

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Jasa pelayanan maskapai penerbangan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Hal itu dapat dilihat dari ketatnya persaingan pelayanan, harga dan promosi yang di tawarkan berbagai maskapai penerbangan. Daya tarik (*attractiveness*) industri penerbangan cukup besar dan menjanjikan. Hal ini dapat dilihat banyaknya industri penerbangan yang menggeluti bisnis tersebut juga dengan maskapai Lion Air, maskapai penerbangan nasional yang mencoba mempertahankan tarif dengan menyesuaikan kualitas pelayanan maksimal

Di lihat dari *market size*, industri penerbangan cukup menggiurkan, setiap hari diseluruh dunia lebih dari empat juta penumpang yang terbang lewat udara. Suatu ukuran pasar yang cukup besar. Permintaan (*demand*) akan angkutan udara masih memungkinkan meningkat diatas jumlah tersebut, terlebih pada musim sibuk (*peak season*) seperti hari libur anak sekolah, hari besar keagaam dan musim sepi atau hari biasa (*low season*).

Dewasa ini, semakin meningkatnya mobilitas masyarakat menyebabkan semakin tingginya kebutuhan konsumen akan jasa transporasi yang memudahkan mereka pergi kemana saja, khususnya pesawat terbang. Semakin berkembangnya jaman, konsumen semakin mudah untuk mendapatkan informasi dan memiliki banyak pilihan. Oleh karena itu, industri penerbangan didorong untuk masuk ke dalam persaingan yang lebih berat demi mendapatkan perhatian konsumen dan

menarik mereka tidak hanya untuk sekedar melakukan pembelian tetapi juga menyediakan pelayan yang baik dan harga yang sesuai.

Menurut survei yang dilakukan kepada konsumen pengguna transportasi udara bahwa pesawat merupakan transportasi favorit masyarakat. Dalam sebuah artikel [Harianjogja.com](http://Harianjogja.com), disebutkan bahwa mahasiswa yang berdomisili dari luar jawa mendominasi penerbangan pada H-7 dan H+7 hari lebaran tahun 2013. Maka dapat disimpulkan bahwa transportasi pesawat dapat di andalkan bagi mahasiswa yang berdomisili dari luar jawa untuk pilihan perjalanan dengan kelebihan waktu jarak tempuh yang lebih singkat dibandingkan dengan transportasi darat maupun laut.

Banyaknya jumlah maskapai penerbangan yang ada saat ini membuat persaingan menjadi semakin ketat, baik dalam meningkatkan jumlah pelanggan maupun mempertahankan pelanggan yang telah ada. Perusahaan-perusahaan jasa penerbangan berusaha untuk bertahan dalam persaingan pasar melalui penawaran produk jasa dengan keunggulan masing-masing. Kualitas pelayanan yang optimal dapat dijadikan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan serta mempertahankan pelanggan dan diharapkan akan mampu memenuhi harapan pelanggan sehingga akan meningkatkan minat beli terhadap perusahaan. Persaingan pertama meliputi persaingan pelayanan. Lion Air sebagai perusahaan penerbangan swasta memberikan pelayan berupa harga tiket pesawat yang terjangkau di bandingkan dengan pesaingnya Garuda Indonesia. Bahkan Lion Air berlomba – berlomba dalam memberikan tarif semurah mungkin kepada konsumennya. Harga

yang di tawarkan pun berbeda – beda sesuai dengan rute yang di tuju oleh pengguna jasa.

Berikut adalah perusahaan – perusahaan penerbangan yang masih aktif di Indonesia, baik penerbangan dalam negeri (*domestic*) maupun penerbangan luar negeri (*international*).

