa meningkatkan kualitas pelayanannya. Hal ini juga dilakukan oleh Garuda Indonesia untuk meningkatkan daya beli, mempertahankan pelanggan, dan memperluas pangsa pasar. Demi mendukung hal tersebut maka Garuda Indonesia perlu mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting bagi para pelanggan. Sebagai maskapai penerbangan berjenis *full service* serta maskapai dibawah naungan BUMN, Garuda Indonesia diharapkan dapat memberikan pelayanan yang memuaskan seperti kenyamanan dalam perjalanan dan keselamatan selama penerbangan.

Menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan yang tinggi perusahaan membutuhkan penerapan pelayanan prima yang baik. Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya agar mereka selalu loyal kepada organisasi atau perusahaan (Barata, 2003). Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah mendapatkan pengalaman yang sesuai dengan harapan. Pelanggan tentunya akan kecewa apabila pelayanan yang diterima tidak memenuhi harapan. Harapan pelanggan terhadap pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang terus meningkat dan menjadi lebih baik. Selain itu, loyalitas pelanggan bermanfaat untuk memperkuat perusahaan dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan eksistensi perusahaan.

Pelayanan prima (*service excellent*) merupakan pelayanan bermutu tinggi yang diberikan kepada konsumen, berdasarkan standar kualitas tertentu untuk memenuhi bahkan melebihi kebutuhan dan harapan konsumen, sehingga tercapai kepuasan dan akan menyebabkan kepercayaan konsumen kepada penyedia jasa (Schroeder, 1994). *Service excellent* adalah hal penting bagi usaha di bidang jasa, seperti maskapai Garuda Indonesia. Menghadirkan *service excellent* dapat dimulai dari memilih karyawan terbaik, termasuk didalamnya awak kabin dan menerapkan SOP yang sesuai dengan budaya perusahaan dan harus berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Gambar 1 Garuda Indonesia Experience



Sumber: Garuda Indonesia, 2020

Service excellent yang tersaji melalui *Garuda Indonesia Experience* adalah konsep layanan baru yang menyajikan aspek-aspek terbaik dari Indonesia kepada para pelanggan. Mulai dari saat reservasi penerbangan hingga tiba di bandara tujuan, para pelanggan akan dimanjakan oleh pelayanan yang tulus dan bersahabat yang menjadi ciri keramahmataman Indonesia, diwakili oleh ‘Salam Garuda Indonesia’ dari para awak kabin (Garuda Indonesia, 2020).

Konsep *service excellent* menurut (Barata, 2003) menyelaraskan dengan faktor-faktor seperti Sikap (*Attitude*) adalah perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan, meliputi penampilan yang sopan dan serasi, berpikiran positif, sehat dan logis, dan bersikap menghargai, Perhatian (*Attention*) adalah kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya, Tindakan (*Action*) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan yang meliputi mencatat pesanan para pelanggan, mencatat kebutuhan pelanggan dan mewujudkan kebutuhan pelanggan, Kemampuan (*Ability*) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, Penampilan (*Appearance*) adalah penampilan baik fisik dan non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas, Tanggung jawab (*Accountability*) adalah suatu sikap berperilaku kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk meminimalkan ketidakpuasan pelanggan (Supriyanto, 2019).

(Tanasal, 2014) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Pre-Flight Service Quality, In-Flight Service Quality, Dan Post-Flight Service Quality Terhadap Passenger Loyalty Melalui Passenger Satisfaction Garuda Indonesia Di Surabaya menyatakan bahwa untuk menghadapi persaingan maskapai penerbangan yang ketat, perusahaan harus meningkatkan kualitas layanan agar dapat menciptakan loyalitas dari pelanggan melalui kepuasan yang terbentuk. Kualitas layanan mulai dari *pre-flight*, *in-flight*, dan *post-flight* Garuda Indonesia memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian (Adhitama et al., 2017) dalam penelitiannya yang berjudul The Influence Of Service Quality On Brand Image And Customer Satisfaction In Airlines Services (Survey of The Garuda Indonesia Passenger Domiciled In Malang, East Java) menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap citra merek dan kepuasan pelanggan Garuda Indonesia di Malang, Jawa Timur. Namun, Garuda Indonesia harus bisa mengembangkan dan memaksimalkan indikator dari kualitas layanan, mengingat pelayanan adalah aspek penting untuk kepuasan pelanggan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat pada subjek penelitian, dimana penelitian ini tidak hanya melibatkan pelanggan, tetapi juga awak kabin sebagai pelaku dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan Garuda Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami penerapan *service excellent* Garuda Indonesia, baik di penerbangan dalam negeri maupun luar negeri. Apalagi dengan ketatnya persaingan antar maskapai penerbangan sehingga Garuda Indonesia sebagai maskapai *full service* di Indonesia perlu memberikan pelayanan yang maksimal agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas mengenai “Penerapan *Service Excellent* Awak Kabin Garuda Indonesia Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Melalui

Garuda Indonesia Experience". Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan ilmiah terhadap penerapan *service excellent* awak kabin Garuda Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang berfokus pada pengumpulan data deskriptif tentang fenomena yang diamati, sesuai dengan kerangka teoritis (Moleong, 2017). Dalam konteks analisisnya, peneliti menggunakan metode pendekatan studi kasus untuk mengeksplorasi dan menjelaskan fenomena yang terkait dengan penerapan *service excellent* Garuda Indonesia yang bertujuan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Cresswell (1998) menyatakan pembentukan struktur tertulis yang berasal dari kasus ataupun analisis perbandingan antar objek penelitian dapat dilakukan dengan pendekatan studi kasus (Assyakurrohim et al., 2022).

Pengumpulan data penelitian menggunakan dua sumber, yaitu sumber primer dan sumber sekunder, dengan menggunakan metode wawancara informan sebagai pendekatan utama. Wawancara dilakukan dengan memfokuskan pada tema-tema kunci seperti *service excellent*, *Garuda Indonesia Experience*, serta tantangan yang dihadapi dalam memberikan pelayanan prima. Informan-informan yang diwawancara melibatkan pihak internal awak kabin Garuda Indonesia termasuk Lia Silitonga, Reza Siregar, dan Nindyo Andayaning Pandu Saputri. Serta pihak eksternal yaitu pelanggan Garuda Indonesia seperti dr. M. D. Daniel Hadinoto dan Syahrul Maulana Putra. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi yang mendalam mengenai penerapan *service excellent* oleh awak kabin Garuda Indonesia.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini mencakup panduan wawancara, telepon genggam, laptop, alat tulis, dan perangkat pendukung lainnya yang diperlukan untuk memaksimalkan proses pengumpulan data sehingga data yang diperoleh dapat digunakan untuk analisis dan penarikan kesimpulan dalam penelitian.

