

# **DINAMIKA PELAYANAN PENERBANGAN GARUDA DI PONTIANAK**

## **Studi Fenomenologi tentang Pelayanan kepada Konsumen Pengguna Jasa Penerbangan Garuda sebagai Pemegang Kartu Garuda Frequent Flyer Silver pada Kantor Cabang PT. Garuda Indonesia di Kota Pontianak Provinsi Kalimantan Barat**

Oleh:  
**DANI ZULFIKAR**  
NIM. E01109012

Program Studi Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Tanjungpura Pontianak Tahun 2017

Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan pemahaman mengenai pelayanan yang diberikan kepada konsumen penerbangan Garuda pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer* oleh PT. Garuda Indonesia Kantor Cabang Pontianak. Penelitian ini juga dimaksudkan untuk mengetahui dan memahami bentuk pelayanan tiket dalam maskapai penerbangan Garuda Indonesia kepada konsumen pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver*, cara anggota *Garuda Frequent Flyer Silver* dipastikan mendapatkan tiket dari maskapai penerbangan Garuda Indonesia, pelayanan yang diberikan oleh maskapai penerbangan Garuda Indonesia kepada konsumen *Garuda Frequent Flyer Silver*, hambatan yang dihadapi pihak Garuda Indonesia dalam menciptakan kepuasan konsumen *Garuda Frequent Flyer Silver*, dan pengalaman konsumen *Garuda Frequent Flyer Silver* dalam mendapatkan pelayanan dari maskapai penerbangan Garuda Indonesia. Penelitian ini juga bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam terhadap hal-hal yang diajukan dalam perumusan masalah dan identifikasi penelitian yang ada seperti bentuk pelayanan tiket dalam maskapai penerbangan Garuda, cara anggota *Garuda Frequent Flyer Silver* dipastikan mendapatkan tiket, pelayanan yang diberikan oleh maskapai penerbangan Garuda Indonesia, hambatan yang dihadapi pihak Garuda, dan pengalaman konsumen *Garuda Frequent Flyer Silver*. Melalui Metode Penelitian Kualitatif dan didukung oleh Studi Fenomenologi serta Teori Interaksi Simbolik, peneliti mampu melihat keadaan yang terjadi di lapangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat pengalaman konsumen pengguna jasa penerbangan Garuda dalam menerima pelayanan di Bandara Supadio Kota Pontianak khususnya bagi pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver*. Penelitian ini menggunakan desain fenomenologi, yakni peneliti menggambarkan tentang interaksi dan pengalaman konsumen PT. Garuda Indonesia Kantor Cabang Pontianak mengenai fenomena pelayanan didasarkan pengalaman nyata konsumen *Garuda Frequent Flyer Silver* pengguna jasa penerbangan Garuda. Penelitian ini dianalisis melalui teori interaksi simbolik. Dikaji dari teori ini, proses pemahaman yang ditimbulkan dari pengalaman atas pelayanan penerbangan Garuda menunjukkan dampak makna dan simbol (dalam arti melihat aktivitas pelayanan di lapangan) bagi konsumen Garuda pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver* dalam menginterpretasikan makna dan simbol tersebut terhadap penilaian yang muncul dalam benak konsumen *Garuda Frequent Flyer Silver*. Selama penelitian dilakukan, peneliti melihat bahwa terdapat tiga kelompok pemegang kartu anggota *Garuda Frequent Flyer Silver* Bandara Supadio Kota Pontianak yaitu kelompok pasif, kelompok radikal, dan kelompok konservatif.

Berdasarkan data-data, pengamatan di lapangan, serta analisis yang peneliti lakukan, maka peneliti menyimpulkan bahwa bentuk pelayanan langsung dalam pelayanan tiket yang dilakukan oleh maskapai penerbangan Garuda Indonesia terhadap konsumen pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver* belum terlaksana secara maksimal, kepastian mendapatkan tiket dari maskapai penerbangan PT. Garuda Indonesia Kantor Cabang Pontianak belum terlaksana sepenuhnya, pelayanan yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia Kantor Cabang Pontianak belum terpenuhi seluruhnya, adanya hambatan yang dihadapi pihak Garuda Indonesia sehingga belum maksimal menciptakan kepuasan konsumen anggota *Garuda Frequent Flyer Silver*, dan adanya pengalaman positif maupun pengalaman negatif yang dialami oleh konsumen pemegang kartu anggota *Garuda Frequent Flyer Silver* dalam pengurusan tiket menjadi motivasi bagi dinas dalam meningkatkan pelayanan.

Kata-kata Kunci: Manajemen Pelayanan, Penerbangan Garuda, *Garuda Frequent Flyer Silver*, Metode Penelitian Kualitatif, Studi Fenomenologi, Teori Interaksi Simbolik, Kelompok Pasif, Kelompok Radikal, Kelompok Konservatif.

**DYNAMICS SERVICES OF GARUDA AVIATION IN PONTIANAK:  
Phenomenological Study Of Consumer Services To Garuda Airlines Service Users As A  
Garuda Frequent Flyer Silver Card Holder By The Pt. Garuda Indonesia Branch Office  
In Pontianak City West Kalimantan Province**

