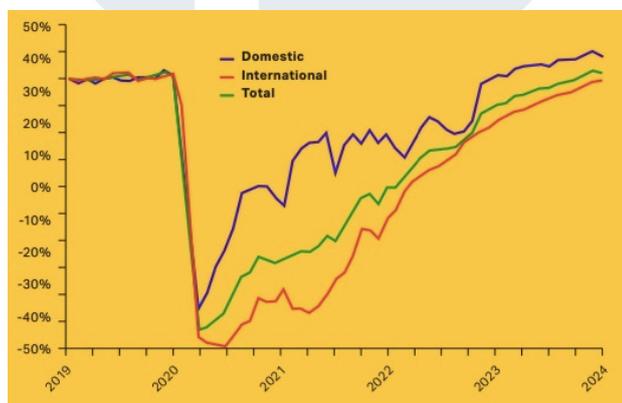


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri penerbangan global terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan seiring meningkatnya mobilitas masyarakat dunia, baik untuk keperluan bisnis, pariwisata, maupun ibadah (Statista, 2024). Menurut data dari International Air Transport Association (IATA), jumlah penumpang pesawat secara global mencapai lebih dari 4,5 miliar pada tahun 2023, meningkat sebesar 94,1% dibandingkan tahun sebelumnya. Angka ini mencerminkan tren pemulihan dan pertumbuhan industri pasca pandemi COVID-19 (IATA, 2024).



Gambar 1.1 Jumlah Penumpang Domestik dan Internasional Secara Global Tahun 2019–2024
Sumber Gambar: IATA (2024)

Dalam kondisi tersebut, persaingan antar maskapai menjadi semakin ketat. Maskapai tidak lagi cukup hanya menawarkan harga bersaing dan jangkauan rute yang luas, tetapi juga dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan terbaik kepada pelanggan. Salah satu aspek pelayanan yang paling menentukan pengalaman pelanggan adalah peran dari *customer service*.

Customer service merupakan tumpuan utama dalam membentuk kesan pertama dan menjadi representasi langsung dari identitas perusahaan. Peran mereka bukan sekadar memberikan informasi atau menangani keluhan teknis, tetapi juga menciptakan hubungan yang komunikatif, empatik, dan penuh perhatian dengan penumpang. Petugas *customer service* harus mampu menjawab pertanyaan dengan akurat, menyelesaikan masalah dengan cepat, serta memberikan pengalaman layanan yang menyenangkan bagi pelanggan. Dalam konteks industri yang sangat kompetitif, pelayanan yang diberikan oleh *customer service* menjadi pembeda penting yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan jangka panjang.

Emirates Airline sebagai salah satu maskapai penerbangan internasional terbesar yang berbasis di Dubai, memahami pentingnya aspek ini. Pada tahun 2024, Emirates melayani lebih dari 51 juta penumpang dan mengoperasikan lebih dari 3.600 penerbangan per minggu ke lebih dari 150 destinasi di enam benua (Emirates Group Annual Report, 2024). Maskapai ini dikenal tidak hanya karena keunggulan fasilitas kabin dan armadanya, tetapi juga karena kualitas layanan pelanggannya yang dinilai sangat tinggi. Emirates meraih berbagai penghargaan internasional, termasuk peringkat keempat sebagai maskapai terbaik dunia versi Skytrax World Airline Awards 2023. Pengakuan ini tidak terlepas dari profesionalisme dan dedikasi para petugas *customer service* yang bekerja secara langsung menangani kebutuhan penumpang.

Selama menjalani kegiatan magang di bagian *customer service* Emirates di Jakarta, penulis melihat langsung bagaimana pelayanan diberikan secara profesional, cepat, dan ramah. Banyak penumpang yang merasa puas dan menyampaikan *compliment* secara langsung kepada petugas, karena merasa dilayani dengan penuh perhatian dan empati. Tidak sedikit pula *feedback* positif yang masuk melalui kolom ulasan di website resmi Emirates. Pengalaman-pengalaman ini menunjukkan bahwa pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan dan kenyamanan pelanggan benar-benar memberikan dampak yang nyata dan positif. Para petugas *customer service* tidak hanya memberikan solusi, tetapi juga

menciptakan perasaan aman dan dihargai bagi penumpang, yang pada akhirnya membangun loyalitas mereka terhadap maskapai.