Penelitian ini mengadopsi metode analisis data model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahap utama, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi. Tahap pertama, reduksi data, memungkinkan peneliti untuk menyederhanakan dan merapikan data yang telah dikumpulkan agar menjadi lebih terfokus dan mudah dipahami. Melalui proses ini, data-data yang telah diperoleh dari wawancara informan dan sumber-sumber lainnya dipilah-pilah, dikelompokkan, dan disusun sedemikian rupa sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas dan terstruktur terkait dengan fenomena yang diteliti. Dengan melakukan reduksi data, peneliti dapat mengidentifikasi pola-pola yang muncul, memperoleh insight yang mendalam, serta mempersiapkan langkah-langkah selanjutnya dalam analisis data secara lebih efisien dan sistematis. Tahap penyajian data dilakukan untuk mengatur dan menata data yang telah direduksi agar dapat diinterpretasikan dengan lebih baik. Terakhir, tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi bertujuan untuk menyimpulkan temuan-temuan yang relevan dari analisis data serta memverifikasi keabsahan hasil penelitian (Limarandani et al., 2024).

Penggunaan triangulasi sumber data sebagai metode validasi menunjukkan komitmen peneliti dalam memastikan keakuratan dan kebenaran hasil penelitian. Dengan membandingkan dan mengonfirmasi informasi yang diperoleh dari wawancara dengan berbagai informan, peneliti dapat mengevaluasi konsistensi data serta meminimalkan bias yang mungkin timbul. Selain itu, perbandingan data wawancara dengan literatur yang relevan juga merupakan langkah penting dalam mendukung keabsahan temuan serta memperkuat analisis. Dengan mengadopsi metode analisis dan teknik validasi yang sistematis, penelitian ini dapat memberikan hasil yang lebih akurat dan dapat dipercaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep *Service Excellent* Awak Kabin Garuda Indonesia

Layanan yang diberikan dengan berfokus kepada kepuasan pengguna sering disebut dengan layanan prima atau layanan istimewa (*service excellent*). Esensi dalam layanan prima adalah upaya memberikan layanan terbaik bagi pelanggan yang berorientasi pada kepentingan pelanggan/pengguna sehingga memungkinkan kita mampu memberikan kepuasan yang optimal. Upaya memberikan layanan

yang terbaik ini dapat diwujudkan apabila kita dapat menonjolkan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab yang baik dan terkoordinasi (Maulyan et al., 2022).

Menurut (Zaenal & Laksana, 2015) Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah “*excellent service*” yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi layanan. Kemudian menurut (Rangkuti, 2017) Pelayanan prima adalah adalah pelayanan terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sudah ditentukan.

Pelayanan prima berfungsi untuk melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat, menciptakan suasana agar pelanggan merasa dipentingkan, menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha, menciptakan pangsa pasar yang baik terhadap produk/jasa, memenangkan persaingan pasar, memuaskan pelanggan agar mau berbisnis lagi dengan perusahaan, serta memberikan keuntungan bagi perusahaan (Ilhami dkk., 2024).

Menurut (Barata, 2003), konsep *service excellent* yang baik didasari dengan konsep 6A+1S yang terdiri dari: *Attitude* (Sikap), *Ability* (Kemampuan), *Attention* (Perhatian), *Action* (Tindakan), *Accountability* (Tanggung jawab), *Appearance* (Penampilan), dan *Sympathy* (Simpati).

Attitude (Sikap)

Potret atau citra sebuah perusahaan, termasuk didalamnya maskapai penerbangan Garuda Indonesia, diawali dari kesan pertama yang ditorehkan oleh karyawan perusahaan tersebut, terutama staf yang berdiri di *frontliner* atau siapapun yang berhubungan dengan pihak luar perusahaan, dalam hal ini awak kabin.

Citra positif ini yang harus terus dijaga dan dipelihara oleh awak kabin, tentunya dengan berbagai cara, diantaranya keramah-tamahan dan juga pelayanan prima. Pelayanan prima yang menjadi keunggulan dari awak kabin Garuda Indonesia dilakukan dengan kesungguhan hati atau ‘*service by heart*’. Hal ini diutarakan dalam pernyataan narasumber awak kabin Garuda Indonesia, Lia Silitonga:

“Service by heart itu lebih mengena ke penumpang, jadi experience yang didapatkan penumpang di Garuda Indonesia itu tidak akan didapatkan di airlines lain. Dan itu berhasil, kami dari awak kabin seringkali menjumpai penumpang-penumpang yang sangat loyal kepada Garuda Indonesia.” (Silitonga, 2024).

Sikap dan pelayanan para awak kabin secara langsung maupun tidak langsung akan menggambarkan dan membentuk citra Garuda Indonesia. Setiap awak kabin hendaknya memiliki sikap ramah, profesional, dan memiliki rasa memiliki yang tinggi terhadap perusahaan. Keramahan dan ketulusan yang diberikan oleh awak kabin Garuda Indonesia juga diperkuat dengan pernyataan dr. M. D. Daniel Hadinoto, selaku pelanggan Garuda Indonesia sebagai berikut:

“Salam Garuda Indonesia itu sangat khas sekali, seperti tersenyum, ada sedikit membungkuk, dan gestur keramah-tamahannya khas Indonesia. Sederhana tapi artinya mendalam.” (Hadinoto, 2024).

Berdasarkan wawancara diatas, terlihat bahwa awak kabin Garuda Indonesia telah melakukan berbagai upaya untuk selalu menjaga citra positif Garuda Indonesia di hadapan masyarakat, khususnya pada sikap yang tampaknya sederhana, seperti menyapa sambil mengatupkan tangan, menunduk, menyapa dengan lembut dan sopan, berbicara dengan nada bicara yang lembut dan nada merendah, tentunya menjadi keberhasilan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Ability (Kemampuan)

Di jaman yang semakin berkembang, para awak kabin harus memiliki kemampuan untuk melayani pelanggan, misalnya komunikasi, kemampuan menjual (*selling*), kemampuan memecahkan masalah dengan cepat, manajemen kecemasan, hingga hal-hal yang lebih praktis misalnya pemanfaatan teknologi informasi.

