

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin berkembangnya zaman, mobilitas masyarakat juga semakin intens. Dengan mobilitas masyarakat yang semakin intens itulah, dibutuhkan moda transportasi yang cepat dan memfasilitasi konsumen untuk sampai ditempat tujuan yang cepat pula. Diantara beberapa moda transportasi yang tersedia, moda transportasi udara yaitu maskapai penerbangan masih sangat diminati konsumen untuk mencapai tujuan dengan cepat. Dunia penerbangan saat ini berkembang begitu pesat seiring dengan perkembangan teknologi. Dengan pesawat terbang masyarakat dapat menempuh perjalanan lebih cepat dibanding dengan perjalanan darat pada umumnya. Dengan masih sangat diminatinya transportasi udara oleh banyak konsumen, banyak maskapai penerbangan berlomba – lomba untuk mengembangkan bisnis mereka demi meraup pangsa pasar yang sebesar – besarnya.

Setiap tahunnya jumlah peminat jasa transportasi semakin bertambah. Bahkan berdasarkan data yang diperoleh dari Direktorat Angkutan Udara Kementerian Perhubungan, jumlah penumpang yang menggunakan jasa transportasi udara untuk untuk penerbangan domestik berjadwal saja sudah

menembus angka lebih dari 76 juta penumpang. Berikut adalah data yang diperoleh dari Direktorat Angkutan Udara:

Gambar 1. 1

Produksi Badan Usaha Angkutan Udara Domestik 2015

Jenis Penerbangan Tahun		BERJADWAL 2015													
NO	DESCRIPTION	Unit	JAN	PEB	MAR	APRIL	MEI	JUNI	JULI	AGUS	SEP	OKT	NOV	DES	TOTAL
1	Aircraft kilometres	000	40,474	35,276	40,283	40,933	43,238	41,150	44,950	44,347	38,992	39,860	42,570	48,279	500,322
2	Aircraft departure	number	52,318	46,015	52,399	54,347	57,200	54,412	59,685	58,129	51,370	52,047	58,179	63,992	659,091
3	Aircraft hours	number	79182:28	66988:36	77856:18	79375:20	84137:42	80203:12	88379:58	84996:55	74890:32	77076:23	82120:29	103890:57	981278:50
4	Passenger carried	number	5,872,520	5,130,894	5,719,051	5,873,562	6,546,858	6,254,989	7,332,280	7,193,438	5,955,749	6,331,386	9,671,270	7,746,934	76,628,997
5	Freight carried	ton	50,632	45,707	50,185	50,965	46,940	47,713	41,893	45,021	44,511	39,789	47,743	52,939	564,048
6	Passenger-KM performed	000	5,104,842	4,413,239	4,930,537	5,019,401	5,551,196	5,345,013	6,177,052	6,087,292	5,034,922	5,371,571	5,860,777	6,475,894	65,171,736
7	Seat-KM available	000	6,701,306	5,808,304	6,574,275	6,683,328	7,109,583	6,748,019	7,448,982	7,324,377	6,427,380	6,648,380	7,148,396	8,110,586	82,740,876
8	Passenger L/F	%	76.16	75.96	75.00	74.99	78.08	79.23	82.82	83.11	78.34	80.80	79.19	79.85	78.77
9	Tonne-KM Performed														
a.	Passenger	000	422,058	368,839	415,393	418,883	463,119	448,325	514,852	505,421	418,654	447,034	489,625	534,201	5,426,404
b.	Freight	000	44,163	39,811	44,089	43,798	41,531	42,093	36,541	40,331	40,175	39,671	42,850	47,355	502,413
c.	Mail	000	1,092	1,002	1,103	1,098	1,138	1,150	846	963	717	837	890	999	11,605
d.	Total (9a ton 9c)	000	467,283	408,652	460,592	463,777	505,788	491,568	552,239	546,715	459,546	487,542	513,365	582,555	5,940,622
11	Tonne-KM Available	000	734,036	634,310	722,150	750,446	774,491	732,783	804,889	791,912	698,156	716,219	769,811	870,742	8,977,725
12	Weight L/F	%	83.66	84.58	83.78	83.49	85.31	87.06	88.61	89.04	88.01	88.07	86.70	86.90	86.17

