

# **BAB I**

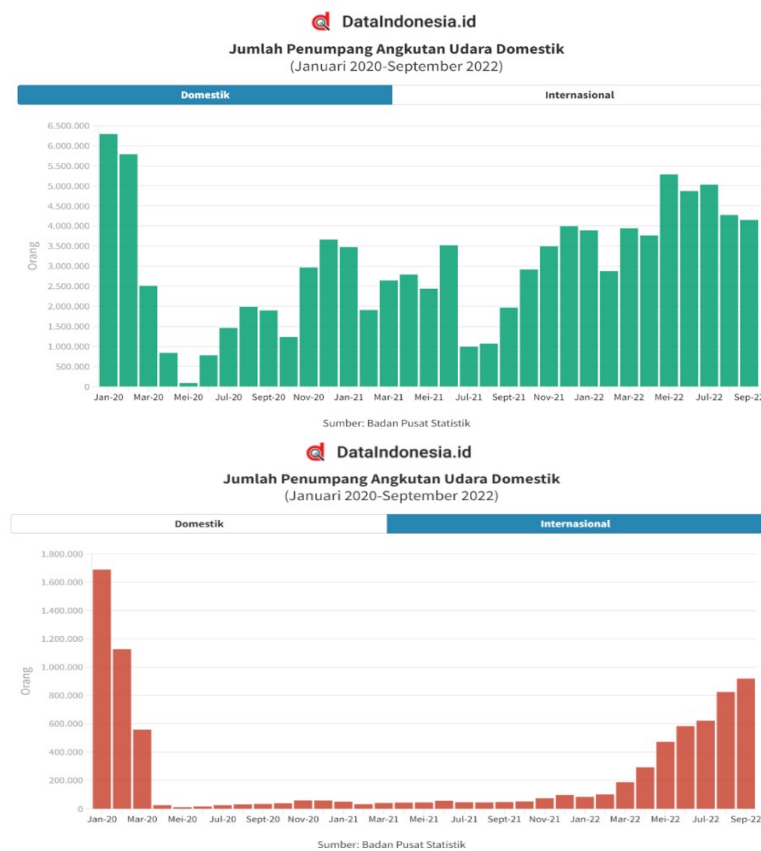
## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara yang terdiri atas banyak kepulauan dan diapit oleh lautan yang luas, hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar, menurut (Direktorat Pendayagunaan Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil, 2022) jumlah pulau di Indonesia bila mana merujuk pada Undang-Undang No.6 tahun 1996 tentang perairan Indonesia, setidaknya terdapat 17.508 pulau yang tersebar dari ujung di Sabang hingga Merauke. Tentunya hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara yang sangat luas, kaya akan potensi alam dan pariwisata. Namun hal yang menjadi permasalahan utama bagi negara kepulauan adalah aksesibilitas antara pulau satu dengan lainnya. Transportasi udara merupakan salah satu pilihan dari beberapa transportasi yang dapat dipilih oleh masyarakat saat ini untuk menjangkau berbagai wilayah di Indonesia. Menurut (Kumparan & Berita Update, 2021) transportasi udara banyak dipilih oleh masyarakat karena memiliki waktu tempuh yang singkat, cakupan wilayah yang luas dan tingkat keamanan yang tinggi.

Sebagai negara kepulauan, tentunya transportasi udara akan menjadi dasar transportasi utama di Indonesia sebagai alat penunjang perekonomian maupun mobilitas masyarakat dengan cakupan nasional bahkan internasional dalam beberapa tahun mendatang, hal ini seperti yang diutarakan oleh Agus Gumiwang Kartasasmita sebagai Menteri Perindustrian Republik Indonesia yang berkata bahwa “jumlah penumpang udara di Indonesia diperkirakan akan tumbuh 30% dari tahun ke tahun menjadi 140 juta dalam beberapa tahun ke depan, sehingga Indonesia diperkirakan menjadi pasar transportasi udara terbesar keenam di dunia pada tahun 2034.” (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2022). Adanya

pernyataan ini didukung dengan adanya data yang berhasil Peneliti peroleh melalui lembaga riset “Data Indonesia”.



**Gambar I.1**  
**Data Penumpang Angkutan Udara Domestik & Internasional Tahun 2022**  
Sumber: (Ridhwan Mustajab, 2022)

Melalui data yang berhasil Peneliti peroleh menunjukkan bahwa saat ini tren dalam penggunaan angkutan udara sedang meningkat, peningkatan penggunaan angkutan udara saat ini terjadi pada penerbangan domestik maupun internasional. Peningkatan aktivitas dalam angkutan udara ini dapat terjadi karena beberapa hal, salah satu hal tersebut dapat terjadi karena adanya penghapusan kebijakan PPKM di Indonesia. Peningkatan tren dalam penggunaan transportasi udara di Indonesia tentunya akan membuat merek-merek maskapai penerbangan di Indonesia saling bersaing untuk menjadi yang terbaik dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya.

Menurut Mal, et. al. dalam (Zulfikar & Mukhayaroh, 2021) hal tersebut terjadi karena kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu merek atau perusahaan akan memberikan pengaruh pada konsumen dalam menentukan keputusan untuk mengonsumsi suatu produk, baik secara tradisional maupun *online*. Pendapat tersebut diperkuat dengan argumen yang dikemukakan oleh Chang & Yeh (dalam Song et. al., 2019) bahwa faktor utama yang sangat penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif di pasar maskapai penerbangan adalah kualitas pelayanan, hal ini terjadi karena kualitas pelayanan telah menjadi salah satu nilai yang telah ditanamkan oleh konsumen di pasar tersebut dan akan menentukan apakah mereka memilih menggunakan maskapai tersebut atau tidak.

Parasuraman, et. al. (dalam Leonita Tanuwijaya & Oscar, 2021) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai usaha pemenuhan nilai yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menjaga keseimbangan antara harapan kualitas (*expected service*) dengan hasil yang diterima (*received service*) oleh konsumen. Saat ini di Indonesia terdapat bermacam-macam merek maskapai penerbangan, mulai dari perusahaan maskapai negeri maupun swasta telah tersedia saat ini. Maskapai Batik Air menjadi salah satu merek maskapai penerbangan swasta di Indonesia saat ini.

Maskapai Batik Air merupakan jenis maskapai penerbangan yang berdiri dibawah naungan Lion Air Group. Maskapai penerbangan Batik Air tergolong ke dalam maskapai dengan layanan *full-service carrier*, menurut UU No.1 tahun 2009 maskapai dengan layanan *full-service carrier* didefinisikan sebagai maskapai dengan sistem pelayanan penuh, oleh karena itu posisi merek ini berada diatas Lion Air dengan harga yang lebih mahal dan menjadi kompetitor langsung dari maskapai Garuda Indonesia (Idris, 2022). Adanya posisi merek yang dapat dikatakan sebagai merek maskapai *premium*, sudah selayaknya Batik Air dapat memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik.

Meskipun demikian, pada beberapa waktu lalu terjadi permasalahan yang menyangkut kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh maskapai Batik Air terhadap konsumennya. Kasus tersebut bahkan sempat dialami oleh beberapa figur publik seperti Ari Lasso, Yura Yunita dan Kaesang Pangarep. Hal ini tentunya menjadi perbincangan hangat bagi masyarakat di internet mengenai kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh maskapai Batik Air. Merujuk pada artikel berita yang di publikasi oleh (Alfarizi Moh. Khory & Hidayat Ali Akhmad Noor, 2022; CNN Indonesia, 2022; Sari, 2022) buruknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh maskapai Batik Air disebabkan oleh beberapa hal, seperti ubahan jadwal penerbangan yang terjadi secara cepat dan mendadak, adanya miskomunikasi antara pegawai Batik Air dengan konsumen, sampai pada kesalahan dalam bongkar muat serta pengiriman barang bawaan konsumen.

## Kronologi Ari Lasso Ditinggal Pesawat hingga Batik Air Minta Maaf

Tim | CNN Indonesia

Jumat, 21 Okt 2022 07:00 WIB

Bagikan :  

1. Kronologi Ari Lasso Ditinggal Pesawat hingga Batik Air Minta Maaf



Ari Lasso ditinggal pesawat Batik Air untuk penerbangan dari Singapura ke Jakarta. Batik Air meminta maaf dan menjelaskan penyebab hal itu. Foto: (Tangkapan layar Instagram @ari\_lasso)

**Gambar 1.2**

## **Berita Permasalahan Kasus Batik Air**

Sumber: (CNN Indonesia, 2022)

Menurut Sirdeshmukh et. al. (dalam Riyanti & Komariah, 2022) kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai pengharapan menyeluruh yang dimiliki oleh konsumen terhadap kualitas layanan yang akan diterima sesuai dengan hal yang telah disepakati atau dijanjikan sebelumnya. Adanya permasalahan dalam bidang kualitas pelayanan ini tentunya dapat memberikan pengaruh pada kepercayaan konsumen dalam menggunakan jasa layanan dari perusahaan maskapai Batik Air, baik dalam jangka waktu pendek maupun panjang. Menurut Morgan & Hunt (dalam Alfiyanto et al., 2020) mengemukakan pendapat bahwa sebagian besar konsumen cenderung menyimpan pandangan pribadinya terhadap kualitas pelayanan suatu merek di masa lalu, jika pelayanan mereka baik maka akan memunculkan kepercayaan untuk menggunakan produk dalam jangka panjang, jika pelayanan mereka buruk maka hal yang akan terjadi justru sebaliknya. Permasalahan ini dapat membuat maskapai Batik Air dinilai tidak dapat diandalkan karena penuh dengan ketidakpastian.