Ada beberapa hal yang sering dilakukan oleh awak kabin, jika menghadapi masalah didalam penerbangan, contohnya yakni kemampuan untuk melakukan penyelesaian masalah secara lugas dan cepat, yang disebut *service recovery*, seperti yang diutarakan oleh awak kabin Garuda Indonesia, Lia Silitonga sebagai berikut:

“Misalnya terjadi saat in-flight harus diselesaikan di tempat sampai penumpang merasa masalahnya sudah terselesaikan. Kami dilatih untuk melakukan service recovery apabila ada masalah, baik itu masalah safety ataupun service.” (Silitonga, 2024)

Pelayanan prima dan kemampuan melakukan tugas awak kabin secara maksimal sudah dirasakan oleh pelanggan, seperti pernyataan Syahrul Maulana Putra, sebagai berikut:

“Sejak on board berasa sekali vibes pelayanan awak kabin Garuda Indonesia itu bagus. Awak kabin Garuda Indonesia juga cepat tanggap, jika ada request dari penumpang selalu berusaha maksimal untuk dipenuhi.” (Putra, 2024)

Awak kabin Garuda Indonesia memiliki kemampuan berkomunikasi yang sangat baik dan kemampuan untuk menyelesaikan masalah dengan efisien dan tepat sasaran. Hal ini penting untuk menjaga kepercayaan dan kredibilitas Garuda Indonesia di mata pelanggan, serta mencegah pelanggan melakukan komplain, bahkan jika terjadi komplain maka akan diubah menjadi pujian.

Attention (Perhatian)

Perhatian merupakan prinsip pelayanan yang harus dimiliki oleh semua pihak yang bersentuhan langsung dengan pelanggan, khususnya awak kabin. Perhatian merupakan kepedulian terhadap pelanggan, berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta pengertian terhadap saran dan kritik yang diberikan. Awak kabin harus selalu memperhatikan dan mengutamakan keinginan penumpang saat melakukan aktivitas. Selain itu, jika penumpang menunjukkan tanda-tanda membutuhkan bantuan atau layanan, awak kabin harus segera bergegas memberikan layanan yang cepat dan berkualitas.

Perhatian kepada pelanggan berupa kepedulian serta pemahaman akan kebutuhan dan keinginan pelanggan tentunya sudah dilakukan oleh awak kabin Garuda Indonesia sesuai SOP, seperti yang diutarakan oleh awak kabin Reza Siregar sebagai berikut:

“Pelanggan kebanyakan sudah tahu apa yang menjadi hak mereka, sebisa mungkin kami melengkapi apa saja yang menjadi hak mereka karena apabila hak mereka tidak terpenuhi maka mereka akan komplain. Oleh karena itu, untuk menghindari hal-hal tersebut, kita melakukan SOP untuk melengkapi segala equipment.” (Siregar, 2024)

Awak kabin Garuda Indonesia telah berusaha memberikan perhatian tentang apa yang dibutuhkan pelanggan, terutama selama penerbangan. Bahkan awak kabin Garuda Indonesia tidak segan-segan untuk memberikan segalanya sesuai kemampuan dalam batasan SOP untuk memberikan yang terbaik, mulai dari perhatian personal tentang kebutuhan masing-masing pelanggan, hingga mencarikan solusi jika terjadi masalah yang dialami oleh pelanggan selama penerbangan.

Saat kepedulian terhadap pelanggan menjadi sebuah keharusan, maka awak kabin Garuda Indonesia memiliki *sense*, atensi, dan perhatian yang baik terhadap pelanggan. Awak kabin melakukan tugas mereka sesuai dengan SOP dan berusaha untuk memenuhi ekspektasi atau harapan para pelanggan, bahkan melebihi ekspektasi. Hal ini terbilang berhasil karena pelanggan pun merasa bahwa *service by heart* serta pelayanan yang diberikan oleh awak kabin Garuda Indonesia sudah melebihi ekspektasi pelanggan.

Action (Tindakan)

Hal yang diperlukan dalam tahap tindakan ini adalah melakukan tindakan praktis untuk memastikan apa yang dibutuhkan/diinginkan pelanggan, dan jika ragu, sebaiknya konfirmasi dengan sopan. Apabila diperlukan dapat dibuat pencatatan, apalagi jika permintaannya sangat beragam, dan bila perlu permintaan dapat dicatat pada formulir yang harus disiapkan. Jangan lupa ucapkan terima kasih dan

tanyakan apakah ada hal lain yang bisa Anda bantu, sambil berjabat tangan untuk menunjukkan rasa hormat dan penghargaan. Oleh karena itu, sangat penting untuk menerapkan prinsip keempat kualitas layanan, yaitu tindakan, sebagai wujud kepedulian yang sesungguhnya.

Seluruh tindakan yang dilakukan oleh awak kabin Garuda Indonesia harus sesuai dengan *rules* dan *regulation* atau SOP maskapai penerbangan Garuda Indonesia, seperti yang diutarakan oleh awak kabin, Reza Siregar sebagai berikut:

“Tugas flight attendant berdasarkan rules and regulations, segala tindakan kita harus benar-benar sesuai SOP yang diberikan perusahaan.” (Siregar, 2024)

Tugas dan kerja awak kabin dalam setiap penerbangan merupakan kerja sama tim (*teamwork*). Awak kabin juga harus terlatih dalam setiap situasi dan kondisi, seperti pernyataan awak kabin Garuda Indonesia, Lia Silitonga sebagai berikut:

“Karena kami kerja tim, jadi jika ada masalah selalu menginformasikan satu sama lain. Kami harus menyamakan persepsi dalam setiap keputusan yang akan diambil. Awak kabin juga bekerja sama dengan cockpit crew untuk menyelesaikan masalah.” (Silitonga, 2024)

Tanggapan penumpang bahwa apa yang dikerjakan oleh awak kabin Garuda Indonesia telah berhasil membuat mereka kembali menggunakan jasa Garuda Indonesia dalam setiap penerbangannya. Pelayanan prima nan bertanggung jawab telah dirasakan oleh pelanggan Garuda Indonesia, seperti yang diutarakan oleh Syahrul Maulana Putra sebagai berikut:

“Saya butuh maskapai yang memberikan ketenangan dan kenyamanan, Garuda Indonesia berhasil melakukan itu. Saya merasa safety saat terbang menggunakan Garuda Indonesia dan tentunya kualitas pelayanan tidak perlu diragukan lagi.” (Putra, 2024)

Awak kabin Garuda Indonesia berhasil memastikan apa yang menjadi kebutuhan para pelanggannya terpenuhi dengan baik, dan juga mencarikan solusi atas masalah yang mungkin terjadi atau dihadapi selama bertugas. Para pelanggan pun mengakui bahwa awak kabin Garuda Indonesia selalu berusaha dengan tulus untuk membantu dan memenuhi semua kebutuhan pelanggan selama terbang bersama Garuda Indonesia.