Sumber: Direktorat Angkutan Udara

Semakin banyaknya peminat jasa transportasi udara sebagai moda transportasi pilihan konsumen, maskapai penerbangan semakin berlomba-lomba untuk meningkatkan loyalitas dari konsumennya agar terus menggunakan jasa penerbangan mereka sebagai pilihan utama mereka melakukan perjalanan udara. Pelanggan yang loyal akan memberikan berbagai macam efek positif bagi perusahaan, karena pelanggan yang loyal akan memiliki kecenderungan yang kecil untuk berpindah menggunakan jasa transportasi lain. Selain itu, pelanggan loyal sudah pasti akan membeli dan menggunakan jasa perusahaan terutama maskapai penerbangan tersebut secara berulang dan bisa jadi akan turut merekomendasikan jasa maskapai penerbangan yang mereka gunakan kepada orang lain dan menjadi *Strategic*

Word of Mouth yang efektif, sehingga turut memberikan peningkatan pendapatan maskapai penerbangan tersebut secara signifikan.

Dan salah satu jenis penerbangan yang sedang berkembang pesat adalah penerbangan berbiaya murah atau lebih dikenal dengan *Low Cost Carrier (LCC)*. *Low Cost Carrier* atau LCC adalah salah satu jenis penerbangan yang menggunakan prinsip *Low Cost* atau berbiaya rendah dengan menekan berbagai *operational cost* sehingga dapat menghadirkan transportasi udara yang murah dan mampu mencakup berbagai segmen terutama segmen konsumen kalangan bawah. Dengan menerapkan penekanan pada *operational cost* dan berbagai *variable cost* lainnya, maskapai LCC mampu memberikan harga tiket penerbangan yang begitu murah bahkan bisa hingga 0 rupiah. Prinsip *Low Cost* pada maskapai LCC biasanya dilakukan dengan mengurangi beberapa layanan umum untuk penumpang seperti layanan *catering*, meminimalisasi reservasi tiket seperti dengan melakukan reservasi *online*, menerapkan sistem *outsourcing* pada SDM non-vital, dan lain sebagainya. Sistem penekanan cost seperti ini mampu memberikan tarif penerbangan yang diberikan LCC menjadi jauh lebih murah dibandingkan dengan maskapai *Full Service*, sehingga LCC menjadi favorit kebanyakan masyarakat Indonesia.

Meski begitu, LCC di Indonesia masih dianggap sebagai maskapai yang menomor-duakan kualitas pelayanan dan lebih menekankan pada bagaimana menciptakan harga yang seminimal mungkin sehingga dapat meraup pasar sebanyak mungkin, sehingga keuntungan yang didapat semakin tinggi. Terbukti dengan begitu banyaknya kasus-kasus yang melibatkan kualitas pelayanan yang

dilakukan oleh berbagai maskapai LCC. Contohnya kejadian kecelakaan jatuhnya pesawat milik Indonesia AirAsia dengan nomor penerbangan QZ8501 yang jatuh disekitar Pangkalan Bun, Kalimantan Timur yang diduga karena kesalahan *Standard Operation Procedure* (SOP) yang dilakukan oleh manajemen, kemudian kasus *Delay* berjam-jam yang dilakukan oleh Maskapai Lion Air di beberapa daerah di nusantara, kasus pembobolan tas oleh porter beberapa maskapai LCC, dan lain-lain.

Untuk menjaga persaingan harga yang sehat dan meningkatkan kualitas pelayanan penerbangan, Kementerian Perhubungan telah mengeluarkan aturan mengenai tarif atas dan tarif bawah untuk harga tiket maskapai penerbangan nasional melalui Peraturan Menhub Nomor 91 Tahun 2014. Tarif batas bawah diberlakukan sekurang-kurangnya sebesar 40% dari tarif batas atas, hal ini bertujuan untuk membuat industri penerbangan di Indonesia agar menjadi lebih sehat. Aturan ini dikeluarkan oleh Menteri Perhubungan Republik Indonesia Ignasius Jonan tidak lama setelah peristiwa jatuhnya pesawat AirAsia QZ8501. Peraturan ini berlaku tidak hanya untuk maskapai LCC, tapi juga untuk seluruh maskapai penerbangan yang beroperasi di Indonesia. Peraturan ini juga akan berdampak pada industri maskapai LCC yang akan kesulitan untuk menerapkan tarif yang murah kepada konsumen mereka.