**Abstract**

This study is intended to provide an understanding of the services provided to consumers Garuda Garuda Frequent Flyer card holder by PT. Garuda Indonesia Branch Office of Pontianak. This study is also intended to identify and understand the forms of service tickets within the airline Garuda Indonesia to consumers cardholder Garuda Frequent Flyer Silver, how members Garuda Frequent Flyer Silver ensured to get a ticket from an airline Garuda Indonesia, the services provided by the airline Garuda Indonesia to consumers Garuda Frequent Flyer Silver, obstacles faced by Garuda Indonesia in creating customer satisfaction Garuda Frequent Flyer Silver and consumer experience Garuda Frequent Flyer Silver in getting the services of the airline Garuda Indonesia. The study also aimed to get a deep understanding of the matters raised in the formulation of the problem and identification of existing research as a form of service tickets within the airline Garuda, how members Garuda Frequent Flyer Silver ensured to get a ticket, the service provided by the airline Garuda Indonesia, barriers faced by Garuda, and the consumer experience Garuda Frequent Flyer Silver. Through Qualitative Research Methods and supported by studies Phenomenology and Symbolic Interaction Theory, the researchers were able to see the situation on the ground. The method used in this research is qualitative method. In this study, researchers wanted to see the consumer experience in the Garuda flight service users receive services in the city of Pontianak Supadio Airport especially for cardholders Garuda Frequent Flyer Silver. The design of this research phenomenology, which researchers describe the interactions and the consumer experience PT. Garuda Indonesia Branch Office of Pontianak on the phenomenon of consumer services based real experience Garuda Frequent Flyer Silver Garuda flight service users. This study analyzed through the theory of symbolic interaction. Studied this theory, the process of understanding, arising from the top flight service Garuda demonstrate the impact of meanings and symbols (in the sense of seeing service activities in the field) for consumers Garuda cardholder Garuda Frequent Flyer Silver in interpreting the meaning and symbols of the assessment that comes to mind Garuda Frequent Flyer Silver consumers.

During the study, researchers saw that there are three groups of cardholders members Garuda Frequent Flyer Silver City Supadio Airport Pontianak is a passive group, the radicals and the conservatives. Based on the data, observations in the field, as well as analysis that researchers do, the researchers concluded that this form of direct services in the service ticket that is carried by the airline Garuda Indonesia to consumers cardholder Garuda Frequent Flyer Silver has not been implemented to the fullest, the certainty of getting a ticket from airline flight PT. Garuda Indonesia Branch Office of Pontianak has not been fully carried out, the services provided by PT. Garuda Indonesia Branch Office of Pontianak has not been met in full, the barriers faced by the Garuda Indonesia so as not maximized create customer satisfaction members Garuda Frequent Flyer Silver, and their experiences both positive and negative experiences suffered by consumers cardholder members Garuda Frequent Flyer Silver in ticketing become motivation for agencies to improve services.

*Keywords: Services Management, Garuda Airlines, Garuda Frequent Flyer Silver, Qualitative Research Methods, Phenomenology Study, Symbolic Interaction Theory, Passive Group, Radical Group, Conservative Group.*

## A. PENDAHULUAN

### 1. Permasalahan

Pontianak merupakan salah satu daerah yang mengalami pertumbuhan dan perkembangan pesat dalam transportasi di Indonesia. Salah satu Kota yang berada dalam posisi strategis dan mudah dijangkau dengan berbagai alat transportasi seperti laut, darat, dan udara.

Adapun pertumbuhan industri penerbangan yang sangat cepat mau tidak mau memperketat persaingan antar perusahaan maskapai. Berbagai operator penerbangan di Indonesia mengatur strategi supaya bisa memenangkan persaingan. Ada berbagai maskapai yang melayani rute Pontianak dan masyarakat memiliki banyak pilihan atas transportasi udara yang akan digunakan seperti: penerbangan Lion Air, Garuda Indonesia, Express Air, Sriwijaya Air, Nam Air, Susi Air, Trigana Air, Kal Star, Trigana Air, Nusantara Air dan Maswings.

Setiap maskapai pasti akan memberikan berbagai pelayanan terbaik kepada konsumen pengguna jasa penerbangan dengan maksud agar mereka selalu setia menggunakan maskapai tersebut.

Bandara Soepadio merupakan sebuah bandara yang berada dalam proses menjadi bandara internasional dan dalam upaya memenuhinya tentu ada beberapa

kriteria bandara internasional seperti standar-standar yang harus dicapai terlebih dahulu.

Oleh karena itu, hadir salah satu transportasi udara yaitu Garuda demi membantu perjalanan penumpang agar lancar dan cepat dalam melakukan perjalanan. Perkembangan dan pertumbuhan tersebut akhirnya mendorong Garuda Indonesia untuk menciptakan inovasi yang membantu masyarakat dalam melakukan transportasi dengan cepat dan efisien melalui udara ketika akan melakukan perjalanan ke luar Pontianak.

Industri penerbangan dalam skala global mengalami pergeseran secara signifikan. Perkembangan kawasan Atlantik yang selama ini memimpin pasar angkutan udara sudah mulai mengalami perlambatan. Namun di sisi lain, kawasan Asia Pasifik mengalami pertumbuhan yang sangat tinggi dan cepat dalam industri dirgantara. Salah satu negara yang termasuk di dalamnya adalah Indonesia.

Garuda Indonesia merupakan salah satu maskapai terbesar di Indonesia. Penerbangan Garuda Indonesia di Kota Pontianak Provinsi Kalimantan Barat begitu padat dari hari ke hari, bukan hanya penerbangan dari dalam negeri, akan tetapi juga penerbangan ke luar negeri.

Garuda mendapatkan tempat yang baik di mata para konsumen dari waktu ke

waktu, sehingga banyak konsumen menjadi pengguna jasa setia dari Garuda.

Perusahaan plat merah Garuda memutuskan untuk bergabung dengan salah satu dari beberapa aliansi penerbangan internasional, *SkyTeam Global Airline Alliance*. Bila masuk dalam anggota aliansi *SkyTeam*, maka *code-shares* akan bisa dilakukan dengan semua maskapai anggota. Adanya aliansi penerbangan internasional *SkyTeam* ini berdampak positif bagi Garuda dikarenakan Garuda tidak lagi harus terbang ke seluruh Kota di dunia, tetapi cukup terbang ke salah satu maupun beberapa maskapai mitra dari penerbangan Garuda. Keuntungan bagi maskapai yang bergabung adalah maskapai ini akan saling terhubung, sehingga memudahkan penumpang mendapatkan tiket penerbangan lanjutan ke negara-negara tujuan yang sudah menjadi anggota *SkyTeam*.

