

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi ini, kualitas dan pelanggan merupakan dua faktor yang penting. Organisasi harus menekankan pada pentingnya kualitas dan pelanggan. Biasanya kualitas yang baik akan diikuti dengan loyalitas pelanggan akan produk yang bersangkutan. Oleh karena itu organisasi harus selalu melakukan perbaikan kualitas untuk memenuhi keinginan pelanggan, organisasi harus berusaha agar harapan pelanggan terpenuhi atau bahkan kalau bisa terlampaui.

Perkembangan jasa pelayanan maskapai penerbangan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Hal itu dapat dilihat dari ketatnya persaingan pelayanan dan harga yang ditawarkan berbagai maskapai penerbangan. Daya tarik industri penerbangan cukup besa dan menjanjikan. Hal ini dapat dilihat banyaknya industri penerbangan yang menggeluti bisnis tersebut. Begitu juga dengan Lion Air yang memang sudah diakui oleh seluruh pengguna fasilitas jasa penerbangan.

Saat ini perusahaan berusaha membuat para konsumen tersebut loyal kepada produk mereka. Oleh sebab itu, kepuasan konsumen harus disertai dengan loyalitas konsumen. Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif

jadi semakin lama loyalitas seseorang konsumen, semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang.

Pengusaha mengetahui bahwa kebutuhan primer konsumen dibedakan menjadi tiga macam yaitu pangan (makan & minum), sandang (pakaian), dan papan (tempat tinggal), mereka dapat melihat hal ini sebagai prospek dalam berbisnis, sesuai dengan adanya permintaan dan penawaran. Ada pengusaha yang berbisnis di bidang pangan, di bidang sandang, maupun di bidang papan. Bidang yang terakhir merupakan bisnis yang paling besar mengandung risiko, karena biasanya bidang ini menggunakan modal yang besar, contoh : perumahan, apartemen, perhotelan, dan sebagainya.

Perusahaan jasa harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan, salah satu tujuan perusahaan adalah menciptakan loyalitas konsumen, salah satunya adalah dengan penetapan harga jasa. Penetapan harga jasa berbeda dengan harga barang dalam beberapa aspek seperti: Jasa tidak menghasilkan transfer kepemilikan fisik, variabilitas input dan output, heterogenitas jasa membatasi pengetahuan konsumen tentang harga jasa, dan lain-lain.

Harga yang tepat sesuai dengan pelayanan dan kinerja yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menciptakan kepuasan konsumen, konsumen yang merasa puas dapat tercipta loyalitas konsumen.

Harga berperan penting secara makro (bagi perekonomian secara umum) dan secara mikro (bagi konsumen dan perusahaan). Bagi perekonomian, harga dapat

mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga, dan lainlain; bagi konsumen, harga dapat menjadi salah satu pertimbangan dalam membuat keputusan pembelian; sedangkan bagi perusahaan, harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan adalah kualitas pelayanan perusahaan. Kualitas pelayanan di dalam bisnis perhotelan, merupakan salah satu pemikiran yang sering digunakan dalam menilai kualitas suatu hotel, konsumen akan menilai pelayanan yang diberikan. Konsumen yang mendapatkan kepuasan maka konsumen tersebut dapat menggunakan jasa tersebut lagi di kemudian hari (loyalitas konsumen). Perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan konsumen merasa mendapatkan kepuasan maka akan tercipta loyalitas konsumen, dan sebaliknya.

Berkembangnya industri penerbangan memberikan suatu kesempatan dan tantangan yang baru bagi perusahaan penerbangan. Kesempatan muncul sehubungan dengan meningkatnya permintaan akan jasa penerbangan. Sedangkan yang menjadi tantangannya adalah semakin tingginya tingkat persaingan diantara perusahaan penerbangan yang telah ada. Setiap perusahaan penerbangan berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik dari hari ke hari. Lion Air adalah salah satu perusahaan maskapai penerbangan swasta yang berkomitmen untuk mempertahankan kualitas pelayanan kepada konsumen dan pelanggannya dengan tujuan tetap terjalannya hubungan baik dimasa depan serta loyalitas pelanggan dapat dipertahankan.

pelanggannya, dengan tujuan tetap terjalinnya hubungan baik dimasa depan serta loyalitas pelanggan dapat dipertahankan.