Accountability (Bertanggung jawab)

Konsep pelayanan yang baik selanjutnya adalah *accountability* atau tanggung jawab, sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud empati dan kepedulian awak kabin. Jika sikap tanggung jawab ini diterapkan dengan benar dan sepenuh hati maka ketidakpuasan pelanggan dapat diminimalisir. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan awak kabin, Reza Siregar, didapatkan fakta sebagai berikut:

“Kebanyakan penumpang mengeluh karena mereka tahu apa yang menjadi hak mereka dan mereka tidak mendapatkan itu, contohnya pada saat terbang monitor penumpang rusak. Awak kabin sebisa mungkin akan melakukan service recovery untuk menangani masalah itu.” (Siregar, 2024)

Salah satu pelanggan Garuda Indonesia, Syahrul Maulana Putra, menjelaskan bahwa keramahan awak kabin Garuda Indonesia benar-benar dirasakan sebagai suatu *personal touch* bagi para pelanggan.

“Keramahan awak kabin Garuda Indonesia memang diatas rata-rata. Saya benar-benar merasa nyaman dan feel safe jika sudah berada di dalam pesawat.” (Putra, 2024)

Rasa tanggung jawab diwujudkan sebagai rasa empati dan keberpihakan terhadap pelanggan. Dan hal ini berhasil dijalankan oleh Garuda Indonesia dengan memposisikan dirinya sebagai pelanggan apabila mengalami suatu masalah dan mengutarakan keinginan ataupun kebutuhan selama penerbangan.

Sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai bentuk rasa empati dan kepedulian awak kabin pun telah berhasil dilakukan dengan baik oleh awak kabin Garuda Indonesia dengan berusaha untuk mencari solusi atas masalah yang mungkin terjadi dan berusaha melakukan *service recovery* sepenuh hati. Para pelanggan pun menyadari dan merasakan bahwa rasa tanggung jawab awak kabin Garuda Indonesia benar-benar dirasakan sebagai bentuk tugas dan pelayanan prima selama bertugas melayani pelanggan dalam setiap penerbangan.

Appearance (Penampilan)

Penampilan awak kabin, baik fisik maupun non fisik, mencerminkan kredibilitas maskapai sehingga penting untuk menjaga penampilan tersebut setiap saat. Maskapai penerbangan harus menetapkan standar keseragaman dan setiap awak pesawat harus menerapkan dan mengimplementasikan standarisasi yang sangat baik ini, terutama saat bertemu pelanggan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan awak kabin Reza Siregar, pentingnya *appearance* terlihat dalam *training* yang dilakukan perusahaan:

“Tidak hanya aspek safety tetapi juga aspek service-nya, kita memiliki recurrent tahunan mengenai service yang harus kita remind kembali agar kita selalu konsisten memberikan yang terbaik untuk penumpang.” (Siregar, 2024)

Pelanggan Garuda Indonesia, Syahrul Maulana Putra, menyatakan bahwa penampilan awak kabin Garuda Indonesia diatas rata-rata, selain penampilan fisik yang menarik, juga dibekali dengan penampilan non fisik yang luar biasa:

“Penampilan awak kabin Garuda Indonesia itu rapi dan simpatik. Saya juga merasa awak kabin Garuda Indonesia pintar dan cerdas, bisa menjelaskan banyak hal dengan lugas, bisa bicara dalam beberapa bahasa.” (Putra, 2024)

Penampilan awak kabin Garuda Indonesia secara fisik dan non fisik sudah dilakukan dengan baik. Awak kabin Garuda Indonesia selalu terlihat memiliki *appearance* yang baik, ditambah lagi dengan kemampuan atau *skill* yang selalu terasah dan terlatih dengan baik melalui *reccurent training* setiap tahunnya. Pelanggan Garuda Indonesia juga mengakui bahwa secara keseluruhan penampilan awak kabin Garuda Indonesia sudah direpresentasikan dengan sangat baik dan juga kemampuan *service* dan *safety* yang sangat mumpuni.

Sympathy (Simpati)

Poin terakhir dalam konsep pelayanan yang baik adalah *sympathy*. Terkadang ada yang memberikan pelayanan prima secara profesional namun pelayanan tidak berjalan lancar karena kurangnya simpati. Simpati sendiri merupakan suatu sikap, dapat merasakan perasaan orang lain, terutama perasaan pelanggan. Rasa simpati ini timbul dengan merasakan apa yang juga dirasakan penumpang dan mencoba memposisikan apabila hal itu terjadi kepada dirinya sendiri, seperti disampaikan oleh awak kabin Reza Siregar sebagai berikut:

“Seandainya penumpang komplain maka kita pasti cepat berpikir bagaimana caranya supaya masalah mereka teratasi. Bayangkan saja jika kita di posisi mereka pasti akan merasakan hal yang sama.” (Siregar, 2024)

Setiap awak kabin Garuda Indonesia memiliki simpati yang tinggi untuk turut merasakan apa yang dirasakan pelanggan, serta menempatkan dirinya apabila ada di posisi pelanggan. Oleh karena itu, awak kabin Garuda Indonesia senantiasa cepat tanggap dan berusaha memberikan pelayanan prima yang paripurna, hal ini pun dirasakan oleh seluruh pelanggan Garuda Indonesia. Keberpihakan awak kabin terhadap pelanggan membuat proses pelayanan prima berjalan dengan sangat baik dan sepenuh hati (*service by heart*).

Garuda Indonesia sebagai maskapai nasional Indonesia yang telah bersaing dengan maskapai internasional lainnya tentu memiliki strategi pelayanan prima agar dapat bersaing dengan maskapai lainnya.

Strategi tersebut juga dapat membawa nama baik Indonesia di kancah internasional dan memiliki ciri khasnya sendiri sehingga dapat membekas di hati pelanggan yang menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia. Strategi yang telah dilakukan awak kabin dalam hal pelayanan prima adalah keramah-tamahan dan kesopanan yang luar biasa, gestur badan sopan, serta pelayanan yang *extraordinary* dalam setiap penerbangan. Kemudian melakukan *service recovery* jika terjadi komplain atau keluhan dari pelanggan, serta berusaha melakukan pelayanan sesuai standar *service* atau SOP. Kerja sama yang baik sebagai sebuah tim dalam setiap penerbangan juga menjadi keharusan sehingga lebih mudah untuk memecahkan masalah yang terjadi.

Sambutan hangat, sapaan sopan dan tulus, serta keramah-tamahan yang tulus dari para awak kabin sejak memasuki pesawat dan selama penerbangan membuat pelanggan merasa aman dan nyaman. Pelanggan merasa bahwa pelayanan yang diberikan sudah sesuai SOP dan dilengkapi dengan *personal touch* yang membuat pelayanan ini benar-benar menjadi pelayanan tulus dari hati (*service by heart*) yang mampu membuat mereka merasa nyaman dan loyal terbang bersama Garuda Indonesia.

Garuda Indonesia Experience

Keramahan awak kabin Garuda Indonesia diimplementasikan dalam layanan *Garuda Indonesia Experience* yang menggabungkan keramahan khas Indonesia dengan layanan yang profesional. Pendekatan ini mencakup berbagai aspek yang dirancang untuk menghadirkan pelayanan terbaik dari awal hingga akhir perjalanan. Melalui *Garuda Indonesia Experience*, Garuda Indonesia berusaha menciptakan hubungan yang lebih *personal* dengan pelanggan, seperti menyapa penumpang dengan nama, atau memahami *preferensi* penumpang dalam penerbangan sebelumnya. Kualitas layanan yang sangat baik dapat dirasakan oleh pelanggan Garuda Indonesia, dr. M. D. Daniel Hadinoto, sebagai berikut:

“Kualitas layanan yang tinggi itu sangat terlihat pada Garuda Indonesia Experience, terutama cabin crew-nya itu memberikan layanan yang ramah, kemudian cepat, responsif terhadap kebutuhan kita sebagai penumpang. Dan saya yakin itu karena sudah ada training yang khususnya sudah disiapkan dari perusahaan atau dari maskapai. Dimana setiap kali penerbangan saya selalu merasa bahwa akan selalu ada personal touch yang diberikan oleh awak kabin kepada penumpang.” (Hadinoto, 2024).

Garuda Indonesia Experience merupakan salah satu bentuk *service excellent* yang ditawarkan oleh Garuda Indonesia untuk memberikan pengalaman terbaik kepada penumpang. Keramahan awak kabin merupakan poin penting dalam penerapan *service excellent*, seperti pernyataan pelanggan Garuda Indonesia, dr. M. D. Daniel Hadinoto, sebagai berikut:

“Menurut saya Garuda Indonesia telah berhasil membangun koneksi atau hubungan emosional terhadap penumpang. Nah membangunnya melalui apa? Melalui pelayanan yang ramah dari setiap personil penerbangan. Cabin crew yang merupakan garda paling depan. Ketika saya sebagai penumpang naik penerbangan itu, saya merasa dihargai dan diperhatikan.” (Hadinoto, 2024).

Garuda Indonesia telah melakukan upaya konsistensi pada layanan yang diberikan sebagai penerapan *service excellent*. Meskipun dalam penerbangan yang berbeda-beda, namun pelayanan Garuda Indonesia sesuai dengan standar yang sama, sebagaimana pernyataan pelanggan Garuda Indonesia, dr. M. D. Daniel Hadinoto, sebagai berikut:

“Walaupun dilayani oleh cabin crew yang berbeda setiap penerbangan, tapi service touchnya, personal touchnya itu dirasakan sama. Bahkan eager more to be better setiap kali penerbangan. Kita justru sebagai penumpang mengharapkan lebih, lebih, lebih dan mereka bisa memberikan yang lebih sesuai ekspektasi.” (Hadinoto, 2024).

Layanan berkualitas tinggi yang diberikan oleh Garuda Indonesia meliputi fasilitas yang nyaman, serta kualitas makanan dan minuman yang disiapkan oleh *chef professional* yang mengutamakan cita rasa

lokal dan internasional. Garuda Indonesia melakukan inovasi teknologi terbaru, contohnya melalui aplikasi Garuda Indonesia, pelanggan akan lebih mudah melakukan pemesanan tiket, *check-in online*, dan *boarding pass digital*. Garuda Indonesia juga menyediakan layanan *In-Flight Entertainment (IFE)*, yaitu sistem hiburan dalam penerbangan meliputi film, musik dan *game*. Selain itu, Garuda Indonesia memiliki program loyalitas *GarudaMiles* yang dirancang untuk memberikan layanan tambahan seperti *boarding priority* dan *upgrade* kelas.

Garuda Indonesia bekerja sama dengan beberapa *lounge* eksklusif di bandara utama, baik di Indonesia maupun luar negeri untuk memastikan penumpang kelas bisnis dan kelas utama dapat menikmati fasilitas premium sebelum keberangkatan. Di *lounge* ini, penumpang dapat menikmati makanan, minuman, tempat istirahat yang nyaman, serta fasilitas bisnis yang lengkap. Selanjutnya, Garuda Indonesia sangat fokus pada prosedur keselamatan penerbangan dan pemeliharaan pesawat. Garuda Indonesia memastikan bahwa pesawat selalu dalam kondisi optimal dengan jadwal pemeliharaan yang ketat dan mengikuti regulasi keselamatan internasional. Awak kabin dan pilot terus diberikan pelatihan keselamatan sesuai dengan regulasi internasional. Garuda Indonesia fokus pada pelayanan pasca penerbangan seperti pengelolaan bagasi, penanganan keluhan, dan proses klaim yang cepat. Garuda Indonesia berkomitmen untuk menindaklanjuti setiap masalah yang dihadapi oleh penumpang dengan cepat dan efektif, guna memastikan bahwa pengalaman pelanggan secara keseluruhan tetap positif.

Awak kabin Garuda Indonesia secara rutin diberikan pelatihan agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan. Garuda Indonesia memiliki program pelatihan intensif untuk awak kabin yang mencakup aspek *hospitality*, *service excellent*, hingga keterampilan teknis dan keselamatan. Awak kabin Garuda Indonesia terkenal dengan keramahan dan profesionalisme yang menjadi salah satu daya tarik utama bagi pengalaman penerbangan. Awak kabin Garuda Indonesia diajarkan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan penumpang dengan personalisasi layanan. Untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar *service excellent*, Garuda Indonesia berfokus pada pengembangan staf melalui beberapa langkah strategis yang melibatkan pelatihan, evaluasi berkelanjutan, serta pembinaan yang mendalam, untuk menjaga kualitas layanan yang tinggi dan konsisten. Hal tersebut dikatakan oleh awak kabin Garuda Indonesia, Nindyo Andayaning Pandu Saputri, sebagai berikut:

“Cabin crew Garuda Indonesia mempunyai program pelatihan yang intensif termasuk pelatihan seperti hospitality, service excellent, keselamatan dan teknisnya. Awak kabin juga harus menjalankan tugas secara profesional, dengan mengutamakan keramahan dalam hal berbicara, bertingkah laku, dan responsif kepada penumpang.” (Saputri, 2024).