Kesepakatan Garuda dengan *SkyTeam Global Airline Alliance* ini kemudian secara tidak langsung melibatkan PT. Angkasa Pura II (Persero) atau biasa disebut AP II. Untuk itu, pihak Garuda telah meyakinkan AP II untuk menyediakan *dedicated terminal* (terminal berfungsi khusus) di Bandara Supadio Pontianak.

Sebagai maskapai terdepan Garuda Indonesia berusaha membenahi diri dengan

bentuk pelayanan yang terbaik demi memberikan kepuasan pelayanan kepada penumpang. Cara tersebut dapat menjadi acuan utama terhadap perkembangan Garuda Indonesia selanjutnya. Sebab dengan bentuk pelayanan yang memuaskan dan nyaman maka menjadi faktor penunjang juga penentu para kosumen kembali untuk menggunakan jasa dari Garuda Indonesia.

Ada beberapa produk yang diberikan Garuda bagi konsumen setia yang terus-menerus melakukan perjalanan bersama yakni dengan pemberian keanggotaan *Garuda Frequent Flyer Regular*. Adapun Garuda Frequent Flyer tersebut memiliki empat tingkatan yakni: *Blue, Silver, Gold, dan Platinum*. Agar penumpang penerbangan Garuda dapat menjadi anggota *Blue* maka mereka harus terlebih dahulu mendaftar dan setelah melakukan penerbangan atau aktifitas satu kali dengan Garuda Indonesia sebagai *Partner*. Semakin banyak penumpang melakukan penerbangan menggunakan Garuda dan mengumpulkan *mileage* tertentu, maka keanggotaannya mereka akan dinaikkan ke level *Silver, Gold, dan Platinum*.

Kemudian tingkatan keanggotaan *GarudaMiles* ditentukan berdasarkan jumlah *Tier Miles* atau jumlah penerbangan sekali jalan (sektor) pada

*eligible flight* selama 1 periode aktivitas terakhir.

Anggota *GarudaMiles* akan mendapatkan kartu barunya sesuai tingkat keanggotaan yang baru apabila telah memenuhi kualifikasi kenaikan tingkat yang disyaratkan. Berdasarkan tingkatan keanggotaan *GarudaMiles* dapat dijamin bahwa semakin tinggi level yang dimiliki konsumen, maka pihak Garuda akan memberikan lebih banyak keuntungan dan keistimewaan bagi konsumen yang bersangkutan.

Beberapa tahun terakhir ini Garuda sering menghadapi masalah dalam sistem pelayanan *Garuda Frequent Flyer*. Adanya keluhan yang dialami penumpang pemegang *Garuda Frequent Flyer* dalam upaya mereka mendapatkan pelayanan Garuda. Kesalahan yang terjadi diantaranya para penumpang pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer* merasakan ketidakpuasan terhadap sistem pelayanan Garuda. Salah satu contohnya adalah buruknya pemberian pelayanan tiket Garuda Indonesia di Bandara Supadio Pontianak seperti kurangnya sistem informasi (*information system*) tentang tiket yang tersedia di bandara atau penjelasan atas informasi penerbangan yang dibutuhkan terkadang berbelit-belit yang membuat penumpang banyak yang melakukan *complaint* terhadap pihak bandara.

Terkadang penumpang juga merasa kesulitan untuk memiliki kartu *Garuda Frequent Flyer* terutama *Garuda Frequent Flyer Silver*. Pelayanan yang diberikan kepada penumpang juga lamban sehingga membuat penumpang kesal atau marah.

Permasalahan selanjutnya yaitu terkait ketepatan waktu perjalanan pesawat Garuda Indonesia. Berbagai macam trik dari pihak Garuda Indonesia dilakukan agar tidak harus membayar kompensasi dijanjikan kepada konsumen atas segala keterlambatan yang disebabkan oleh penerbangan Garuda Indonesia. Hal tersebut seharusnya segera ditanggulangi pihak bandara terutama Garuda Indonesia demi memberikan pelayanan terbaik dan kepuasan kepada konsumen pengguna jasa penerbangan Garuda di Pontianak.

Berdasarkan paparan di atas, berbagai pertanyaan masih menggelayut di dalam benak konsumen seperti masih belum tertera jelas bagaimana bentuk pelayanan tiket dalam maskapai penerbangan Garuda Indonesia kepada konsumen pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver* secara terperinci, bagaimana cara anggota *Garuda Frequent Flyer Silver* dipastikan mendapatkan tiket dari maskapai penerbangan Garuda Indonesia, bagaimana pelayanan yang diberikan oleh maskapai penerbangan Garuda Indonesia kepada konsumen pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer*

*Silver*, dan bagaimana hambatan yang dihadapi pihak Garuda Indonesia dalam menciptakan kepuasan konsumen terutama anggota *Garuda Frequent Flyer Silver*.

Fakta yang masih simpang siur ini mendorong peneliti melakukan riset kepustakaan di perpustakaan FISIP Universitas Tanjungpura Pontianak dan internet, ternyata tema dan judul tidak atau belum pernah dilakukan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengungkap dalam sebuah penelitian tentang maskapai Garuda dalam pemberian pelayanan kartu *Garuda Frequent Flyer Silver* di daerah regional Kota Pontianak. Peneliti beranggapan penelitian tentang pelayanan kepada konsumen pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver* dalam tradisi fenomenologi belum pernah dilakukan sehingga penelitian ini orisinal dan patut untuk dilaksanakan segera.

## **2. Wawasan dan Rencana Pemecahan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah maka rencana pemecahan masalah penelitian difokuskan pada pelayanan yang diberikan Kantor Cabang PT. Garuda Indonesia di Kota Pontianak kepada konsumen pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver* khususnya meliputi bentuk pelayanan tiket kepada konsumen *Garuda Frequent Flyer Silver*, cara anggota mendapatkan tiket, pelayanan

yang diberikan oleh maskapai Garuda, hambatan yang dihadapi pihak Garuda serta pengalaman konsumen *Garuda Frequent Flyer Silver*.