**Tabel 1.1**  
**Perusahaan – Perusahaan Aktif dalam penerbangan di**  
**Indonesia 2015**

No	Maskapai Niaga Berjadwal & Niaga Kargo	Niaga Tidak Berjadwal & Niaga Kargo Tidak Berjadwal
1	Garuda Indonesia	Kartika Airlines
2	Merpati Nusantara Airlines	Trigana Air
3	Mandala Airlines	Pelita Air
4	Indonesia Airasia	Riau Airlines
5	Lion Mentari Airlines	Manunggal Air
6	Wings Abadi Airlines	Nusantara Air Charter
7	Sriwijaya Air	Linus Airlines
8	Batik Air	Indonesia Air Transport
9	Kal Star Aviation	Air Maleo
10	Citilink Indonesia	Pacific Royale Airways

Sumber : Dirjen Penerbangan Udara 2015

Tabel 1.1 merupakan data perusahaan – perusahaan jasa penerbangan yang masih beroperasi di Indonesia baik perusahaan yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Swasta yang mengangkut penumpang maupun barang yang memiliki jadwal penerbangan tetap dan data perusahaan – perusahaan jasa

penerbangan yang beroperasi di Indonesia tetapi tidak memiliki jadwal penerbangan tetap, baik yang mengangkut penumpang maupun barang.

Lion Air merupakan salah satu maskapai penerbangan swasta terbesar di Indonesia yang memulai perjalanannya di dunia penerbangan nasional pada tahun 2000. Maskapai penerbangan Lion Air banyak digunakan karena selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi penumpangnya, tidak hanya menawarkan harga yang terjangkau kepada konsumen tetapi juga perjalanan udara yang aman, menyenangkan, dapat diandalkan dan nyaman.

Untuk mengetahui apakah konsumen puas atau tidak terhadap jasa yang diterima sangat tergantung dari harapan dan kenyataan, yaitu salah satunya apakah harga yang dibayarkan sesuai dengan harapannya. Apabila harapan pelanggan ternyata lebih besar dari kenyataan yang mereka terima dari jasa yang telah dibeli maka konsumen akan merasa kecewa, karena produk tidak sesuai dengan kenyataan. Apabila harapan konsumen ternyata sama dengan kenyataan yang mereka terima maka kedua belah pihak, yaitu perusahaan pemberi jasa dan konsumen sebagai pembeli jasa, akan sama-sama puas. Hal tersebut akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan khususnya kepada PT Lion Mentari Airlines (Lion Air).

Saat ini kunci kesuksesan bisnis penerbangan terletak pada pelayanan bukan hanya sekedar memberikan tawaran tiket murah. Hal tersebut menjadi tantangan bagi masing – masing perusahaan penerbangan termasuk maskapai Lion Air sebagai *service provider* untuk dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi dan mengembalikan citra (*image*) yang baik pada kualitas pelayanan dan keselamatan

penerbangan di mata konsumen dengan mengedepankan strategi bisnis, salah satunya pelayanan (*service*) dengan memperbaiki citra, Lion Air harus menumbuhkan kembali minat beli konsumen untuk menggunakan jasa penerbangan di tengah – tengah persaingan yang ketat seperti ini.

Berikut ini adalah masalah – masalah yang terjadi pada maskapai Lion Air Seperti yang dituliskan dalam artikel **TEMPO.CO, Jakarta**. Pada kasus pertama dimana terjadi penundaan jadwal terbang (*delay*) hingga berjam jam termasuk dalam dimensi (*Reliability*), karena perusahaan tidak dapat memberikan pelayanan sesuai waktu yang di janjikan, walaupun masalah yang terjadi bukan semata – mata ulah pegawai Lion Air, tetapi konsumen tidak mau terima dengan suatu masalah yang terjadi. Namun masalah yang terjadi disinyalir karena adanya gangguan atau kerusakan pada mesin pesawat yang akan digunakan oleh konsumen sehingga konsumen harus menunggu lama demi keselamatan seluruh penumpang pesawat. Lalu pada kasus selanjutnya terjadi kerusakan pada mesin pesawat yang akan digunakan konsumen termasuk dalam dimensi (*Tangibles*), karena perusahaan tidak dapat memberikan kenyamanan dengan fasilitas yang maksimal kepada konsumen .