Garuda Indonesia menerapkan program pelatihan berbasis kompetensi yang dirancang untuk memastikan setiap staf, baik awak kabin maupun staf darat, memiliki keterampilan dan pengetahuan yang sesuai dengan tugas dan tanggung jawab. Beberapa elemen kunci dari pelatihan berbasis kompetensi ini mencakup pelatihan pelayanan pelanggan yang fokus pada interaksi yang ramah, profesional, dan solutif, serta cara menangani berbagai jenis pelanggan dengan kebutuhan berbeda. Pelatihan teknis keselamatan untuk membekali staf Garuda Indonesia mengenai pelatihan keselamatan, termasuk bagaimana menangani situasi darurat dan memastikan keamanan penumpang. Keterampilan komunikasi yaitu pelatihan dalam keterampilan komunikasi yang efektif berguna untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan oleh awak kabin jelas, sopan, dan ramah dalam berbagai situasi. Serta pengetahuan produk dan budaya yaitu pemahaman yang mendalam tentang produk, layanan, dan budaya perusahaan, pelatihan ini mencakup kemampuan untuk menjelaskan layanan Garuda Indonesia, fasilitas, dan promosi kepada penumpang secara detail dan tepat.

Garuda Indonesia memiliki pusat pelatihan internal yang bernama *Garuda Indonesia Training Center (GITC)* yang berlokasi di Cengkareng, Jakarta Barat. Di GITC, staf menjalani pelatihan intensif yang berkaitan dengan teori dan praktik. GITC dilengkapi dengan simulasi kabin, ruang kelas, dan fasilitas untuk pelatihan awak kabin, pilot, teknisi, dan staf darat. Beberapa program utama di GITC antara lain: Pelatihan standar layanan premium yang berfokus pada layanan penumpang di kelas ekonomi, bisnis, hingga kelas utama. Pelatihan mencakup cara memberikan layanan berstandar tinggi yang konsisten, mulai

dari cara menyapa penumpang hingga mengelola keluhan dengan empati. Kemudian simulasi layanan darurat yang melatih awak kabin untuk menangani situasi darurat di pesawat, mulai dari penanganan turbulensi, evakuasi, hingga pertolongan pertama pada penumpang. Pelatihan ini menggunakan simulasi kabin yang realistis. Dan pelatihan budaya layanan untuk menyetarakan standar layanan dengan nilai budaya lokal Indonesia dan standar internasional, pelatihan ini mencakup pembelajaran tentang keramahan, sopan santun, dan bagaimana menghadirkan kehangatan budaya Indonesia di setiap layanan yang diberikan.

Garuda Indonesia menerapkan pelatihan *service excellent* sesuai dengan standar layanan *Royal Western Standard*. Standar layanan internasional diberikan kepada kelas ekonomi, bisnis, dan *first class*, tanpa ada perbedaan. Garuda Indonesia juga selalu melakukan pelatihan berkala setiap satu tahun sekali yang mencakup pelatihan kompetensi, seperti yang dikatakan oleh awak kabin Garuda Indonesia, Nindyo Andayaning Pandu Saputri, sebagai berikut:

“Selain dari service, ada safety yang menjadi prioritas utama dimana flight attendant dilatih untuk menangani situasi darurat di pesawat, mulai dari penanganan, seperti turbulensi, evakuasi, sampai first aid kepada penumpang. Dan ini pasti menggunakan simulasi yang realistis. Satu tahun sekali kita di recalling untuk mengikuti emergency drill. Dimana kita menyetarakan semua standar layanan, dari ekonomi sampai first class semuanya sama. Dan yang pasti pelatihan tentang hospitality, attitude behavior.” (Saputri, 2024).

Garuda Indonesia juga menerapkan *Service Excellence Training (SET)* yang fokus pada pengembangan keterampilan *soft skill* dan *customer-centric approach*. Tujuannya adalah menciptakan pengalaman pelanggan yang unggul dengan standar keramahan dan empati yang tinggi. Melalui SET, staf diajarkan bagaimana memberikan layanan yang tidak hanya efisien, tetapi juga menyentuh aspek emosional pelanggan. Aspek penting dari pelatihan ini meliputi empati dalam pelayanan yaitu bagaimana memahami kebutuhan emosional dan praktis penumpang sehingga penumpang merasa diperhatikan dan dihargai, *handling customer complaints* yaitu melatih staf untuk tetap tenang, ramah, dan proaktif dalam menghadapi keluhan pelanggan, serta memberikan solusi yang cepat dan efektif, lalu *cross-cultural communication* untuk memahami perbedaan budaya dari penumpang internasional dan cara berkomunikasi secara tepat.

Garuda Indonesia menerapkan pendekatan pembelajaran berkelanjutan di mana staf dan awak kabin secara rutin mengikuti pelatihan lanjutan, termasuk dalam bidang teknologi baru, layanan inovatif, dan peningkatan keselamatan. Program ini memastikan bahwa keterampilan dan pengetahuan staf Garuda Indonesia selalu *up-to-date* dengan standar industri penerbangan. Pendekatan pembelajaran tersebut seperti *training refresher* yaitu Garuda Indonesia secara rutin memberikan kursus penyegaran atau pelatihan tambahan untuk memperbarui keterampilan yang sudah dipelajari sebelumnya, terutama terkait dengan pelayanan pelanggan, keselamatan, dan standar layanan baru yang diperkenalkan. Kemudian pengembangan karier yaitu Garuda Indonesia mendorong pengembangan karier melalui pelatihan manajemen bagi staf yang ingin naik ke posisi manajerial. Hal ini memberikan kesempatan untuk mengembangkan keterampilan kepemimpinan dan manajemen tim.