Hal ini akan menghasilkan pengaruh besar dalam keberlangsungan maskapai Batik Air kedepannya jika maskapai Batik Air tidak melakukan koreksi dan peningkatan dalam hal kualitas pelayanan, mengingat konsumen cenderung akan memilih merek dengan citra yang baik, dapat diandalkan dan memiliki kualitas pelayanan optimal. Seperti dengan apa yang diutarakan oleh Chi et. al. (dalam Alfiyanto et al., 2020) konsumen yang hanya akan memilih produk terpercaya karena dapat diandalkan, memiliki kesan positif dan benefit tinggi atas kualitas pelayanan yang diberikan. Adanya pengaruh yang dihasilkan oleh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen ini diperkuat dengan adanya riset yang dilakukan oleh (Aji Bramantyo et al., 2022) dengan judul "*The Influence of Service Quality and Customer Satisfaction on the Trust and Loyalty The Case of Marine Customers of the Indonesian National Shipping Company.*" Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa terdapat pengaruh

positif dan signifikan yang ditimbulkan oleh variabel kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen berdasarkan nilai ( $R^2$ ) sebesar 85,9% dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga pengaruh yang dihasilkan tersebut signifikan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Pramana & Rastini, 2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali.” menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang dihasilkan oleh variabel kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen yang positif dan signifikan berdasarkan hasil uji ( $R^2$ ) dengan nilai 64,3% dan uji hipotesis (t) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

Hasil penelitian yang serupa juga diperoleh (Wididana, 2017) dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Pasien Rumah Sakit Umum Shanti Graha Buleleng”. Berdasarkan nilai hasil uji ( $R^2$ ) yang telah diperoleh menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 58% terhadap kepercayaan konsumen, sedangkan nilai *t-statistics* yang berhasil diperoleh sebesar  $3,52 > 1,96$  sehingga pengaruh yang dihasilkan oleh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen dapat dikatakan signifikan dalam penelitian ini.

Oleh karena itu dengan adanya teori-teori yang telah Peneliti sampaikan beserta dengan tinjauan dari penelitian yang relevan, maka Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Konsumen Maskapai Penerbangan Batik Air (Studi Pada Pengguna Transportasi Udara di DKI Jakarta).”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pendeskripsian yang telah Peneliti sampaikan melalui latar belakang tersebut, maka dari itu terdapat rumusan masalah yang telah Praktikan susun untuk penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana deskripsi dari kualitas pelayanan maskapai Batik Air saat ini?
2. Bagaimana deskripsi dari kepercayaan konsumen maskapai Batik Air saat ini?
3. Apakah kualitas pelayanan dapat memberikan dampak terhadap kepercayaan konsumen dari maskapai Batik Air?

## **C. Tujuan Dan Manfaat**

1. Tujuan Penelitian
  - a. Mengetahui deskripsi dari kondisi kualitas pelayanan maskapai Batik Air saat ini.
  - b. Mengetahui deskripsi dari kondisi kepercayaan konsumen maskapai Batik Air saat ini.
  - c. Menyadari dampak yang dapat dihasilkan oleh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen dari maskapai Batik Air.
2. Manfaat Penelitian
  - a. Bagi Peneliti
    - 1) Dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan bagi Peneliti mengenai deskripsi dari kondisi kualitas pelayanan maskapai Batik Air saat ini.
    - 2) Dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan bagi Peneliti mengenai deskripsi dari kondisi kepercayaan konsumen pada maskapai Batik Air saat ini.
    - 3) Memberikan wawasan keilmuan baru bagi peneliti mengenai pengaruh yang dapat dihasilkan oleh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen maskapai Batik Air di wilayah DKI Jakarta.

b. Bagi Akademik

- 1) Adanya penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat terkait wawasan dalam bidang pemasaran secara umum serta memperkaya literatur-literatur penelitian dengan variabel yang berkaitan.

c. Bagi Pembaca

- 1) Adanya penelitian dan hasil yang diperoleh diharapkan dapat menjadi salah satu referensi atau acuan bagi para peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian dengan variable yang berhubungan.