

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Indonesia adalah Negara kepulauan, maka membutuhkan banyak sarana transportasi untuk menunjang proses perdagangan, bisnis, dan segala transaksi maupun urusan antar pulau lainnya. Dahulu, sarana transportasi laut menjadi pilihan utama bagi masyarakat menengah ke bawah yang ingin melakukan perjalanan karena biayanya yang terjangkau. Sementara untuk masyarakat menengah ke atas, jalur udara dengan pesawat terbang menjadi pilihan karena mereka mengutamakan faktor kecepatan meskipun harganya lebih mahal dari pada sarana transportasi laut seperti kapal.

Sekarang semua kalangan bisa menikmati penerbangan udara dengan ongkos yang terbilang murah, sehingga masyarakat tentu akan memilih menggunakan pesawat yang dapat membawa mereka ke tempat tujuan dalam waktu lebih cepat juga dengan ongkos yang relatif sama. Misalnya, perjalanan Bus dari Jakarta ke Denpasar selama 24 jam membutuhkan biaya sebesar Rp 350.000. Sedangkan dengan pesawat, harga tiketnya ada yang menawarkan harga mulai dari Rp 269.000 dengan waktu tempuh 1,5 jam.

Pada kurun waktu 7 (tujuh) tahun terakhir ini, bermunculan maskapai-maskapai penerbangan (airlines) baru di Indonesia. Ini mengakibatkan tingkat persaingan menjadi semakin ketat baik dari aspek harga, produk, maupun pelayanan. Ketidakmampuan airlines untuk bersaing dalam aspek-aspek tersebut mengakibatkan airlines kehilangan pelanggannya. Beberapa maskapai yang telah bangkrut adalah Indonesia Airlines, Jatayu Airlines, Awair, Linus Airways, Star Air, Sempati Air, Bouraq Indonesia Airlines, Adam air, Mandala Airlines, dan

terakhir Batavia Air yang bangkrut pada 2013,(Okezone.com/Ekonomi). Maskapai-maskapai yang sampai saat ini beroperasi antara lain Garuda, Merpati Airlines, Lion Air, Wings Air, Sriwijaya, dan banyak lagi yang telah mengantongi ijin operasi namun belum aktif beroperasi.

Dengan banyaknya maskapai penerbangan yang ada, tentunya dibutuhkan upaya keras untuk tetap menjaga loyalitas konsumen. Hal tersebut dilakukan dengan memperbaiki maupun meningkatkan kualitas pelayanan (*service quality*). *service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan (Manulang: 2008).

Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan, konsekuensi atas pendekatan kualitas pelayanan suatu produk memiliki esensi penting bagi strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan. (Lupiyoadi & Hamdani, 2008: 181).

Ada dua komponen dasar dalam kualitas pelayanan, yakni kualitas teknis dan kualitas fungsional. Kualitas teknis adalah elemen pelayanan maskapai penerbangan yang mudah diukur secara objektif baik oleh konsumen maupun perusahaan sebagai penyedia jasa tersebut, misalnya lamanya keterlambatan pesawat ataupun ketepatan waktu keberangkatan. Sedangkan kualitas fungsional dapat berbentuk lingkungan tempat antri atau menunggu, pelayanan keterlambatan pesawat dan sejenisnya. Kualitas fungsional juga dapat sangat mempengaruhi penilaian konsumen terhadap kualitas jasa yang diterimanya karena adanya interaksi antara konsumen-produksen.

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan suatu jasa pernah diteliti oleh beberapa peneliti sebelumnya, seperti yang telah dilakukan oleh Manullang (2008) dengan penelitiannya mengenai Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan. Hasil penelitian Manullang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan yang dilihat dari 5 dimensi: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan. Variabel yang dominan memiliki pengaruh signifikan adalah *reliability*.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Atmaja (2011) mengenai Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan studi pada tiket Garuda di PT Falah Fantastic Tour Travel Bogor dari hasil penelitian variabel kepuasan pelanggan (Y) bukti fisik, kehandalan (X2), dan daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5), pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kelima variabel independen yang diteliti yaitu variabel bukti fisik, kehandalan daya tanggap jaminan, empati terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan.

Ada beberapa unsur dalam kualitas antara lain (Arief, 2007: 120): 1) *features* (keistimewaan jasa), 2) *performance* (kinerja jasa), 3) *Competitiveness* (daya saing), 4) *Promptness* (ketepatan waktu), 5) *Courtesy* (kesopanan), 6) *Process capability* (kemampuan proses), 7) *Freedom from errors* (bebas dari kesalahan/kekurangan), 8) *Conformance to standards procedures* (kesesuaian dengan standar, prosedur). Unsur-unsur di atas erat kaitannya dengan jasa penerbangan, terutama beberapa yang menjadi perbandingan antara banyak maskapai yaitu ketepatan waktu berupa sejauh apa ketepatan waktu penerbangan suatu maskapai: kesopanan, berupa sikap hingga senyum ramah pramugari, dan keistimewaan jasa

mencakup kelebihan-kelebihan dari masing-masing maskapai. Misalnya kebersihan dan kenyamanan di dalam kabin pesawat hingga harga pertiket pesawat. Yang terakhir yaitu murahness harga tiket menjadi sebuah pertimbangan bagi konsumen dalam memilih maskapai.

Harga tiket pesawat yang lebih murah ini disebut “*low cost*” atau sering disebut LCC (*low cost carrier*). LCC sering juga disebut sebagai *Budget Airlines* atau *no frills flight* atau juga *Discounter Carrier*. LCC merupakan model penerbangan yang unik dengan strategi penurunan *operating cost*.

Di Indonesia, maskapai penerbangan Lion Air ini yang memulai sistem LCC ini (walaupun *operasional cost* maskapai yang dianggap LCC di Indonesia seperti Lion Air dan Wings Air masih diatas rata-rata maskapai LCC pada umumnya.). Tiket murah Lion Air membuat maskapai penerbangan lain terpaksa harus ikut menurunkan harga tiketnya. Hal ini tentu sangat menguntungkan para konsumen transportasi, namun dalam bisnis penerbangan yang sarat akan regulasi-regulasi haruslah lebih mementingkan faktor *safety* dan *security* serta kenyamanan dalam pelayanannya.

Lion Air kemudian mulai menjadi pemain utama maskapai penerbangan di Indonesia. Diberitakan oleh Tribunnews.com (29 Desember 2013), Lion Air adalah maskapai penerbangan paling tenar di tahun 2013 versi google karena menjadi maskapai yang paling banyak dicari data penerbangannya via internet. Pencapaian Lion Air ini bahkan mengalahkan maskapai Garuda Indonesia. Pada tahun 2004, Lion Air meraih *Best Brand Award* dari majalah SWA. Di tahun itu pula, Lion Air ditetapkan sebagai maskapai penerbangan resmi Miss Universe dan Puteri Indonesia 2004 (Best.tanijogonegoro.com, November 2013). Pada tahun 2013 ini Lion air menambah armada dengan Boeing 737-900ER yang merupakan pesawat komersial berkorporasi tunggal terancang di dunia (Best.tanijogonegoro.com, November 2013) .

Beberapa strategi diterapkan Lion Air untuk mempertahankan loyalitas konsumen, antara lain dengan merenovasi desain tata ruang kabin pesawat, diadakannya Lion Air Passport Club, fasilitas *E-Payment*, dan tiket promo yang sering diberikan. Meski memiliki banyak fitur pelayanan, maskapai ini tetap memiliki kekurangan. Bahkan ditengah banyaknya prestasi atau konsumen yang memilih jasa penerbangan ini, Lion Air juga dikenal sebagai maskapai yang paling banyak menerima keluhan dari konsumen terutama mengenai penundaan keberangkatan yang terlalu lama, kehilangan bagasi merupakan hal sering terjadi seperti yang telah disampaikan oleh konsumen Lion Air. (Rumahpengaduan.com). Anggota divisi pengaduan dan Hukum Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Karunia Asih Rahayu menyatakan dari catatannya maskapai paling banyak berkasus adalah Lion Air dengan rata-rata kasus persoalan gagal terbang atau ditolak checkin di bandara. (Merdeka.com, Januari 2013). Hal ini menyangkut unsur *Freedom for errors* (bebas dari kesalahan/kekurangan) yang juga menentukan kepuasan pelanggan.

Tabel 1.1
Jadwal keberangkatan

NO	JADWAL KEBERANGKATAN BANDAR UDARA MUTIARA –PALU JULI 2014		
1	Lion Air	Balikpapan	06:05
2	Lion Air	Makassar	07:10
3	Garuda Indonesia	Jakarta	07:20
4	Lion Air	Jakarta	09:15
5	Wings Air	Balikpapan	10:20
6	Sriwijaya	Balikpapan	11:05
7	Lion Air	Surabaya	11:40
8	Lion Air	Makassar	12:15
9	Sriwijaya	Makassar	13:50
10	Lion Air	Makassar	14:55
11	Garuda Indonesia	Makassar	15:50
12	Lion Air	Surabaya	21:05

Sumber: www.Infopal.com.Jadwal penerbangan bandara mutiara

Di Bandar Udara Mutiara SIS Al-Jufri Palu tidak hanya maskapai Lion Air yang beroperasi ada beberapa maskapai penerbangan lainnya yaitu Garuda Indonesia, Wings Air, Sriwijaya Air, dari beberapa maskapai yang beroperasi di bandar udara Mutiara SIS Al-Jufri Lion Air merupakan maskapai yang banyak diminati masyarakat dikarenakan harga tiket yang murah dan jadwal penerbangan yang beragam. Di Bandar Udara Mutiara SIS Al-Jufri Lion Air beroperasi tujuh kali dalam sehari jadwal penerbangannya mulai pukul 06:05 07:10, 09:15, 11:40, 12:15, 14:55 dan 21:05. Jadwal keberangkatan ini yang menjadi keputusan pelanggan untuk memilih jam penerbangan yang mereka inginkan, lebih banyak *schedule* dibanding maskapai yang lainnya (ticketindonesia.info.com).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, sebagai rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan yang terdiri dari *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) maskapai penerbangan Lion Air Di Bandar Udara Mutiara SIS Al-Jufri?
2. Apakah kualitas layanan yang terdiri dari *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y) maskapai penerbangan Lion Air Di Bandar Udara Mutiara SIS Al-Jufri?
3. Diantara variabel di atas variabel apakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin diperoleh pada penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Lion Air Di Bandar Udara Mutiara SIS Al-Jufri
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan maskapai Penerbangan Lion Air Di Di Bandar Udara Mutiara Sis Aljufri Palu.

3. Untuk mengetahui variabel manakah *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5) yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Lion Air Di Bandar Udara Mutiara SIS Al-Jufri.

1.4. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat dari penelitian ini secara empirik dapat menjadi bahan masukan bagi maskapai penerbangan Lion Air dalam rangka menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai pelayanan dan kepuasan pelanggan jasa penerbangan. Sedangkan secara akademis penelitian ini berguna untuk menambah khazanah keilmuan pada jurusan manajemen pemasaran khususnya mengenai bidang *service quality*, juga tambahan pengetahuan dan wawasan bagi peneliti untuk mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan, serta sebagai referensi bagi peneliti lainnya dalam melakukan penelitian sejenis di masa mendatang.