Garuda Indonesia menanamkan nilai-nilai budaya dalam pelatihan, yang mengacu pada filosofi *“Garuda Indonesia Experience”*. Staf diajarkan untuk menghadirkan rasa keramahan khas Indonesia, dengan sikap sopan santun, rendah hati, dan penuh perhatian. Filosofi ini menekankan kehangatan personal dan pelayanan yang lebih dari sekedar memenuhi ekspektasi pelanggan, tetapi memberikan sentuhan personal yang berkesan. Dengan komitmen pada pelatihan yang mendalam, Garuda Indonesia berhasil menciptakan budaya layanan berkualitas tinggi yang tidak hanya menjamin efisiensi, tetapi juga pengalaman yang mengesankan dan personal bagi penumpangnya. Program pelatihan ini terus diperbarui untuk memenuhi perubahan kebutuhan industri penerbangan dan harapan pelanggan global.

Garuda Indonesia menghadapi sejumlah tantangan dalam penerapan *service excellent*. Meskipun Garuda Indonesia memiliki reputasi yang kuat dalam aspek pelayanan premium, namun masih ada hambatan yang dapat mempengaruhi konsistensi layanan diseluruh rute Garuda Indonesia. Tantangan tersebut melibatkan berbagai faktor, seperti perbedaan budaya, skala operasional, kondisi pasar, regulasi penerbangan, serta kendala sumber daya.

Salah satu tantangan terbesar dalam menerapkan *service excellent* di berbagai rute penerbangan internasional adalah perbedaan budaya dan ekspektasi pelanggan dari berbagai negara. Pelanggan dari berbagai negara di Eropa, Asia dan Amerika memiliki ekspektasi yang berbeda terkait layanan. Di beberapa negara Asia, keramahan dan sikap rendah hati dalam pelayanan sangat dihargai, sementara di Eropa dan Amerika, efisiensi dan kecepatan layanan seringkali lebih diutamakan. Hal ini menimbulkan tantangan bagi Garuda Indonesia untuk menyesuaikan gaya layanan sesuai dengan kebutuhan spesifik pasar internasional, tanpa mengorbankan identitas budaya pelayanan khas Indonesia. Sebagai maskapai penerbangan yang mencakup rute domestik dan internasional, Garuda Indonesia melaksanakan pelatihan bahasa asing, terutama bahasa Inggris, yang sangat penting bagi awak kabin dan staf darat. Namun, Garuda Indonesia menghadapi tantangan di beberapa rute Asia karena kemampuan komunikasi dalam bahasa lain, seperti Jepang dan Mandarin. Garuda Indonesia perlu mendorong awak kabin agar memiliki keterampilan bahasa dan komunikasi lintas budaya sehingga dapat memberikan layanan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan dari latar belakang budaya yang berbeda. Tantangan terkait perbedaan budaya disampaikan oleh awak kabin Garuda Indonesia, Nindyo Andayaning Pandu Saputri, sebagai berikut:

“Salah satu tantangan terbesar dalam menerapkan service excellent adalah budaya, di Asia notabene keramahan dan sikap rendah hatinya itu sangat dihargai, sementara di Eropa dan Amerika, mereka hanya butuh efisien dan cepat. Tantangan kedua pasti bahasa karena mother language kita bahasa Indonesia sehingga kita dituntut untuk bisa berbahasa Inggris, Mandarin, Jepang, atau Korea.” (Saputri, 2024).

Dengan demikian, *service excellent* di berbagai rute berhasil mempertahankan loyalitas pelanggan melalui *“Garuda Indonesia Experience”*

Pembahasan

Tantangan yang dihadapi Garuda Indonesia dalam penerbangan ke berbagai wilayah di Indonesia adalah kualitas fasilitas bandara karena tidak semua bandara di Indonesia memiliki standar pelayanan dan infrastruktur yang setara dengan bandara-bandara utama seperti Soekarno-Hatta (Jakarta) atau Ngurah Rai (Bali). Hal ini mencakup fasilitas ruang tunggu, sistem *check-in*, bagasi, dan fasilitas pendukung lainnya yang dapat memengaruhi pengalaman pelanggan sebelum dan setelah penerbangan. Kemudian, variasi layanan staf bandara, kualitas pelayanan staf darat di bandara-bandara terpencil berbeda dengan bandara utama, baik dalam hal pengalaman, keterampilan, maupun kapasitas untuk menangani penumpang.

Tantangan selanjutnya adalah mengelola rute penerbangan ke daerah terpencil, terutama di Indonesia dengan geografis yang luas dan beragam. Di beberapa rute terpencil, Garuda Indonesia mengalami keterbatasan dalam hal logistik, seperti pasokan makanan, bahan bakar, atau layanan teknis. Hal ini dapat berdampak pada kualitas layanan dalam penerbangan, seperti pilihan makanan yang lebih terbatas atau keterbatasan hiburan dalam penerbangan. Di rute-rute dengan jumlah penumpang yang lebih rendah, Garuda Indonesia mungkin tidak dapat menawarkan frekuensi penerbangan yang tinggi. Hal ini dapat menyebabkan gangguan pada jadwal penerbangan jika terjadi penundaan atau pembatalan.

Garuda Indonesia beroperasi di berbagai jenis pasar, mulai dari penerbangan domestik berbiaya lebih rendah hingga penerbangan internasional yang premium. Keberadaan berbagai jenis pasar menghadirkan tantangan dalam mengelola harapan pelanggan yang berbeda di masing-masing rute, seperti kelas layanan di mana pelanggan rute domestik memiliki ekspektasi yang berbeda dibandingkan pelanggan di rute internasional. Di rute internasional kelas bisnis kebanyakan pelanggan mengharapkan layanan yang sangat premium seperti kursi tidur datar, hiburan berkualitas tinggi, dan layanan makanan gourmet. Namun di rute domestik dengan waktu penerbangan yang singkat, prioritas mungkin lebih kepada kecepatan dan kenyamanan dasar. Garuda Indonesia memerlukan adaptasi standar layanan, yaitu Garuda Indonesia dapat mempertahankan standar layanan yang tinggi di seluruh rute, namun ada penyesuaian di beberapa aspek sesuai dengan durasi dan tipe penerbangan, tanpa mengurangi nilai atau kualitas layanan yang diberikan.

Indonesia adalah negara tropis yang sering mengalami perubahan kondisi cuaca ekstrem, seperti badai tropis, hujan deras, dan angin kencang, yang dapat mengganggu operasional penerbangan. Di rute

internasional, kondisi cuaca juga bisa menjadi tantangan, terutama di rute yang melintasi zona iklim yang berbeda. Cuaca buruk dapat mengakibatkan penundaan dan pembatalan penerbangan sehingga Garuda Indonesia harus memiliki sistem manajemen krisis yang efisien untuk menginformasikan kepada penumpang dengan cepat dan memberikan kompensasi atau solusi alternatif secara profesional. Dalam situasi seperti ini, awak kabin dan staf darat sering kali menghadapi tekanan tinggi dari penumpang yang frustrasi sehingga dibutuhkan pelatihan khusus dalam manajemen stres dan situasi krisis untuk memastikan staf dapat menangani keluhan dan ketidakpuasan dengan tenang dan solutif.