Keberadaan kantor layanan Emirates di Jakarta juga menjadi salah satu kekuatan tambahan. Di saat beberapa maskapai lain telah menutup kantor fisik mereka dan mengandalkan sistem berbasis *chatbot* atau kecerdasan buatan (AI), Emirates justru tetap mempertahankan layanan tatap muka. Langkah ini disambut baik oleh banyak penumpang, karena mereka dapat menyampaikan keluhan, permintaan, maupun kendala secara langsung dan ditangani langsung petugas *customer service*, bukan sistem otomatis. Adanya hal ini memberikan rasa nyaman dan kepercayaan lebih, karena pelanggan merasa benar-benar didengarkan dan dilayani secara personal. Tidak jarang, para petugas *customer service* Emirates di Jakarta menerima ucapan terima kasih dan pujian langsung dari pelanggan atas bantuan yang mereka berikan. Fenomena ini menjadi bukti konkret bahwa pendekatan yang humanis dan responsif masih sangat dibutuhkan di tengah perkembangan teknologi.

Selain itu, *feedback* yang masuk, baik secara langsung maupun melalui kanal digital menjadi aspek penting dalam evaluasi kualitas layanan. Dari berbagai *feedback* tersebut, manajemen dapat meninjau efektivitas prosedur pelayanan, melakukan peningkatan di titik-titik kritis, dan menyesuaikan pendekatan komunikasi sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Hal ini menjadi fondasi penting dalam mempertahankan reputasi perusahaan di tengah dinamika industri penerbangan yang terus berubah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, laporan ini disusun untuk menggali lebih dalam bagaimana peran *customer service* di Emirates Airline berkontribusi dalam membangun loyalitas penumpang internasional, serta bagaimana strategi layanan yang diterapkan mampu menjawab tantangan dan kebutuhan pelanggan secara efektif dan berkelanjutan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1. Menerapkan ilmu dan teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara dalam dunia kerja nyata.
2. Memperoleh pemahaman langsung mengenai peran dan tanggung jawab *customer service ticketing* di Emirates Airline.
3. Meningkatkan pengetahuan, kemampuan teknis, serta pengalaman profesional dalam bidang pelayanan pelanggan dan sistem ticketing maskapai internasional.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

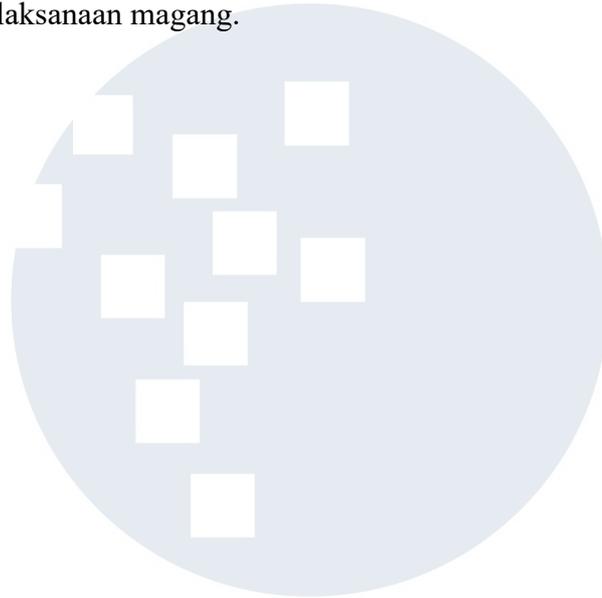
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Universitas Multimedia Nusantara mewajibkan setiap mahasiswa untuk mengikuti program magang dengan total durasi 640 jam kerja sebagai bagian dari kurikulum akademik. Penulis melaksanakan magang pada posisi Customer Service Sales and Agent yang dimulai pada 03 Februari 2025 dan berakhir pada 02 Juni 2025. Kegiatan ini bertempat di Sequis Tower, Jl. Jenderal Sudirman Street No.Kav. 71 Ground Floor, Senayan, Kec. Kby. Baru, Jakarta, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12190. Jam kerja ditetapkan setiap hari kerja, yakni Senin hingga Jumat, tidak termasuk hari libur nasional dan mulai pukul 08.00 WIB hingga 17.00 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

- 1) Pada bulan Januari 2024, penulis resmi memulai aktivitas kerja di perusahaan Emirates sebagai Customer Service Sales and Agent.
- 2) Selanjutnya, penulis mengikuti kegiatan pembekalan secara daring melalui *zoom meeting* yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, terkait program MSIB Kampus Merdeka.

- 3) Sebagai bagian dari proses administratif, penulis mengajukan regulasi magang kepada pihak kampus dengan mengisi dan menyerahkan formulir MBKM-01 dan MBKM-02.
- 4) Setelah itu, penulis melanjutkan proses dengan mengisi formulir MBKM-03 yang memuat rincian tugas harian (*daily task*) selama pelaksanaan magang.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA