

BAB I

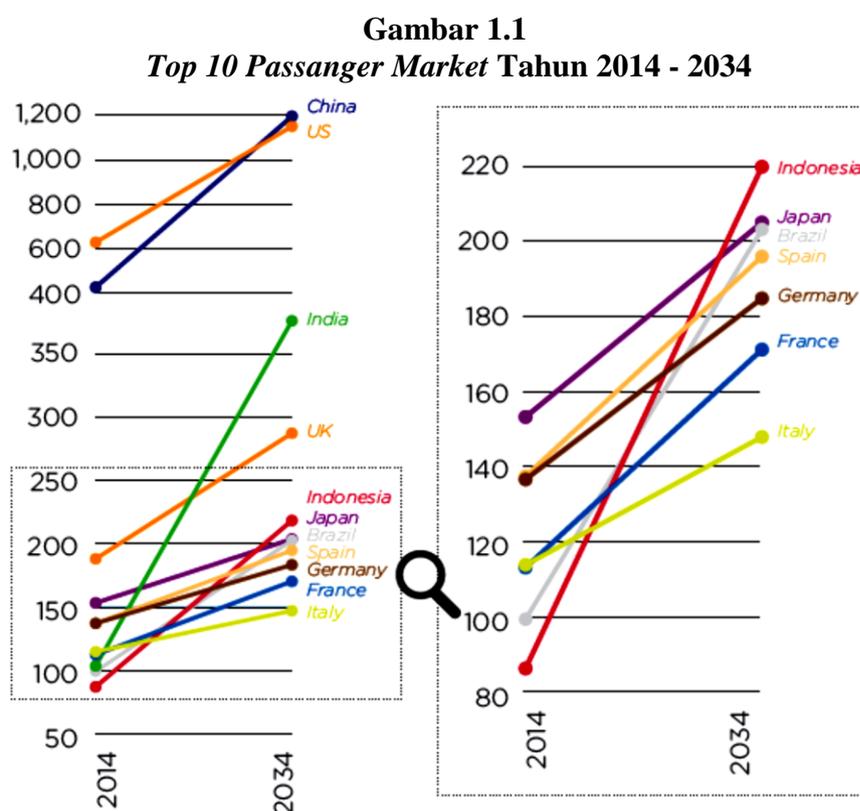
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi dan perdagangan bebas terus mengubah lingkungan bisnis dan meningkatkan persaingan global. Dalam lingkungan bisnis saat ini, untuk tetap kompetitif dan memberikan pengembalian keuangan yang memuaskan kepada pemilik dan pemegang saham, manajer sangat bergantung pada seberapa efektif mereka dapat mengatasi perubahan yang berkelanjutan dan tak terduga. Kemampuan untuk merespons dengan cepat dan efektif (kompetisi berbasis waktu) dan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan telah menjadi karakteristik yang menentukan daya saing dan kesuksesan bagi banyak perusahaan (Gursoy dan Swanger, 2007).

Hal tersebut memberikan dampak positif terhadap industri penerbangan internasional maupun domestik. *International Air Transport Association (IATA)* menyatakan di tahun 2017, trafik penumpang pesawat udara internasional naik 7,9% dimana kenaikan tersebut didorong oleh kenaikan pertumbuhan penumpang pesawat udara yang signifikan di kawasan Asia Pasifik dan Amerika Latin (*IATA Annual Review, 2016: 43*). Berdasarkan Gambar 1.1, IATA juga memperkirakan jumlah penumpang angkutan udara global akan mencapai 7,8 miliar di tahun 2036, meningkat dua kali lipat dari perkiraan jumlah tahun 2016 dimana China diperkirakan akan menduduki posisi pertama (*Ist*) kemudian diikuti oleh Amerika

Serikat (2nd), India (3rd) dan Indonesia (4th) dalam hal dalam jumlah penumpang angkutan udara terbesar di dunia (IATA Annual Review, 2016: 43).



Million O-D passenger journeys (to, from, and within)

Sumber: IATA Annual Review (2016)

Satu hal yang merupakan prasyarat untuk dapat mengatasi tantangan yang ada dan memanfaatkan peluang bisnis yang timbul adalah meningkatkan daya saing. Daya saing strategi dicapai jika sebuah perusahaan berhasil merumuskan serta menerapkan suatu strategi yang tepat. Saat ini perusahaan-perusahaan berusaha untuk meningkatkan daya saingnya dengan membangun dan bersama-sama mencari sumber-sumber baru teknologi dan keterampilan yang dapat membawa

pada pembentukan struktur baru perusahaan (Hamel, 1998; Prahalad dan Hamel, 1990).

Konsep keunggulan bersaing perusahaan banyak dikembangkan dari strategi generik yang dikemukakan Porter (1985). Ajaran Porter tentang strategi generik untuk keunggulan bersaing terdiri dari keunggulan biaya, differensiasi dan fokus kepada pelanggan masih relevan untuk tetap digunakan. Keunggulan bersaing adalah jantung kinerja perusahaan dalam pasar bersaing. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi pembelinya. Bila perusahaan kemudian mampu menciptakan keunggulan melalui salah satu dari ketiga strategi generik yang dikemukakan oleh Porter tersebut, maka akan didapatkan keunggulan bersaing (Aaker, 1989).

Day & Wensley (1988) menyatakan bahwa keunggulan bersaing merupakan bentuk-bentuk strategi untuk membantu perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. Pendapat tersebut didukung oleh Ferdinand (2003) yang menyatakan bahwa pada pasar yang bersaing, kemampuan perusahaan menghasilkan kinerja, terutama kinerja keuangan, sangat bergantung pada derajat keunggulan kompetitifnya. Keunggulan bersaing berkelanjutan merupakan strategi perusahaan untuk mencapai tujuan akhirnya, yaitu kinerja yang menghasilkan keuntungan tinggi. Artinya, keunggulan bersaing berkelanjutan bukanlah tujuan akhir, tetapi merupakan sarana untuk mencapai tujuan akhir perusahaan, yaitu meningkatkan kinerja perusahaan.

Keunggulan kompetitif dapat dibangun melalui upaya mencapai strategi kompetitif seperti tanggung jawab social perusahaan, dan strategi pelanggan

seperti manajemen hubungan pelanggan, dan memberikan layanan yang terbaik, kualitas tinggi, kepemimpinan biaya, dan diferensiasi (El-Garaihy et al., 2014). Perusahaan perlu mendefinisikan bisnisnya sebagai fungsi dari pelanggan (*customer*) yang mencoba untuk memuaskan pelanggan dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Mendefinisikan bisnisnya dengan baik bagi perusahaan tergantung pada masing-masing kemampuan unik yang dimiliki perusahaan dan bagaimana perusahaan mengembangkan kemampuannya dalam cara yang sebaik mungkin dalam memperoleh keunggulan bersaing (Levitt, 1991). Seperti yang disarankan dalam *Service-Profit Chain* (Heskett et al., 1997), karyawan dengan kondisi lingkungan kerja internal yang unggul cenderung mengarah pada karyawan yang puas yang loyal kepada perusahaan dan mampu memberikan pelanggan dengan pengalaman layanan yang sangat baik. Pelanggan akan mengenali dan menilai layanan luar biasa yang ditawarkan kepada mereka. Seiring waktu, mereka akan menunjukkan perilaku loyalitas, seperti pembelian berkelanjutan dan rujukan yang meningkat. Perilaku loyalitas ini akan menghasilkan pangsa pasar dan peningkatan profitabilitas untuk perusahaan jasa (Heskett et al., 1997).

Service-Profit Chain (Heskett et al., 1997) dikembangkan dari analisis perusahaan jasa dengan tujuan menghubungkan investasi sumber daya operasional dengan hasil pemasaran, operasional, dan keuangan. *Service-Profit Chain* menggabungkan tiga aliran penelitian yang berbeda namun sangat terkait: siklus kemampuan karyawan, persamaan kualitas / nilai pelanggan, dan siklus loyalitas pelanggan. Siklus kemampuan karyawan mengambil perspektif sumber daya

manusia pada hubungan antara kepuasan karyawan, pergantian karyawan, dan produktivitas. Persamaan kualitas/ nilai menggambarkan bagaimana pelanggan memahami dan menilai penawaran layanan. Siklus loyalitas pelanggan menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan bagaimana keduanya memainkan peran penting dalam menentukan hasil keuangan (Loveman, 1998; Loveman dan Heskett, 1999). Seperti yang disarankan oleh Heskett et al. (1994), *Service-Profit Chain* membangun hubungan antara profitabilitas, loyalitas dan kepuasan pelanggan, dan kepuasan karyawan, loyalitas dan produktivitas. Model ini mengusulkan agar laba dan pertumbuhan dirangsang terutama oleh loyalitas pelanggan, yang merupakan akibat langsung dari kepuasan pelanggan. Kepuasan sebagian besar dipengaruhi oleh berbagai layanan yang diberikan kepada pelanggan, yang diciptakan oleh karyawan yang puas, loyal, dan produktif.

Heskett et al. (1994) juga berpendapat bahwa *Service-Profit Chain* juga dapat didefinisikan jenis kepemimpinan khusus yang menekankan pentingnya setiap karyawan dan pelanggan. Keterlibatan karyawan telah muncul sebagai pendorong penting keberhasilan perusahaan dalam bisnis kompetitif modern lingkungan menuju keunggulan kompetitif (Oketch & Rotich, 2016). Macey & Schneider (2008) menyatakan bahwa keterlibatan karyawan adalah kekuatan ilusif yang mempengaruhi tingkat kinerja karyawan di suatu perusahaan. Dengan demikian, keterlibatan karyawan adalah kondisi yang diinginkan yang memiliki tujuan perusahaan dan untuk mewujudkan tujuan individu dan perusahaan. Oleh karena itu, kepuasan dan stabilitas karyawan tidak cukup untuk menjalin

hubungan penting antara kinerja individu dan hasil bisnis yang positif; hal tersebut harus diperluas untuk memasukkan konsep keterlibatan karyawan (Sanchez & Maccauley, 2006). Karyawan yang terlibat dalam pekerjaan mereka dan berkomitmen pada perusahaan mereka memberi perusahaan keunggulan kompetitif yang signifikan seperti produktivitas yang lebih tinggi dan pergantian karyawan yang lebih rendah. Seperti yang disarankan oleh *Service-Profit Chain* yang memberikan karyawan dengan lingkungan kerja internal yang unggul cenderung mengarah pada karyawan yang puas yang loyal kepada perusahaan dan mampu memberikan pelanggan dengan pengalaman layanan yang sangat baik. Pelanggan akan mengenali dan menilai layanan luar biasa yang ditawarkan kepada mereka. Seiring waktu, mereka akan menunjukkan perilaku loyalitas, seperti pembelian berkelanjutan dan peningkatan referensi. Perilaku loyalitas ini akan menghasilkan pangsa pasar dan peningkatan profitabilitas untuk perusahaan jasa (Heskett et al., 1994).

Pemeriksaan yang teliti terhadap model mendukung argumen bahwa karyawan yang puas cenderung memberikan layanan yang lebih baik, yang cenderung menghasilkan pengalaman layanan yang memuaskan bagi pelanggan mereka, dan kinerja keuangan yang lebih baik bagi perusahaan (Ostroff & Bowen, 2000; Heskett et al., 1994). Akhirnya, keberhasilan perusahaan jasa seringkali tergantung pada kinerja lini depannya karyawan (Chung & Schneider, 2002; Hartline & Ferrell, 1996; Singh, 2000) sebagai perilaku penyedia layanan garis depan sangat penting untuk evaluasi layanan pelanggan kualitas. Ini bisa menjadi

sumber penting keunggulan kompetitif karena sumber daya manusia berkinerja tinggi lebih sulit untuk ditiru oleh pesaing daripada perusahaan lainnya sumber.

Menghadapi persaingan yang semakin kompleks, beberapa perusahaan segera mentransformasikan bisnisnya. PT. Angkasa Pura 1 (Persero) misalnya, mulai tahun 2019 melakukan perubahan bisnis secara mendasar, dimana PT. Angkasa Pura 1 (Persero) menggariskan visi dan misi baru yang mempertegas upaya mereka dalam melakukan migrasi bisnisnya dari “*Becoming the top ten airport management company in Asia.*” menjadi “*Connecting the world beyond airportoperator with Indonesian experience*”. yang memiliki tujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia dan mencapai profitabilitas di atas rata-rata global dengan membangun konektivitas dan mengoptimalkan pertumbuhan trafik angkutan udara melalui kapasitas yang memadai serta mengutamakan kenyamanan pelanggan.

Dalam rangka mencapai visi perusahaan serta menjamin keselarasan perencanaan tingkat korporasi dan pelaksanaan operasional perusahaan. Menurut Hill & Jones (2008) *level strategic management* dibagi menjadi tiga tingkatan yaitu *Corporate Strategy*, *Business Strategy*, dan *Functional Strategy*. *Corporate strategy* merupakan strategi utama yang menggambarkan sasaran pokok di dalam arah perencanaan perusahaan secara keseluruhan. Kemudian diturunkan ke dalam *business strategy* dan *functional strategy* sebagai *guidance* untuk merealisasikan target utama dalam rangka mendukung pencapaian visi perusahaan.

Gambar 1.2
Strategi RJPP 2019-2023 PT. Angkasa Pura 1 (Persero)



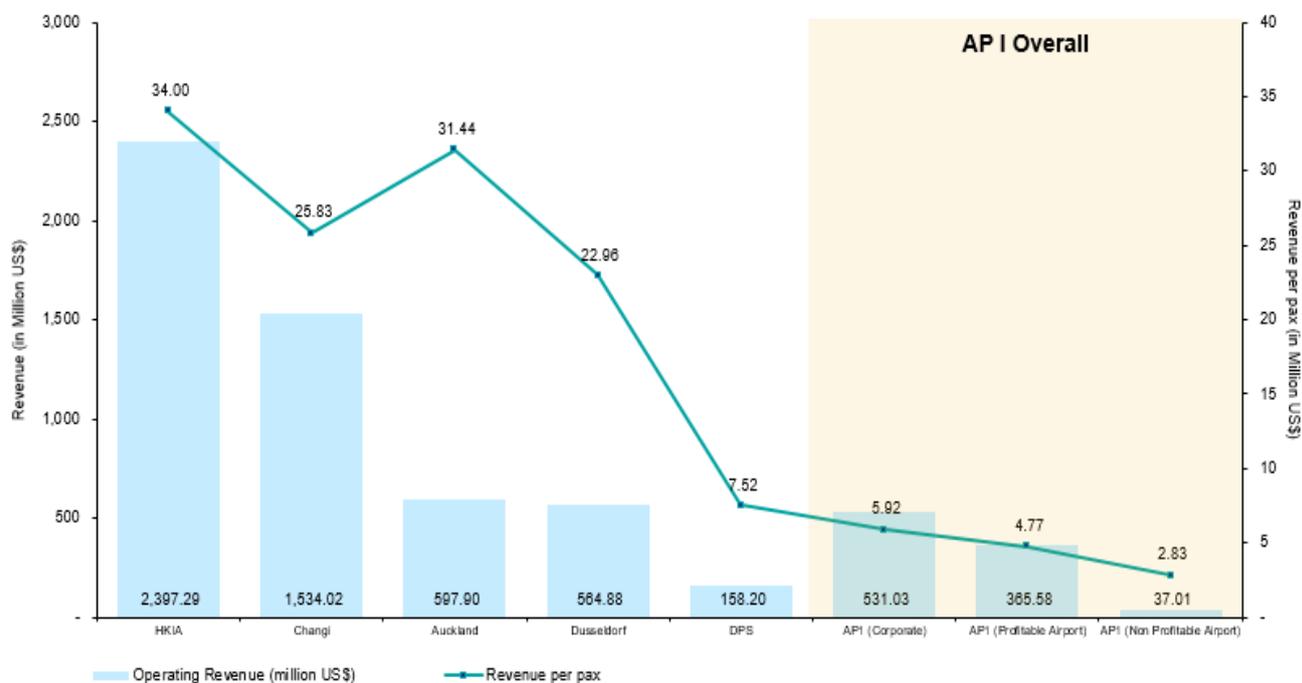
Sumber: RJPP Tahun 2019-2023 PT Angkasa Pura 1 (Persero) (2018)

Berdasarkan Gambar 1.2, bagian atas pada diagram strategi merupakan arah perusahaan lima tahun kedepan yang dijabarkan dalam kalimat Visi perusahaan yang baru yaitu “*Connecting the world beyond airport operator with Indonesian experience*”. Untuk mencapai Visi tersebut, perusahaan menetapkan 3 komponen terukur yang harus dicapai, antara lain: *Capturing potential traffic with sufficient capacity; Profitable return & margin above global average; Achieve ASQ score above global average for every airport within relevant categories.* Adapun target di tahun 2023 yaitu jumlah trafik penumpang angkutan udara lebih dari 130 juta penumpang, pendapatan perusahaan mencapai Rp 24 triliun,

EBITDA margin melebihi 50% dan skor ASQ bandar udara di atas rata-rata global sesuai dengan kategori jumlah penumpang di masing-masing bandar udara.

Business strategy PT. Angkasa Pura 1 (Persero) adalah untuk meningkatkan pertumbuhan *traffic* dan memaksimalkan pendapatan. Dalam konteks kinerja keuangan perusahaan, *performance* merupakan tolak ukur kinerja keuangan perusahaan yang dihasilkan dari keputusan manajemen (Carton, 2004). Penelitian yang dilakukan oleh Keisidou *et al.* (2013) menunjukkan bahwa kinerja keuangan mampu diukur melalui 3 indikator, yakni: *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM).

Gambar 1.3
Benchmark Revenue dan Revenue per Pax PT. Angkasa Pura I (Persero) dengan Bandar Udara Global Tahun 2017



Sumber: RJPP Tahun 2019-2023 PT Angkasa Pura 1 (Persero) (2018)

Berdasarkan Gambar 1.3 dari sisi *revenue per pax*, performa PT. Angkasa Pura 1 (Persero) mencapai USD 5.92 Milion masih sangat rendah dibawah HKIA sebesar USD 34 Milion, Changi Airport sebesar USD 25.83 Milion, Auckland Airport sebesar USD 31.44 Milion dan Dusseldorf Airport sebesar USD 22.96 Milion. Jika dibandingkan dengan bandar udara global, terutama di Asia Pasifik, faktanya posisi PT. Angkasa Pura 1 (Persero) masih jauh dibawah rata-rata yaitu sebesar USD 26 Milion.

Tabel 1.1
Rasio Keuangan Tahun 2013-2017 PT Angkasa Pura 1 (Persero)

Keterangan	2017	2016	2015	2014	2013	Description
RASIO KEUANGAN / FINANCIAL RATIOS						
RENTABILITAS						RENTABILITY
Rasio Laba Operasi	26.24%	26.87%	24.65%	27.59%	23.58%	Operating Profit Ratio
Laba Terhadap Aset	5.67%	4.90%	5.04%	6.28%	5.20%	Return on Assets
Rasio Biaya Operasi	73.76%	73.13%	75.35%	72.41%	76.42%	Operating Cost Ratio
Rasio Laba Terhadap Ekuitas	10.60%	9.67%	7.63%	9.46%	6.81%	Profit on Equity Ratio
Rasio Laba Terhadap Pendapatan	19.74%	18.89%	16.04%	21.70%	21.06%	Profit on Income Ratio
LIKUIDITAS						LIQUIDITY
Rasio Lancar	138.17%	157.15%	114.24%	97.08%	84.08%	Current Ratio
Rasio Kas	97.14%	126.46%	64.56%	49.80%	27.87%	Cash Ratio
SOLVABILITAS						SOLVABILITY
Rasio Hutang Terhadap Aset	46.51%	49.31%	34.05%	33.59%	26.57%	Debt to Asset Ratio
Rasio Hutang Terhadap Modal	86.93%	97.27%	51.62%	50.57%	36.19%	Debt to Capital Ratio
Rasio Hutang Terhadap Aset Tetap	95.43%	67.23%	42.32%	40.92%	31.76%	Debt to Fixed Asset Ratio

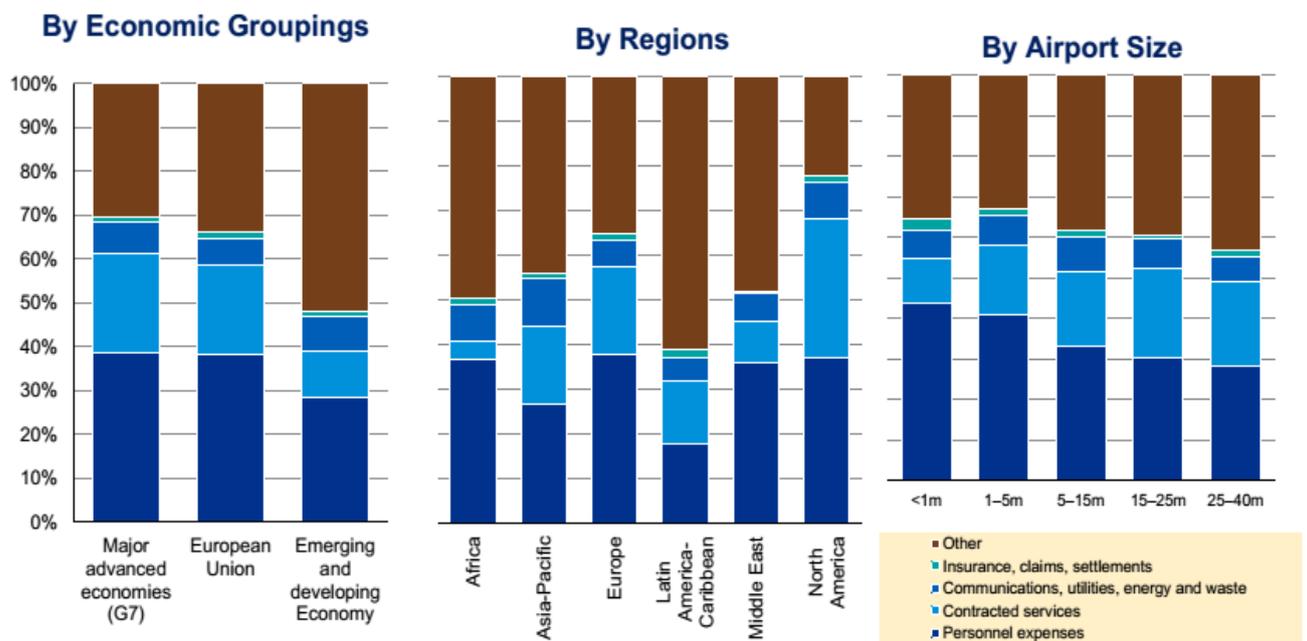
Sumber: *Annual Report* PT Angkasa Pura 1 (Persero) (2017)

Bahkan laporan keuangan PT. Angkasa Pura 1 (Persero) menunjukkan bahwa PT. Angkasa Pura 1 (Persero) mengalami fluktuasi dalam lima tahun terakhir. Berdasarkan Tabel 1.1, rasio laba operasi PT Angkasa Pura 1 (Persero)

mengalami fluktuasi dengan peningkatan pertumbuhan sebesar 2,22% ditahun 2016 sebesar 26,87% dan penurunan sebesar 0,63% di tahun 2017 sebesar 26,24%. Rasio laba terhadap *equitas* (ROE) dengan pertumbuhan tahun 2016 sebesar 9,67% meningkat sebesar 0,93% pada tahun 2017 menjadi 10,60%. Rasio laba terhadap aset (ROA) juga mengalami peningkatan tahun 2017 sebesar 0,77% menjadi sebesar 5,67% dibandingkan tahun 2016 sebesar 4,90%.

Beban operasi juga merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan manajemen dalam meningkatkan pendapatan usaha bandar udara. Berdasarkan analisa *benchmark* pasar grup ekonomi dan regional Gambar 1.4, distribusi beban operasional bandar udara global paling besar dipengaruhi oleh beban pegawai, seperti pada Bandar udara Uni Eropa yang hampir mencapai 40% dari total beban. Sementara berdasarkan kategori ukuran bandar udara, distribusi beban pegawai sudah melebihi 40% pada bandar udara dengan kategori penumpang dibawah 1 juta per tahun, begipun di PT Angkasa Pura 1 (Persero) Beban Pegawai menjadi beban tertinggi. (RJPP Tahun 2019-2023 PT Angkasa Pura 1 (Persero), 2018). Hal Ini bermula dari anggapan bahwa jika perusahaan memperlakukan karyawan mereka baik, karyawan pada gilirannya akan memberikan tingkat layanan yang lebih tinggi kepada pelanggan mereka (Grönroos, 1983). Karena itu, penting untuk memahami aspek garis depan peran karyawan yang dapat berkontribusi baik untuk meningkatkan kinerja maupun memperkuat posisi kompetitif perusahaan (Slåtten & Mehmetoglu, 2011).

Gambar 1.4
Benchmark Beban Operasi Perusahaan Jasa Pengelola Bandar Udara di Dunia



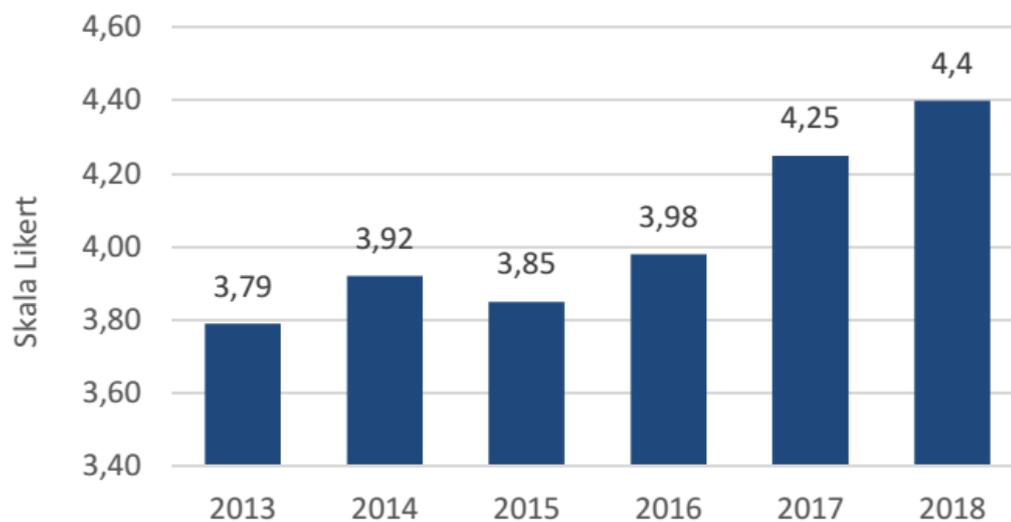
Sumber: RJPP Tahun 2019-2023 PT Angkasa Pura 1 (Persero) (2018)

Karena aset tidak berwujud perusahaan jasa berada di pengetahuan dan keterampilan karyawan, dan masa depan perusahaan sangat bergantung pada karyawan dan persepsi kualitas antar tindakan antara pelanggan dan karyawan, kepuasan karyawan dan retensi telah menjadi salah satu masalah paling kritis yang dihadapi industri jasa (Matzler dan Renzl, 2007). Di beberapa tahun terakhir, perusahaan jasa telah mengalokasikan sumber daya dengan signifikan untuk retensi karyawan karena sebagian besar profesional dan penelitian menunjukkan bahwa menurunkan pergantian karyawan kemungkinan akan berdampak signifikan pada *bottom-line*. literatur lebih lanjut menunjukkan bahwa retensi karyawan dan retensi pelanggan berkorelasi erat. Karyawan yang senang dan puas

dengan lingkungan kerja mereka lebih cenderung tinggal bersama perusahaan. Ini kemungkinan menghasilkan turnover yang lebih rendah dan karenanya kinerja keuangan yang lebih baik karena berkurangnya biaya penarikan dan melatih karyawan baru. Selanjutnya, penelitian menunjukkan karyawan yang puas cenderung memberikan layanan yang lebih baik, yaitu cenderung menghasilkan pengalaman layanan yang memuaskan bagi pelanggan mereka. Sebagai imbalannya, pengalaman layanan yang memuaskan ini untuk memiliki dampak signifikan pada bisnis dan pelanggan untuk pembelian berulang. Studi juga menunjukkan bahwa kemungkinan retensi pelanggan meningkatkan profitabilitas perusahaan karena mempertahankan yang sudah ada biaya pelanggan jauh lebih sedikit daripada menarik yang baru (Chi & Gursoy, 2009).

Business strategy PT. Angkasa Pura 1 (Persero) selanjutnya adalah meningkatkan *customer experience* melalui peningkatan *customer satisfaction index* (CSI). Kepuasan pelanggan adalah salah satu faktor terpenting untuk mengukur stabilitas pendapatan perusahaan dan sebagai indikator pertumbuhan kinerja perusahaan tersebut (Lilia Dvořáková et al, 2016). Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) diukur dengan menggunakan *customer satisfaction index* (CSI) berdasarkan barometer yang ditentukan (*customer satisfaction*) (Lilia Dvořáková et al, 2016). Sebagai pengelola bandara, PT Angkasa Pura 1 (Persero) secara rutin melaksanakan survei pengukuran indeks kepuasan pelanggan (*customer satisfaction index* atau CSI), baik yang bertaraf nasional oleh Indonesia *National Air Carrier Association* (INACA) maupun yang bertaraf internasional oleh *Airport Council International* (ACI).

Gambar 1.5
Realisasi *Customer Satisfaction Index*



Sumber: RJPP Tahun 2019-2023 PT Angkasa Pura 1 (Persero) (2018)

CSI merefleksikan persepsi tingkat kepuasan pelanggan atas fasilitas bandara dan pelayanan yang dinikmati selama berada di area bandara. Peningkatan kualitas layanan yang diukur melalui CSI menjadi indikasi adanya perbaikan kinerja, yang dibandingkan dengan kinerja bandara periode sebelumnya maupun dengan CSI bandara lain (*benchmarked airports*). Peningkatan CSI secara terus menerus menjadi tantangan bagi pengelola bandara. Berdasarkan Gambar 1.5, tingkat kepuasan pelanggan berfluktuasi dengan nilai terendah pada tahun 2013 sebesar 3,79 dan pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 0,15 point dari tahun 2017 menjadi 4,4. Hal ini menunjukkan konsistensi PT Angkasa Pura I (Persero) untuk terus melakukan usaha-usaha peningkatan pelayanan yang berarti untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan meskipun belum mencapai target CSI sebesar 4,60 (Annual Report PT Angkasa Pura 1 (Persero) Tahun 2017: 225).

Penelitian terdahulu terkait hubungan *employee engagement*, *customer satisfaction* dan *competitive advantage*, *financial performance* menjadi dasar pendukung dalam penelitian ini. Dalam penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki dampak signifikan positif pada kinerja keuangan (Bernhardt (2000), Christina & Gursoy (2009) & Riliang Qu (2014)). Kinerja perusahaan akan meningkat jika memiliki keunggulan bersaing pada perusahaan jasa, keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan (Phillips (1999), Prasetya et al (2007) & Hill & Gareth (2008)). Kepuasan pelanggan dan nilai pelanggan memberikan pengaruh signifikan terhadap persaingan keuntungan, dan diferensiasi adalah sumber utama keunggulan kompetitif sehingga kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan pada keunggulan kompetitif perusahaan (Jinsong et al. (2013), Mulyadi et al. (2016) & El-Garaihy et al. (2014)). Peningkatan kepuasan karyawan dan *Employee Engagement* dalam *Business-Unit-Level* dapat meningkatkan hasil unit bisnis, termasuk laba sehingga keterlibatan karyawan memiliki hubungan positif signifikan dengan kinerja keuangan dan keterlibatan pelanggan memiliki hubungan positif signifikan dengan kinerja keuangan (Harter et al. (2002) & Adarsh & Kumar (2017)). Ada hubungan positif antara keterlibatan karyawan dan keunggulan kompetitif yang menunjukkan bahwa regresi model yang digunakan signifikan pada tingkat kepercayaan 95% sehingga keterlibatan karyawan memiliki hubungan positif signifikan dengan keunggulan kompetitif (Ncube & Jerie (2012) & Oketch & Rotich (2016)).

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti semakin tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang bagaimana pengaruh *employee engagement* dan *customer satisfaction* dan *competitive advantage* terhadap *financial performance* PT. Angkasa Pura 1 (Persero) sebagai salah satu perusahaan pengelola jasa kebandarudaraan di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *employee engagement* berpengaruh terhadap *financial performance* PT. Angkasa Pura 1 (Persero)?
2. Apakah *employee engagement* berpengaruh terhadap *competitive advantage* PT. Angkasa Pura 1 (Persero)?
3. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *financial performance* PT. Angkasa Pura 1 (Persero)?
4. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *competitive advantage* PT. Angkasa Pura 1 (Persero)?
5. Apakah *competitive advantage* berpengaruh terhadap *financial performance* PT. Angkasa Pura 1 (Persero)?
6. Apakah *employee engagement* berpengaruh terhadap *financial performance* melalui *competitive advantage* PT. Angkasa Pura 1 (Persero)?
7. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *financial performance* melalui *competitive advantage* PT. Angkasa Pura 1 (Persero)?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh *employee engagement* terhadap *financial performance* PT. Angkasa Pura 1 (Persero).
2. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh pengaruh *employee engagement* terhadap *competitive advantage* PT. Angkasa Pura 1 (Persero)
3. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh pengaruh *customer satisfaction* terhadap *financial performance* PT. Angkasa Pura 1 (Persero).
4. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh pengaruh *customer satisfaction* terhadap *competitive advantage* PT. Angkasa Pura 1 (Persero).
5. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh pengaruh *competitive advantage* terhadap *financial performance* PT. Angkasa Pura 1 (Persero).
6. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh pengaruh *employee engagement* terhadap *financial performance* melalui *competitive advantage* PT. Angkasa Pura 1 (Persero).
7. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh pengaruh *customer satisfaction* terhadap *financial performance* melalui *competitive advantage* PT. Angkasa Pura 1 (Persero).

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap hasil penelitian ini berguna baik secara teoritis maupun praktis, yakni:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap literature kajian manajemen strategik, terutama yang berhubungan dengan peningkatan kinerja keuangan perusahaan (*financial performance*) terutama perusahaan dalam bidang jasa pengelolaan kebandarudaraan.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi bagi *stakeholders* dan pengambil kebijakan khususnya kebijakan yang berkenaan dengan upaya meningkatkan kinerja keuangan perusahaan (*financial performance*) dalam bidang jasa pengelolaan kebandarudaraan.