Garuda Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di industri penerbangan sehingga harus selalu mengikuti perubahan regulasi, baik dalam negeri maupun internasional. Regulasi mencakup aturan terkait keamanan, kesehatan, lingkungan, dan hak konsumen. Untuk itu Garuda Indonesia melakukan penyesuaian dengan regulasi internasional dengan mematuhi aturan-aturan penerbangan di berbagai negara yang berbeda-beda. Kepatuhan terhadap peraturan yang terus berubah ini dapat menambah beban operasional dan mengurangi fleksibilitas layanan. Di beberapa kasus, dapat mempengaruhi harga tiket dan akhirnya berdampak pada ekspektasi pelanggan terkait dengan *value for money* dari layanan yang diberikan.

Industri penerbangan memiliki persaingan ketat di pasar global, terutama dengan kehadiran maskapai penerbangan berbiaya rendah yang menawarkan tarif lebih murah. Garuda Indonesia menghadapi tantangan untuk menyeimbangkan kualitas layanan premium dan efisiensi biaya, yaitu Garuda Indonesia harus mengelola biaya operasional yang tinggi, terutama untuk penerbangan internasional, namun tetap mempertahankan layanan premium yang menjadi ciri khasnya. Peningkatan harga bahan bakar, biaya perawatan pesawat, dan tekanan dari pesaing yang menawarkan tarif lebih rendah dapat mempengaruhi kemampuan Garuda Indonesia untuk memberikan layanan dengan harga yang kompetitif. Selanjutnya, tantangan dalam strategi pemasaran dan branding, yaitu untuk menghadapi kompetisi maskapai penerbangan, Garuda Indonesia harus mampu menonjolkan keunggulan layanan maskapai serta menawarkan tarif yang rendah.

Garuda Indonesia memiliki karyawan di berbagai wilayah domestik dan internasional sehingga menimbulkan tantangan dalam pengelolaan sumber daya manusia agar memperoleh standar yang sama. Oleh karena itu, perlu diterapkan distribusi pelatihan untuk memastikan bahwa staf darat dan awak kabin memiliki standar kompetensi yang sama, Garuda Indonesia perlu memberikan pelatihan yang konsisten di berbagai wilayah, termasuk daerah terpencil. Keterbatasan akses ke pusat pelatihan dan biaya yang diperlukan untuk melatih staf secara merata dapat menjadi hambatan. Garuda Indonesia juga perlu menerapkan konsistensi layanan antar rute untuk memastikan bahwa layanan di rute domestik dan internasional memiliki standar yang sama. Garuda Indonesia harus melakukan pengawasan dan evaluasi berkala untuk menjaga kualitas layanan.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian diatas *service excellent* merupakan pelayanan bermutu tinggi yang diberikan kepada pelanggan berdasarkan standar kualitas tertentu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Untuk menghadapi persaingan industri jasa transportasi udara maka Garuda Indonesia terus meningkatkan kualitas layanannya. Awak kabin Garuda Indonesia telah melaksanakan *service excellent* dengan mengacu pada konsep 6A+1S, yaitu *Attitude* (Sikap), *Ability* (Kemampuan), *Attention* (Perhatian), *Action* (Tindakan), *Accountability* (Tanggung jawab), *Appearance* (Penampilan), dan *Sympathy* (Simpati). Pelayanan dan keramah-tamahan awak kabin Garuda Indonesia juga telah terbukti memberikan kepuasan terhadap pelanggan yang berpengaruh pada loyalitas pelanggan.

Garuda Indonesia juga melakukan beberapa langkah untuk mendukung awak kabin dalam menerapkan *service excellent*, diantaranya menciptakan layanan *Garuda Indonesia Experience* sebagai ciri khas keramah-tamahan para awak kabin, menerapkan program pelatihan yang intensif termasuk pelatihan *hospitality*, *service*, dan *safety*, serta pelatihan yang berfokus pada pengembangan keterampilan *soft skill*

dan *customer-centric approach*. Meskipun masih terdapat tantangan seperti perbedaan budaya, fasilitas yang berbeda antara satu bandara dengan bandara lainnya, perubahan regulasi nasional maupun internasional, keterbatasan logistik, pengelolaan sumber daya manusia, dan persaingan jasa transportasi udara, namun Garuda Indonesia terus berupaya meningkatkan kualitas layanan agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitama, R., Andriani, K., & Abdillah, Y. (2017). The Influence Of Service Quality On Brand Image And Customer Satisfaction In Airlines Services (Survey of The Garuda Indonesia Passenger Domiciled in Malang, East Java). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23(1), 122–130.
- Assyakurrohimi, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Barata, A. A. (2003). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Garuda Indonesia. (2020). *Konsep Layanan*. Diambil dari <https://www.garuda-indonesia.com/id/id/garuda-indonesia-experience/service-concept/index>
- Ilhami, Fajri, A., Maharani, A. D., Asihani, Yudistira, A., & Septiwi, I. (2024). Pemetaan Konsep Budaya Pelayanan, Pelayanan Prima, Dan Kepuasan Pelanggan: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(2), 5374–5382.
- Limarandani, N. P., Mutiah, T., Patera, A. A. K., Saisan, M., & Kusuma, A. A. K. (2024). Ruang Publik Online Sebagai Sarana Penyebaran Konten Edukatif Pemilu 2024. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 10(1), 41–54.
- Maulyan, F. F., Drajat, D. Y., Angliawati, R. Y., & Sandini, D. (2022). Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan: Theoretical Review. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 8–17.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, F. (2017). *Customer Care Excellent Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Schroeder, R. G. (1994). *Manajemen Operasi: Pengambilan Keputusan Dalam Suatu Fungsi Operasi* (3 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Supriyanto, M. (2019). Service Excellence, Dampak Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran dan Kesekretariatan*, 3(1), 16–22.
- Tanasal, I. S. (2014). Pengaruh Pre-Flight Service Quality, In-Flight Service Quality, Dan Post-Flight Service Quality Terhadap Passenger Loyalty Melalui Passenger Satisfaction Garuda Indonesia Di Surabaya. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 3(2), 1–16.
- Zaenal, M., & Laksana, M. W. (2015). *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung: Pustaka Setia.