Tabel 1. 1
Daftar Tarif Penerbangan Maskapai LCC

Maskapai/Rute	Citilink	Lion Air	Indonesia
	Indonesia		AirAsia
	Jakarta (CGK)	Jakarta (CGK)	Jakarta (CGK)
Surabaya (SUB)	IDR 351.000	IDR 573.000	IDR 350.000
Denpasar (DPS)	IDR 643.500	IDR 427.000	IDR 420.000
Medan (KNO)	IDR 711.000	IDR 636.800	-
Yogyakarta (JOG)	IDR 325.000*	IDR 325.500	IDR 259.999
Manado (MDC)	IDR 790.000	IDR 794.000	-
Padang (PDG)	IDR 436.000	IDR 441.000	-
Pekancbaru (PKU)	IDR 419.000	IDR 423.000	-
Palembang (PLM)	IDR 251.000	IDR 256.000	-
Banjarmasin (BDJ)	IDR 433.000	IDR 438.000	-
Batam (BTH)	IDR 425.000	IDR 430.000	-

*hanya tersedia melalui Bandara Halim Perdana Kusuma (HLP)

Sumber: Website masing-masing maskapai

Akan tetapi, terhitung mulai tanggal 29 Februari 2016, Pemerintah melalui Kementerian Perhubungan menurunkan tarif batas atas maskapai penerbangan sebesar 5%. Hal ini dilakukan pemerintah mengingat harga bahan bakar minyak dan bahan bakar pesawat yaitu *Avtur* di dunia yang sedang mengalami penurunan sehingga perlu untuk menyesuaikan tarif batas atas maskapai. Penerapan penyesuaian tarif batas atas ini juga akan berdampak bagi maskapai LCC yang semakin mudah dalam menentukan tarif yang semakin murah bagi konsumen mereka.

Diantara mulai banyaknya maskapai LCC yang berkembang di Indonesia, terdapat salah satu *brand* maskapai LCC yang berkembang cukup pesat. Citilink Indonesia merupakan salah satu dari beberapa maskapai LCC yang melayani penerbangan domestik di Indonesia. Namun berbeda dengan maskapai LCC lainnya yang terkesan ‘menomor-duakan’ kualitas pelayanan, Citilink tetap memprioritaskan kualitas pelayanan dan *safety* meskipun harus tetap memberikan biaya murah kepada konsumennya.

Citilink membuktikan dirinya sebagai maskapai LCC terbaik dengan mengedepankan mutu pelayanan terbaik. Hal ini dibuktikan dengan *On Time Performance* (OTP) atau Tingkat Ketepatan Waktu hingga mencapai 85,5% pada kuartal keempat 2013 dan mencapai tingkat keterisian atau *Seat Load Factor* (SLF) hingga 87%¹.

Sebagai bukti keberhasilan dalam komitmennya meningkatkan kualitas pelayanan pada pelanggan, Citilink telah meraih beberapa penghargaan, antara lain, dari *Indonesia Travel and Tourism Award* untuk kategori *Indonesia Leading Low Cost Airlines* selama lima tahun yaitu 2011/2012, 2012/2013, 2013/2014, 2014/2015 dan 2015/2016 dari ITTA Foundation, *The Budgies and Travel Awards* 2012 untuk kategori *Best Overall Marketing Campaign*, penghargaan *Service To Care Award* 2012 untuk *Airlines Category* dari *Markplus Insight*, serta Maskapai Penerbangan Nasional Terbaik oleh Adikarya Wisata Award 2012².

¹ <http://www.citilink.co.id/citilink-mencapai-tingkat-keterisian-hingga-87-serta-tingkat-ketepatan-waktu-otp-855-saat-memasuki-kuartal-keempat-201>, diakses pada bulan Februari 2015.

² <http://www.citilink.co.id/citilink-lcc-terbaik-indonesia-untuk-keempat-kalinya>, diakses pada bulan Februari 2016.

Namun, meskipun dengan banyaknya penghargaan yang didapat oleh Citilink Indonesia dan dengan kualitas pelayanan yang terbilang cukup bagus, Citilink masih kalah dengan brand maskapai LCC lain di Indonesia seperti Lion Air dan AirAsia Indonesia. Dalam survey yang diadakan oleh *TOP BRAND*, dalam Top Brand Index kategori maskapai penerbangan fase 1 2016, Citilink Indonesia berada di urutan ke-3 dibawah Lion Air dan induk perusahaan Garuda Indonesia. Dalam survey tersebut, dapat disimpulkan bahwa di kategori LCC, Citilink Indonesia menempati posisi ke-2 dibawah Lion Air, dan AirAsia di peringkat ke-3, seperti yang terlihat dalam table berikut ini:

Tabel 1. 2
Tabel TOP BRAND AWARD Fase 1 2012 – 2016

No	2016		2015		2014		2013		2012		Ket
	Merek	TBI	Merek	TBI	Merek	TBI	Merek	TBI	Merek	TBI	
1	Garuda Indonesia	41.0%	Garuda Indonesia	40.0%	Garuda Indonesia	39.6%	Garuda Indonesia	41.2%	Garuda Indonesia	43.6%	TOP
2	Lion Air	30.5%	Lion Air	35.1%	Lion Air	32.3%	Lion Air	30.8%	Lion Air	25.9%	TOP
3	Citilink Indonesia	8.9%	Indonesia AirAsia	8.7%	Indonesia AirAsia	10.8%	Indonesia AirAsia	9.9%	Indonesia AirAsia	7.8%	
4	Indonesia AirAsia	7.7%	Citilink Indonesia	4.4%	Sriwijaya Air	4.0%	Sriwijaya Air	5.8%	Batavia Air	7.1%	
5	Sriwijaya Air	3.2%	Sriwijaya Air	4.4%	Citilink Indonesia	2.7%	Batavia Air	5.8%	Sriwijaya Air	4.4%	
6	Batik Air	3.2%			Merpati Air	2.5%	Merpati Air	2.6%	Merpati Air	3.8%	
7							Singapore Airlines	1.1%	Mandala	1.6%	
8							Citilink Indonesia	0.8%	Emirates Airlines	1.0%	

Sumber: Top Brand Award Fase 1

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa meskipun setiap tahun Citilink perlahan demi perlahan TBI Citilink mulai meningkat, namun masih belum mampu mendapatkan predikat “TOP BRAND” meskipun kualitas pelayanan yang diberikan oleh Citilink terbilang sangat bagus.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul: **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif terhadap Citra Maskapai serta dampaknya pada Loyalitas Pelanggan maskapai Penerbangan Bertarif Rendah Citilink Indonesia.**

B. Identifikasi Masalah

Didalam penelitian ini, dapat diidentifikasi beberapa masalah, diantaranya:

- Tarif murah yang diberikan LCC tidak dibarengi dengan kualitas pelayanan yg baik.
- Citra Maskapai LCC yang masih terbilang buruk di mata masyarakat Indonesia.
- Tingkat kepuasan pelanggan yang rendah karena kualitas pelayanan LCC yang kurang bagus.
- Kepercayaan konsumen akan LCC menurun karena berbagai peristiwa yang terjadi di beberapa maskapai LCC.
- Banyaknya penghargaan yang diterima Citilink Indonesia atas kualitas pelayanannya tak membuat Citilink Indonesia menjadi kategori Maskapai yang berlabel “TOP”.

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, fokus masalah dibatasi pada beberapa fokus, yaitu:

- Penelitian ini dibatasi pada studi tentang loyalitas konsumen atau penumpang dan faktor – faktor yang mempengaruhinya seperti Kualitas Pelayanan, Tarif, dan Citra Maskapai pada industri penerbangan bertarif rendah Citilink Indonesia.
- Penelitian ini dibatasi ruang lingkungnya yaitu pada ruang lingkup di Jakarta.
- Responden pada penelitian ini dibatasi pada konsumen yang telah menggunakan jasa penerbangan Citilink minimal 2 kali.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana analisis deskriptif dari Kualitas Pelayanan, Tarif, Citra Maskapai, dan Loyalitas Penumpang dari maskapai Low Cost Carrier Citilink Indonesia?
2. Apakah Kualitas Pelayanan dan Tarif berpengaruh terhadap Citra Maskapai dan Loyalitas Penumpang pada Citilink Indonesia?
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Tarif berpengaruh terhadap Citra Maskapai pada Citilink Indonesia?
4. Apakah Kualitas Pelayanan dan Tarif berpengaruh terhadap Loyalitas Penumpang pada Citilink Indonesia?
5. Apakah Kualitas Pelayanan dan Tarif berpengaruh terhadap Loyalitas Penumpang melalui Citra Maskapai pada Citilink Indonesia?

E. Manfaat Penelitian

Diharapkan dengan penelitian ini dapat membantu para akademisi maupun kalangan professional dalam mempelajari maupun mengembangkan penelitian ini ataupun mempelajari dan meningkatkan *brand* dari Citilink Indonesia.