## **3. Tujuan Penelitian**

Untuk mendapatkan pemahaman mendalam terhadap hal-hal berikut:

1. Bentuk pelayanan tiket dalam maskapai penerbangan Garuda Indonesia kepada konsumen pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver*
2. Cara anggota *Garuda Frequent Flyer Silver* dipastikan mendapatkan tiket dari maskapai penerbangan Garuda Indonesia.
3. Pelayanan yang diberikan oleh maskapai penerbangan Garuda Indonesia kepada konsumen pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver*.
4. Hambatan yang dihadapi pihak Garuda Indonesia dalam menciptakan kepuasan konsumen terutama anggota *Garuda Frequent Flyer Silver*.
5. Pengalaman konsumen pemegang kartu anggota *Garuda Frequent Flyer Silver* dalam mendapatkan pelayanan dari maskapai penerbangan Garuda Indonesia.

## **4. Kajian Teoritik**

Penelitian ini dianalisis melalui teori interaksi simbolik dari Herbert Blummer. Blummer menyatakan bahwa organisasi

masyarakat manusia merupakan kerangka dimana terdapat tindakan sosial yang bukan ditentukan oleh kelakuan individunya. Fakta di atas dapat kita amati pada perilaku konsumen pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver* ketika mereka tidak mendapatkan pelayanan seperti selalu bisa mendapatkan tiket dijanjikan dan mendapatkan layanan informasi semestinya.

## B. METODE

### 1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain penelitian studi fenomenologi. Menurut Denzin dan Lincoln (tahun 2007 seperti dikutip oleh Lexi J. Moleong 2007:5), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar ilmiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.

### 2. Obyek dan Subyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini yaitu pada aktivitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen pengguna jasa penerbangan Garuda sebagai pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver* yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia Kantor Cabang Pontianak. Subyek

penelitian ini adalah individu sebagai pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver* di Bandara Supadio Kota Pontianak. Peneliti berusaha memahami dan mempelajari serta menginterpretasikan perilaku konsumen Garuda melalui interaksi petugas dalam memberikan pelayanan tiket kepada konsumen *Garuda Frequent Flyer Silver*.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk memperoleh data informasi yang lengkap dalam penelitian berikut:

1. Observasi, dalam metode ini selain melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian di lapangan yakni Bandara Supadio Pontianak.
2. Wawancara, cara memperoleh informasi melalui komunikasi percakapan yang dilakukan berhadapan mewawancarai konsumen pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver* maupun pihak PT. Garuda Indonesia Kantor Cabang Pontianak.
3. Dokumentasi, data didapat dari buku tentang pelayanan Garuda serta data-data tertulis dari PT. Garuda Indonesia Kantor Cabang Pontianak tentang pelayanan cara pengumpulan data sehingga peneliti berusaha memperoleh data atau informasi aktivitas pelayanan

dengan cara mengumpulkan dokumen atau *record*.

#### 4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis naratif. Menurut Riessman dalam Norman K. Denzin dan Lincoln (2009:616), analisis naratif adalah analisis yang tidak baku, intuitif, dan menggunakan terma ciptaan peneliti sendiri. Hal ini dimaksudkan agar peneliti dapat mengeksplorasi pengalaman konsumen pengguna jasa penerbangan Garuda sebagai sarana untuk mendefinisikan dan memaknai situasi saat pelayanan tiket terutama bagi konsumen pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver*.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Bentuk Pelayanan Tiket Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia kepada Konsumen Pemegang Kartu *Garuda Frequent Flyer Silver*

Berdasarkan fakta, dalam menciptakan kenyamanan penumpang Garuda memberikan pelayanan yang semakin memadai dari hari ke hari agar para penumpang tetap setia menjadi pelanggan Garuda dan semakin banyak masyarakat yang memilih Garuda sebagai transportasi angkutan udara. Pelanggan

merupakan pertimbangan dasar dari keberadaan Garuda Indonesia. Segala sektor sumber daya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. Pada prinsipnya hak pelanggan sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku harus dipenuhi. Oleh karena itu, hak pelanggan berupa keselamatan, keamanan, dan kenyamanan dijadikan prioritas dan fokus utama sebagai program pelayanan dan manajemen pelayanan di seluruh unit bisnis dan fungsional Garuda.

Oleh karena itu berdasarkan pengamatan peneliti, dalam manajemen pelayanan baik itu salah satunya dalam pelayanan tiket, pihak Garuda memenuhi semua komitmen yang telah dipublikasikan kepada pelanggan secara benar dan sesuai. Memberikan layanan yang optimal ketika konsumen memerlukan tiket tanpa membedakan suku, agama, ras, warna kulit, dan status sosial. Dalam pelayanan tiket selanjutnya pihak pertiketan memberikan kemudahan akses pemesanan dan transaksi layanan. Kemudian memberikan informasi yang relevan dan akurat kepada konsumen tentang sistem dan tiket dengan benar dan ramah. Berterimakasih merupakan salah satu kunci keramahtamahan kepada konsumen sehingga dapat membina hubungan baik dengan konsumen. Selain itu manajemen pelayanan yang diberikan Garuda ramah,

hangat, dan bersahabat yang diwujudkan dalam perilaku (petugas pertiketan). Maka manajemen pelayanan yang diberikan kepada pelanggan akan menjadi efektif, efisien, dan akurat dalam memberikan hasil pelayanan terbaik terutama dalam pertiketan dengan maksimal dan berkualitas, demi menciptakan kenyamanan dan kesetiaan konsumen dalam menggunakan jasa Garuda Indonesia. Sehingga Garuda Indonesia tetap menjadi perusahaan maskapai penerbangan yang terbaik.

Berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan, Garuda Indonesia Airline memiliki strategi pemasaran dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan. Konsep pemasaran yang digunakan adalah konsep “kenyamanan” untuk meraih konsumen.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan konsumen pengguna jasa penerbangan Garuda pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver* mengungkapkan bahwa: “Dari strategi pemasaran yang dilakukan Garuda Indonesia Airline, pihak Garuda lebih menawarkan dalam hal kenyamanan penumpang, seperti pramugari yang ramah, ruangan yang *safety*, ketersediaan *snack* dan minuman. Dengan demikian Garuda Indonesia mampu memberikan kepuasan lebih kepada konsumennya.”

## **2. Cara Anggota Garuda Frequent Flyer Silver Mendapatkan Tiket dari Maskapai Penerbangan PT. Garuda Indonesia Kantor Cabang Pontianak**

Seperti yang sudah peneliti jelaskan sebelumnya, bahwa dalam keanggotaan GFF terdapat beberapa tingkatan member yaitu Blue, Silver, Gold, Platinum. Berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan, member GFF Silver yang merupakan GFF tingkatan kedua dalam keanggotaan GFF. Setiap member GFF memiliki keistimewaan dalam pelayanan yang diberikan seperti keistimewaan dalam bentuk fasilitas. Keistimewaan pelayanan yang diberikan Garuda Indonesia pada member GFF Silver diantaranya dalam perolehan Miles (*Earning Miles*), penukaran Miles menjadi Award Tiket (*Spending Miles for Award Ticket*), Transfer Award Tiket (*Transferring Award Ticket*), penukaran Miles menjadi Upgrade Award (*Spending Miles for Upgrade Award*), Transfer Upgrade Award (*Transferring Upgrade Award*), Konter check-in khusus di Bandara Jakarta (*Dedicated Check-in Counter at Jakarta Airport*), Konter check-in kelas eksekutif (*Executive Class check-in Counter*), fasilitas tambahan bagasi 5 kilogram (*Free Excess Baggage*), mendapatkan *Tier Miles Percentage*, dan mendapatkan prioritas reservasi (*Priority Wait-List on Reservation*).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti, Garuda Indonesia memiliki strategi perusahaan guna menghadapi pesaingnya yakni maskapai baru. PT Garuda Indonesia menyiapkan strategi dalam menghadapi ketatnya persaingan antar maskapai, khususnya munculnya dua maskapai baru yang melayani pasar *full service*. Manajemen berencana meningkatkan pelayanan pesawat dan post flight.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan konsumen pengguna jasa penerbangan Garuda pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver* menyatakan bahwa:

"Garuda Indonesia juga memperbanyak *ticketing office*, peningkatan *lounge* dan terminal khusus Garuda di berbagai bandara. Untuk pelayanan dalam penerbangan, Garuda mencoba untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan menyediakan berbagai menu makan khas Indonesia. Sarana hiburan pendukung seperti audio dan video juga dibenahi."

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti, konsep layanan perusahaan Garuda Indonesia yang selalu menempatkan pelanggan sebagai fokus utama yang didasarkan keramah-tamahan dan keunikan Indonesia yang disebut dengan "*Garuda Indonesia Experience*" yang didasarkan pada *5 senses* yaitu *sight, sound, smell, taste, and touch*,

menyebabkan Garuda Indonesia mempunyai ciri khas tersendiri dibandingkan dengan maskapai penerbangan lain. Kemudian adanya layanan "*Immigration on Board*" yang merupakan inovasi Garuda dan merupakan satu-satunya di dunia, yaitu layanan pemberian visa di atas pesawat.

### **3. Pelayanan yang diberikan oleh Maskapai Penerbangan PT. Garuda Indonesia Kantor Cabang Pontianak kepada Konsumen Pemegang Kartu Garuda Frequent Flyer Silver**

Berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan, sebagai bagian dari budaya perusahaan, efisien dan efektif maka setiap karyawan dan karyawan Garuda Indonesia dituntut untuk senantiasa menjalankan tugas yang diemban secara teliti, tepat dan akurat dalam waktu sesingkat mungkin dan tenaga serta biaya seefisien mungkin tanpa mengorbankan kualitas. Hal ini didasarkan keyakinan bahwa Garuda Indonesia berupaya menjamin pelanggan memperoleh layanan yang berkualitas.

Berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan, prosedur pelayanan tiket termasuk kedalam tahap Pre Journey dan Pre Flight. Pesan tiket (reservasi) via telepon atau datang langsung ke kantor Garuda atau Agent. Petugas Garuda mengkonfirmasi kepada calon penumpang mengenai jadwal

keberangkatan, time limit reservasi, nomor telepon, dan sebagainya.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti, pada dasarnya layanan yang diberikan kepada penumpang Garuda Indonesia diberlakukan sama sesuai dengan SOP. Akan tetapi bagi pemegang GFF, Garuda memberikan layanan dengan fasilitas yang lebih istimewa sesuai dengan jenis dan tingkatan yang dimiliki GFF member. Sedangkan arti dari GFF adalah program layanan apresiasi pelanggan yang diadakan oleh kebanyakan perusahaan penerbangan terkemuka, yang di Garuda sendiri diberi nama GFF.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan konsumen pengguna jasa penerbangan Garuda pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver* menyatakan bahwa:

“Mulai dari saat reservasi penerbangan hingga tiba di bandara tujuan, para penumpang dimanjakan oleh pelayanan yang tulus dan bersahabat yang menjadi ciri keramahtamahan Indonesia, diwakili oleh ‘Salam Garuda Indonesia’ dari para awak kabin.”

Dengan pengenalan konsep Garuda Indonesia Experience, Garuda Indonesia menciptakan ciri khas yang membanggakan, sekaligus meningkatkan citra Indonesia di dunia internasional. Garuda Indonesia Experience adalah konsep layanan baru yang menyajikan

aspek-aspek terbaik dari Indonesia kepada para penumpang. Konsep Garuda Indonesia Experience didasarkan pada 5 pancaindra atau “5 senses” (*sight, sound, scent, taste, dan touch*) dan mencakup 24 “customer touch points”; mulai dari pelayanan *pre-journey, pre-flight, in-flight, post-flight* dan *post-journey*.