Kemudian pada kasus selanjutnya, dimana terjadi kasus suara desahan di kokpit pesawat Lion Air dan kasus pencurian bagasi penumpang, kasus ini termasuk dalam dimensi (*Assurance*), karena para pegawai perusahaan Lion Air tidak menunjukkan kesopansantunan kepada seluruh penumpang yang ada di dalam pesawat serta fasilitas keamanan yang di berikan perusahaan kepada konsumen belum maksimal, akibatnya penumpang merasa kecewa dengan pelayanan yang di berikan

oleh maskapai Lion Air. Dan kasus yang terakhir yaitu layanan tiket yang buruk dengan alasan kursi penuh pada saat konsumen sedang chek-in, kasus ini termasuk dalam dimensi (*Responsiveness*), karena pihak perusahaan tidak dapat membantu dan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dan kurangnya penyampaian informasi yang jelas. Sehingga terjadi kesalahpahaman antara konsumen dengan bagian *ticketing*. Seharusnya masalah seperti ini dapat diatasi dengan baik apabila perusahaan dapat memberikan penyelesaian yang dapat menguntungkan kedua belah pihak, sehingga penumpang merasa puas dengan solusi dan jawaban yang diberikan. Perusahaan mengerti bahwa kepuasan konsumen harus diutamakan sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan untuk membiayai kelangsungan operasi perusahaan.

Setelah mengetahui masalah – masalah yang terjadi pada maskapai Lion Air maka dapat dinyatakan bahwa maskapai Lion Air dari PT. Lion Mentari Airlines mengalami masalah dalam memberikan pelayanan yang kurang baik kepada konsumen ataupun pelanggan saat ini. Sedangkan pelayanan yang baik mempunyai peranan penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen maupun meningkatkan omset perusahaan. Apabila hal ini diabaikan akan berdampak terhadap menurunnya angka penjualan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan maskapai Lion Air perlu dibangun dan dikelola dengan baik.

Berdasarkan data yang diperoleh dari **kompas.com**, jumlah penumpang Lion air mengalami penurunan yang tajam pada kuartal pertama tahun 2015 dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Penurunan tersebut mencapai 14,88 persen, jika

dibandingkan pada kuartal pertama tahun 2014. Pada Januari-Maret 2015 Lion Air Group mengangkut sebanyak 7,15 juta penumpang. Padahal pada periode yang sama tahun sebelumnya maskapai penerbangan dengan logo singa itu berhasil mengangkut 8,4 juta penumpang

Berikut ini adalah data – data jumlah penumpang maskapai penerbangan Lion Air Group untuk rute domestik.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah penumpang Lion Air pada kuartal pertama 2014 – 2015**

No	Lion Group	Jumlah Penumpang pada kuartal pertama periode januari – Maret	
		2014	2015
1	Lion Air	7.250.000	5.800.000
2	Wings Air	813.900	731.220
3	Batik Air	336.130	618.780
<b>Total</b>		<b>8.400.030</b>	<b>7.150.000</b>

Sumber :Dirjen Penerbangan Udara 2015

Tabel 1.2 merupakan data – data jumlah penumpang maskapai penerbangan Lion Air di kuartal pertama periode Januari – Maret 2014 – 2015. Di lihat dari data diatas pada tahun 2015 Lion Air mengalami penurunan jumlah penumpang yang sangat tajam pada kuartal pertama dibandingkan tahun sebelumnya. Di tahun 2015 Lion Air hanya mengangkut penumpang sebanyak 5,8 juta penumpang, dibandingkan tahun sebelumnya Lion Air mampu mengangkut penumpang sebanyak 7,25 juta penumpang. Sayangnya, kenaikan jumlah penumpang Batik Air itu tidak mampu

menutupi penurunan jumlah penumpang yang terjadi pada Lion Air dan Wings Air, sehingga secara total jumlah penumpang Lion Air Group anjlok 14,88 persen.

Hal ini disebabkan buruknya pelayanan yang diberikan serta daya saing harga yang menjadi tolak ukur bagi konsumen sehingga muncul persepsi yang kurang baik dalam benak konsumen bahwa maskapai Lion Air tidak dapat memenuhi keinginan konsumen dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik dan keamanan yang terpercaya. Apalagi Lion Air adalah maskapai penerbangan murah dengan rute terbanyak di Indonesia. Menurut pengamat penerbangan Gerry Soejatman, maskapai Lion Air yang di pimpin Rusdi kirana ini menguasai 90% pasar penerbangan murah di Indonesia. Sayangnya , tiket yang laris dan terbilang murah tidak di barengi dengan kualitas pelayanan yang baik. Karena kualitas pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau sangat berpengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli jasa yang di tawarkan oleh perusahaan penerbangan seperti Lion Air.

Kualitas pelayanan merupakan sebuah titik sentral bagi perusahaan di bidang jasa karena dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan muncul apabila kualitas pelayanannya baik.

Berikut ini adalah insiden – insiden yang terjadi pada maskapai Lion Air Seperti yang dituliskan dalam artikel **kompas.com, 2015** . Pada awal tahun 2002 pesawat Lion Air mengalami insiden yang membuat seluruh penumpang didalam pesawat menjadi trauma dengan kejadian gagal lepas landas di Bandara Sultan Syarif Kasim II, Pekanbaru, kejadian ini harus memakan korban baik luka ringan maupun

luka berat. Sampai tahun 2015 insiden yang terjadi pada maskapai penerbangan Lion Air tidak kunjung reda. Kita lihat bahwa hampir setiap tahun Lion Air mengalami kendala pada pesawat, terutama pada masalah tergelincir yang sering terjadi hingga keluar jalur lintasan dan kerusakan mesin pesawat yang menyebabkan terjadinya *delay* hingga tidak jadinya terbang yang membuat seluruh penumpang yang ada di dalam pesawat menjadi (shok) dan merasa tidak puas akan pelayanan yang di berikan. Dari kejadian ini maka perusahaan harus lebih ekstra dalam menangani kasus yang selalu terjadi di setiap tahunnya, sehingga perusahaan dapat memberikan kepercayaan dan keamanan kepada konsumen pada saat konsumen menggunakan jasa penerbangan Lion Air

Penelitian ini di lakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga dalam menumbuhkan minat beli konsumen yang di rasakan perusahaan Lion Air semakin menurun, sehingga dapat memenuhi harapan pelanggan dan kemudian menciptakan kepuasan, pengalaman, dan keinginan bagi pelanggan untuk menggunakan jasa penerbangan dengan kualitas pelayanan yang baik.

Berdasarkan uraian – uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk membuat suatu penelitian yang berjudul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Maskapai Penerbangan Lion Air (Studi Kasus Pada Penumpang Pesawat Lion Air di Universitas Widyatama Bandung)”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang di uraikan diatas, maka permasalahan yang akan dibahas adalah:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen maskapai Lion Air pada Universitas Widyatama Bandung?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen maskapai Lion Air pada Universitas Widyatama Bandung?
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen maskapai Lion Air pada Universitas Widyatama Bandung?

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data-data dan informasi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli konsumen.

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli konsumen.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli konsumen.

#### **1.4 Kegunaan Hasil Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi maskapai penerbangan lion air untuk memperoleh informasi faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan sehingga bisa digunakan sebagai pertimbangan dan masukan dalam menentukan kebijakan strategi pemasaran perusahaan yang efektif. Manfaat penelitian ini bagi peneliti sendiri diharapkan dapat menambah pengetahuan ilmiah dan pengalaman praktis tentang bagaimana melihat faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan harga. Bagi institusi pendidikan, penelitian ini memiliki manfaat sebagai bahan pustaka, dan pembanding untuk penelitian selanjutnya.