Lion Air adalah salah satu perusahaan penerbangan yang berkomitmen untuk mempertahankan kualitas pelayanan kepada konsumen dan pelanggannya, dengan tujuan tetap terjalinnya hubungan baik dimasa depan serta loyalitas pelanggan dapat dipertahankan. Jenis pelayanan yang dilakukan meliputi pelayanan pemesanan tiket pesawat, pelayanan penumpang di bandar udara (*check-in, baggage handling*), pelayanan pengiriman barang melalui udara (*air cargo*), dan pelayanan penumpang di dalam pesawat selama penerbangan. Lion Air berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada penumpang, meskipun tidak mudah untuk dicapai.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Kantor Lion Air di Tower Gajah Mada, terdapat beberapa masalah yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan, baik itu berupa komplain atau teguran langsung yang disampaikan penumpang, maupun pembatalan pemesanan tiket pesawat. Masalah-masalah tersebut di antaranya dikarenakan keterlambatan penerbangan dikarenakan pesawat belum dinyatakan *full passanger* dengan status baik untuk terbang, keramahan beberapa karyawan yang masih kurang baik, sampai sistem reservasi tiket yang nonaktif.

Adapun masalah Harga yang menjadi masalah yang berkaitan dengan loyalitas si konsumen terhadap pemakaian jasa dari maskapai Lion Air adalah Masalah yang dihadapi perusahaan ini adalah semakin maraknya industri

penerbangan lainnya yang menerapkan sistem *Low Cost Carrier* (LCC) yaitu dengan menawarkan harga tiket yang murah.

Tabel 1.1

Data Perbandingan Tarif Maskapai Penerbangan Nasional

MASKAPAI	LION AIR	SRIWIJAYA	BATAVIA	MANDALA	AIR ASIA
RUTE	Jakarta (CGK)	Jakarta (CGK)	Jakarta (CGK)	Jakarta (CGK)	Jakarta (CGK)
Medan (MES)	Rp434.000	Rp560.000	Rp630.000	Rp685.000	Rp380.000
Padang (PDG)	Rp440.000	Rp635.000	Rp565.000	Rp699.000	Rp335.000
Surabaya (SUB)	Rp461.000	Rp485.000	Rp540.000	Rp639.000	Rp350.000
Semarang (SRG)	Rp435.000	Rp540.000	Rp625.000	Rp598.000	Rp365.000
Denpasar (DPS)	Rp345.000	Rp560.000	Rp689.000	Rp785.000	Rp326.000
Menado (MDC)	Rp640.000	Rp740.000	Rp756.000	Rp754.000	-
Ujung Pandang (UPG)	Rp545.000	Rp655.000	Rp765.000	Rp698.000	Rp653.000
Banjarmasin (BDJ)	Rp640.000	Rp756.000	Rp789.000	Rp745.000	-
Balikpapan (BPN)	Rp581.000	Rp732.000	Rp685.000	Rp685.000	Rp686.000
Kendari (KDI)	Rp445.000	Rp625.000	Rp562.000	Rp725.000	-
Batam (BTH)	Rp460.000	Rp575.000	Rp635.000	Rp635.000	Rp482.000
Jogyakarta (JOG)	Rp335.000	Rp476.000	Rp525.000	Rp450.000	Rp250.000

Sumber, data marketing Lion air 2011

Dari contoh di atas bisa di perlihatkan adanya perbandingan harga antara tiap kompetitor maskapai penerbangan yang ada di indonesia. Dari segi harga Lion Air dan Air Asia memiliki *Low Cost Carrier* (LCC). Untuk harga maskapai Sriwijaya, Batavia, Mandala, dan Garuda lebih mahal dengan Lion Air dan Air Asia. Lion Air dan Air Asia sendiri memiliki harga yang hampir sama dan tipis untuk daerah Sumatera (Medan, Padang, dan Batam). Untuk daerah Jawa dan Bali Air Asia cenderung memiliki harga yang murah di bandingkan Lion Air kecuali

untuk daerah Sulawesi dan Kalimantan Lion Air cenderung punya harga yang lebih murah.

Tabel 1.2

Data Tingkat Loyalitas Jasa Maskapai Penerbangan Nasional

NO	Jasa Penerbangan	Tahun 2010		Tahun 2011	
		TTS	Rating	TTS	Rating
1	Garuda	4,249	1	4,201	1
2	Batavia Air	3,714	6	3,923	2
3	Lion Air	3,812	2	3,879	3
4	Air Asia	3,801	4	3,827	4
5	Mandala Air	3,806	3	3,800	5
6	Sriwijaya Air	3,793	5	3,690	6

Sumber: Dari marketing Lion Air 2011

*)ket:TSS=*TotalSatisfactionScore*

Berdasarkan tabel 1.2 diatas mengenai data tingkat loyalitas jasa pelanggan dalam menggunakan jasa penerbangan Lion Air dimana terjadinya penurunan rating menjadi salah satu indikator bahwa loyalitas pelanggan juga menurun. Jumlah penumpang terus mengalami penurunan flukstasi (naik turun) pada setiap rute penerbangan pada tahun 2011. Padahal Data Pusat Statistik (BPS) jumlah pertumbuhan penumpang pesawat pada tahun 2011 mencapai 23,39% yaitu menjadi 53,36 juta dari jumlah penumpang pada 2010 sebanyak 43,6 juta orang.

Untuk penerbangan domestik, jumlah penumpang pesawat pada 2011 meningkat menjadi 43,77 juta orang atau naik 22,77% dibanding tahun sebelumnya yang sebesar 35,65 juta orang.

Dengan adanya masalah seperti itu Lion Air selalu harus adu strategi untuk menjaring penumpang agar tetap loyal terhadap produknya. Masalah harga tiket memang sensitif, beda sedikit saja calon penumpang bisa pindah ke maskapai lain. Bukan hanya masalah di harga saja tapi Lion Air juga mempunyai masalah di kualitas dalam hal waktu dan *service*. Dengan harga yang murah bukan berarti akan jadi loyalitas buat penumpang kalau seringnya *delay* dan komplek bagasi yang akan mempengaruhi kualitas dan *expectations*, maka konsumen mendapatkan kepuasan, akhirnya akan menciptakan loyalitas konsumen.

Mengingat pentingnya faktor-faktor tersebut di atas dalam mempengaruhi keberhasilan setiap perusahaan dalam menerapkan strateginya, maka penulis ingin memahami lebih jauh lagi mengenai pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen dengan melakukan studi yang berjudul:

“ PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PENERBANGAN DOMESTIK PT. LION AIR”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena-fenomena yang menjadi latar belakang di atas, maka permasalahan yang ada dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana deskripsi kualitas pelayanan dan persepsi harga pada perusahaan penerbangan domestik Lion Air?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada industri penerbangan domestik Lion Air?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada industri penerbangan domestik Lion Air?
4. Apakah kualitas pelayanan dan persepsi harga secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada industri penerbangan domestik Lion Air?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui deskripsi kualitas pelayanan dan persepsi harga pada perusahaan penerbangan domestik Lion Air.
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada industri penerbangan domestik Lion Air.
3. Mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas konsumen pada industri penerbangan domestik Lion Air.
4. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada industri penerbangan domestik Lion Air.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil Riset ini dapat membantu memberikan masukan dan pertimbangan bagi peningkatan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Selain itu memberikan informasi, gambaran dan masukan kepada perusahaan untuk

membuat suatu gagasan baru atau ide-ide baru yang dapat menjadikan perusahaan tetap eksis atau hidup (terus berjalan) dan lebih dikenal oleh masyarakat luas.

2. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan kepada masyarakat sebagai bahan pertimbangan dalam memilih produk yang berkualitas.

3. Bagi Peneliti

Merupakan tambahan pengetahuan dari dunia praktisi yang sangat berharga untuk digabungkan dengan penerahuan teoritis yang di peroleh di bangku kuliah.