Berdasarkan fakta, sejak pertama diluncurkan pada 2009, Garuda Indonesia Experience mengandalkan keramahtamahan Indonesia. Ini sejalan dengan visi Garuda Indonesia, yaitu perusahaan penerbangan yang handal, menawarkan layanan berkualitas bagi masyarakat dunia dengan menggunakan keramahan Indonesia. Garuda Indonesia mengemban misi khusus sebagai perusahaan penerbangan pembawa bendera bangsa Indonesia, yang mempromosikan Indonesia kepada dunia. Konsep keramahtamahan Indonesia ini diterjemahkan dalam ikon-ikon yang mengandalkan pancaindra, yang antara lain tercermin dari penggunaan bahan dan ornamen khas Indonesia untuk interior pesawat, aroma wewangian bunga khas Indonesia, musik khas Indonesia, serta cita rasa makanan dan minuman khas Indonesia. Pada 2009, perusahaan melakukan program peremajaan untuk armada-armada lama.

#### 4. Hambatan Garuda Indonesia dalam Menciptakan Kepuasan Konsumen Anggota Garuda Frequent Flyer Silver

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti, elemen-elemen utama yang dapat diterapkan pada program Garuda Frequent Flyer dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu kualitas dan diskonfirmasi.

Berdasarkan penelitian ini, maka diharapkan PT. Garuda Indonesia harus terus mengontrol variabel afeksi positif, afeksi negatif kualitas dan diskonfirmasi. Pada afeksi negatif aspek yang perlu diperhatikan yaitu masih cenderungnya pelanggan merasa khawatir dan takut mengalami hal-hal buruk selama penerbangan harus segera dihilangkan oleh pihak Garuda Indonesia dengan cara mengedepankan segi *safety* yang tinggi bertaraf internasional sehingga pada akhirnya pelanggan merasa yakin terhadap keselamatan penerbangan sehingga dapat meredakan afeksi negatif dari diri pelanggan. Pada aspek kualitas pelayanan masih ada yang dapat dimaksimalkan yaitu segi hiburan dan makanan yang disajikan selama penerbangan. Jika hal ini dapat dimaksimalkan lagi oleh pihak Garuda maka tentunya kepuasan pelanggan yang diperoleh akan lebih tinggi lagi. Pada aspek diskonfirmasi perusahaan harus

selalu melakukan inovasi baru dan senantiasa mengevaluasi program-program layanan untuk meningkatkan nilai kepuasan pelanggan itu sendiri agar apa yang diterima atau dirasakan pelanggan akan jauh di atas pengharapan atau ekspektasi pelanggan.

Berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan, tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas kinerja atribut utama pelayanan Garuda Indonesia sudah baik, baik dari segi pelayanan, kinerja staff dan awak kabin, seragam awak kabin, hiburan dan makanan, bantuan dan kecakapan kerja para staff dan awak kabin yang diberikan selama penerbangan.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan konsumen pengguna jasa penerbangan Garuda pemegang kartu Garuda Frequent Flyer Silver mengungkapkan bahwa:

“Garuda Indonesia kini dapat berkembang dengan baik, dengan melakukan perbaikan kualitas secara menyeluruh memberikan *excellent service* bagi seluruh penumpang sehingga visi Garuda Indonesia untuk menjadi perusahaan penerbangan yang handal dengan menawarkan layanan yang berkualitas kepada masyarakat dunia menggunakan keramahan Indonesia dapat diwujudkan.”

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti maka Garuda Indonesia memiliki kelemahan (*weakness*) dilihat

dari faktor internal perusahaan seperti adanya faktor teknis dan *flight operations* seperti keterbatasan jumlah *cockpit* dan *cabin crew* sehingga menyebabkan keterlambatan penerbangan.

Berdasarkan penelitian jika dilihat dari faktor eksternal perusahaan Garuda Indonesia memiliki peluang (*opportunities*) seperti telah dikeluarkannya Garuda Indonesia dari daftar perusahaan penerbangan yang dilarang terbang di kawasan Eropa yang menyebabkan semakin terbukanya kesempatan untuk mewujudkan pengembangan jaringan penerbangan internasional jarak jauh. Indonesia merupakan salah satu pasar penerbangan udara yang memiliki pertumbuhan yang pesat.

Dibalik peluang yang muncul, peneliti melihat adanya ancaman (*threats*) berdasarkan faktor eksternal perusahaan Garuda seperti adanya faktor fasilitas bandara yang merupakan faktor yang tidak dapat dikontrol ketika menghambat ketepatan waktu penerbangan (*On Time Performance/OTP*), seperti landasan pacu/*runway* yang terbatas. Kemudian adanya bencana alam seperti letusan gunung merapi, wabah penyakit dan sebagainya yang dapat mengakibatkan penurunan permintaan. Kemudian adanya peningkatan kapasitas, penurunan harga tiket dan semakin banyaknya rute

penerbangan baru yang dibuka oleh maskapai penerbangan lain.

## **5. Pengalaman Konsumen Anggota Garuda Frequent Flyer Silver dalam mendapatkan Pelayanan dari Garuda Indonesia**

Berdasarkan pengamatan peneliti, dalam keistimewaan pelayanan yang diberikan Garuda Indonesia Tersebut, maka sebagai member GFF Silver, penumpang akan memperoleh pengalaman penerbangan yang menguntungkan sehingga akan menjadi pelanggan setia Garuda Indonesia. Selain penumpang GFF Silver dapat menikmati keramahan layanan, penumpang juga memperoleh *Mileage* untuk dapat ditukarkan dengan penerbangan gratis atau kelas penerbangan yang lebih tinggi sesuai ketentuan yang berlaku pada sistem Garuda Indonesia.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan konsumen pengguna jasa penerbangan Garuda pemegang kartu Garuda Frequent Flyer Silver menyatakan bahwa:

“Member GFF Silver akan lebih merasa nyaman dan senang atas pelayanan yang diberikan ketika mendapat Award yang dapat dinikmati anggota keluarga atau rekan yang diberikan pelanggan. Semua keistimewaan yang didapatkan dan diberikan oleh Garuda Indonesia dengan keistimewaan masing-masing member

GFF dapat membuat penumpang tetap setia menggunakan Garuda dan juga perjalanan akan sangat menyenangkan. Selain itu, penumpang akan menambah member GFF mereka menjadi keanggotaan GFF selanjutnya karena Garuda Indonesia telah menciptakan pelayanan yang menyenangkan bagi penumpang atau pelanggan setianya.”

Berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan, fenomena yang pada penumpang dalam menjadi pengguna GFF Silver juga dikarenakan penumpang merasa nyaman dan merasa sesuai menggunakan Garuda. Karena sebelum menjadi pengguna jasa Garuda Indonesia, para penumpang terlebih dahulu banyak mencari informasi mengenai Garuda Indonesia, dan para penumpang mengetahui bahwa Garuda Indonesia merupakan Maskapai penerbangan pertama sebelum pesawat lainnya.

Berdasarkan pengamatan peneliti, tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas kinerja atribut utama pelayanan Garuda Indonesia sudah baik, baik dari segi pelayanan, kinerja staff dan awak kabin, seragam awak kabin, hiburan dan makanan, bantuan dan kecakapan kerja para staff dan awak kabin yang diberikan selama penerbangan.

Pada diskonfirmasi, perusahaan dinilai sudah mampu untuk memenuhi apa yang menjadi harapan pelangganya, hal ini

ditandai dengan banyaknya pelanggan yang merasa apa yang mereka rasakan dan yang diperoleh selama menggunakan layanan *Garuda Frequent Flyer (GFF)* sama dengan apa yang mereka harapkan. Namun hal ini akan lebih baik apabila diperhatikan, karena apabila ekspektasi pelanggan yang biasa-biasa saja tidak dikembangkan menjadi di atas harapan pelanggan maka perusahaan dapat dinilai tidak berkembang dan tidak melakukan perubahan guna untuk menambah nilai-nilai kepuasan yang tentunya nanti secara tidak langsung akan menjadi keuntungan baik bagi perusahaan sendiri maupun pada pelanggan.

#### **D. KESIMPULAN**

Berdasarkan data-data, pengamatan di lapangan, serta analisis yang peneliti lakukan, maka peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Bentuk pelayanan langsung dalam pelayanan tiket yang dilakukan oleh maskapai penerbangan Garuda Indonesia terhadap konsumen pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver* belum terlaksana secara maksimal.
2. Kepastian mendapatkan tiket dari maskapai penerbangan PT. Garuda Indonesia Kantor Cabang Pontianak

- kepada konsumen pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver* belum terlaksana sepenuhnya.
3. Pelayanan yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia Kantor Cabang Pontianak kepada konsumen pemegang kartu *Garuda Frequent Flyer Silver* belum terpenuhi seluruhnya.
  4. Adanya hambatan yang dihadapi pihak Garuda Indonesia sehingga belum maksimal menciptakan kepuasan konsumen anggota *Garuda Frequent Flyer Silver* dalam proses pelayanan tiket.
  5. Adanya pengalaman positif maupun pengalaman negatif yang dialami oleh konsumen pemegang kartu anggota *Garuda Frequent Flyer Silver* dalam pengurusan tiket pada maskapai penerbangan Garuda Indonesia sehingga menjadi motivasi bagi dinas dalam meningkatkan pelayanan

Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti juga telah mengamati perilaku dan sifat para konsumen pengguna jasa penerbangan Garuda pemegang kartu anggota *Garuda Frequent Flyer Silver*. Dari pengamatan yang dilakukan, peneliti mengelompokkan bahwa terdapat tiga perilaku yang dimiliki oleh pemegang kartu anggota *Garuda Frequent Flyer Silver* Bandara Supadio Kota Pontianak

dalam melakukan pengurusan yang bisa diinterpretasikan atas tiga kelompok yaitu Kelompok Pasif, Kelompok Radikal, dan Kelompok Konservatif.

## E. REFERENSI

Ali, M. Faried. 2004. *Filsafat Administrasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Badan Pusat Statistik Kota Pontianak. 2014. *Kota Pontianak dalam Angka 2014*. Akses data pada email: <http://pontianakkota.bps.go.id/publikasi/2014/kpda2014/index.html> diunduh pada tanggal 31 Agustus 2014 jam 05.20 WIB.

Basrowi, Sukidin. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*. Surabaya: Insan Cendekia.

Bogdan., dan Biklen. 2008. *Karakteristik Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.

Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Frenada Media Group.

Creswell, John W. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design*. California: Sage Publication.

Daft. 2003. *Pengertian Manajemen*. Amerika: Saddle River.

Denzin, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln. 2007. *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.

Denzin, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Emzir. 2008. *Karakteristik Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Garuda Indonesia. 2007. *Laporan Tahunan (Annual Report) Garuda Indonesia 2007: Building Foundation for Growth*. Jakarta: Garuda Indonesia.
- Garuda Indonesia. 2008. *Laporan Tahunan (Annual Report) Garuda Indonesia 2008*. Jakarta: Garuda Indonesia.
- Garuda Indonesia. 2013. *Colours The Magazine of Garuda Indonesia*. Jakarta: Garuda Indonesia.
- Garuda Indonesia. 2013. *Panduan Keanggotaan Garuda Frequent Flyer*. Jakarta: Garuda Indonesia.
- Garuda Indonesia. 2014. *Colours The Magazine of Garuda Indonesia*. Jakarta: Garuda Indonesia.
- Garuda Indonesia The Airlines of Indonesia. 2015. *Garuda Indonesia dan Sky Team*. Akses data pada email: <http://www.garuda-indonesia.com/id/id/news-and-events/skyteam/index.page?> diunduh pada tanggal 1 Mei 2014 jam 21.12 WIB.
- Gregory, Djailani. 1998. *Teknik dan Pengumpul Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Gussinyo. 2011. *Indonesia di Urutan Keenam Pangsa Penerbangan Internasional*. Akses data pada email: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?p=84026288> diunduh pada tanggal 1 Mei 2014 jam 16.13 WIB.
- Human Capital Management Garuda Indonesia. 2014. *Garuda Indonesia Employee Guidance*. Jakarta: Garuda Indonesia.
- Jerry, Fitz Gerald, Ardra F. Fitz Gerald, dan Warren D. Stallings. 1981. *Konsep Dasar Sistem: Fundamentals of Systems Analysis*. Yogyakarta: Terjemahan Jogyanto.
- Liputan 6. 2012. *Asia Terbang Menuju Puncak Industri Penerbangan Dunia*. Akses data pada email: <http://news.liputan6.com/read/377304/asia-terbang-menuju-puncak-industri-penerbangan-dunia> diunduh pada tanggal 1 Mei 2014 jam 16.50 WIB.
- Majalah Kementerian Perhubungan Trans Media. 2012. *Pasar Penerbangan Bergeser dari Atlantik ke Asia Pasifik*. Akses data pada email: [http://dephub.go.id/files/media/newsletter/t\\_ransed.5.pdf](http://dephub.go.id/files/media/newsletter/t_ransed.5.pdf) diunduh pada tanggal 1 Mei 2014 jam 14.36 WIB.
- Maliki, Zainuddin. 2003. *Narasi Agung: Tiga Teori Sosial Hegemonik*. Surabaya: Lembaga Pengkajian Agama dan Masyarakat (LPAM).
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Panglima, Hamid. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Pasolog, Harbani. 2010. *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Plunket. 2005. *Manajemen dan Pengertian Manajemen*. Akses data pada email: <http://www.blogspot.com> diunduh pada tanggal 20 Januari 2013 jam 10.00 WIB.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ritzer, George dalam Alimandan. 1985. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: Rajawali.
- Riyanto, Geger. 2009. *Peter L Berger: Perspektif Metateori Pemikiran*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.

Satori, Djam'an dan Aan Komariah. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Seiddel., dan Moleong. 2006. *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Siagian, Sondang P. 2001. *Kerangka Dasar Ilmu Administrasi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Silalahi, Ulbert. 1989. *Studi Tentang Ilmu Administrasi: Konsep, Teori, dan Dimensi*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.

Suwarto., dan Akhmad Ashari. 2011. *Standard Operating Procedure Ground Handling Agreement*. Pontianak: Garuda Indonesia

Veeger, K. J. dalam K. Bertens dan A. A. Nugroho. 1986. *Realitas Sosial: Refleksi Filsafat Sosial atas Hubungan Individu-Masyarakat dalam Cakrawala Sejarah Sosiologi*. Jakarta: Gramedia.

Wirawan. 2012. *Teori-Teori Sosial dalam Tiga Paradigma*. Jakarta: Kencana Prenada.

Widiyanti, Ninik. 1988. *Administrasi Sebagai Kebutuhan Masyarakat Modern*. Jakarta: Bina Aksara.

Zeithamil., dan Bitner. 1996. *Lima Dimensi Penilaian Konsumen*. Akses data pada email: <http://nurmanali.blogspot.com> diunduh pada tanggal 2 Maret 2013 jam 10.00 WIB.



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH / PUBLIKASI  
 KARYA ILMIAH UNTUK JURNAL ELEKTRONIK MAHASISWA

Sebagai sivitas akademika Universitas Tanjungpura, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama Lengkap : Dani. Zulfikar  
 NIM / Periode lulus : E0110902  
 Tanggal Lulus : 24-08-2016  
 Fakultas/ Jurusan : ISIP / Ilmu Adm. Negara  
 Program Studi : IAN  
 E-mail address/ HP : DANNYXV.DK@gmail.com / 082154698927

demi pengembangan ilmu pengetahuan dan pemenuhan syarat administratif kelulusan mahasiswa (S1), menyetujui untuk memberikan kepada Pengelola Jurnal Mahasiswa *Publika*\*) pada Program Studi *Ilmu Adm. Negara* Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura, Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul\*\*):

*Dinamika Pelayanan Penerbangan Garuda Di Pontianak*  
*Study Fenomenologi Tentang Pelayanan kepada konsumen pengguna jasa*  
*penerbangan Garuda sebagai pemegang kartu Garuda President Flyers*  
*Silver pada kantor cabang PT. Garuda Indonesia di kota Pontianak, Kalimantan*  
 beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, Pengelola Jurnal berhak menyimpan, mengalih-media/ format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/ mempublikasikannya di Internet atau media lain):

- Secara *fulltex*  
 *content* artikel sesuai dengan standar penulis jurnal yang berlaku.

untuk kepentingan akademis tanpa tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Pengelola Jurnal, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.



Mengetahui/ disetujui  
 Pengelola Jurnal  
*[Signature]*  
 Dr. Gordi. M. AB  
 NIP. 392.09.05.2002121003

Dibuat di : Pontianak  
 Pada tanggal : 21-2-2017  
*[Signature]*  
 DANI ZULFIKAR  
 NIM. E0110902

Catatan :  
 \*tuliskan nama jurnal sesuai prodi masing-masing  
 (*Publika/Governance/Aspirasi/Sociodev/Sosiologique*)

Setelah mendapat persetujuan dari pengelola Jurnal, berkas ini harus di scan dalam format PDF dan dilampirkan pada step4 upload supplementary sesuai proses unggah penyerahan berkas (submission author)