

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Dewasa ini seiring dengan perkembangan zaman banyak kebutuhan manusia yang didasarkan pada kebutuhan sehari-hari. Kebutuhan seseorang tersebut mempunyai tujuan yang berbeda antara individu satu dengan yang lainnya, sebagai contoh para pengusaha yang selalu melakukan perjalanan dengan tujuan melakukan kunjungan atau peninjauan tentang bisnis yang akan dilakukannya. Selain itu banyak kelompok orang yang sering melakukan perjalanan dengan tujuan yang berbeda-beda.

Dengan banyaknya kebutuhan orang atau kelompok dalam melakukan perjalanannya, diperlukan pemikiran atau pemecahan masalah seperti hal perjalanan yang dapat mempersingkat waktu atau perjalanan yang dapat memberikan kesan positif dalam pemasarannya. Untuk itu diperlukan angkutan yang dapat memberikan jawaban atas semua masalah tersebut, seperti angkutan udara (pesawat udara), dengan angkutan udara diharapkan dapat mempersingkat waktu dalam perjalanan seseorang.

Pada zaman sekarang transportasi udara sudah semakin berkembang pesat. Pertumbuhan global tidak akan memiliki arti sama sekali, bahkan nyaris menjadi sulit berkembang tanpa terselenggaranya sistem angkutan udara yang baik. Transportasi udara merupakan transportasi yang membutuhkan banyak uang untuk penggunaannya. Selain memiliki teknologi yang lebih canggih,

transportasi udara merupakan alat transportasi tercepat dibandingkan dengan alat transportasi lainnya.

Sebagai negara berkembang dan terdiri dari banyak pulau yang terbentang dari Sabang sampai Merauke, dan banyaknya antusiasme masyarakat terhadap kemajuan, Indonesia merupakan Negara yang sangat berpotensi kedepannya dalam pengembangan jasa angkutan udara, dimana angkutan udara dapat menjangkau daerah-daerah terpencil sekaligus, dan juga dapat menghemat banyak waktu dalam perjalanan dibanding dengan sarana transportasi lain seperti darat dan laut. Dengan banyaknya peminat dalam penggunaan transportasi udara, pihak-pihak yang terkait seperti penyedia layanan penerbangan yaitu maskapai penerbangan, melakukan berbagai langkah dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan yang semakin meningkat dari masa ke masa.

Beberapa lembaga melakukan survey tentang persentase jumlah konsumen transportasi penerbangan untuk setiap maskapai, sebagai berikut :

**Table 1.1**

**Presentase Pengguna Maskapai 2015**

Maskapai	Jan	Feb	Mar	Apr
Garuda Indonesia	40,0 %	41,0%	41,5%	41,3%
Lion Air	35,1 %	36,5%	35,5%	35%
Air Asia	14,7%	12,0%	12,5%	12,1%
Citilink	10,2%	10.5%	10,5%	11,6%

Sumber : YLKI

Perusahaan maskapai penerbangan domestik dewasa ini semakin berkembang pesat, hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya perusahaan penerbangan baru yang bermunculan dengan menawarkan berbagai tingkat kepuasan. Pada dasarnya semua usaha yang dilakukan oleh perusahaan adalah untuk mendapatkan konsumen dan kemudian berusaha mempertahankan konsumen tersebut. Untuk dapat menguasai pasar, perusahaan harus mengambil macam-macam tindakan yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

Loyalitas konsumen adalah hal yang sangat penting. Seorang pemasar sangat mengharapkan akan dapat mempertahankan konsumennya dalam waktu yang lama. Sebab apabila perusahaan memiliki seorang konsumen yang loyal, maka ia dapat menjadi asset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Konsumen tersebut tidak hanya secara terus menerus menggunakan produk atau jasa perusahaan, tetapi dengan sendirinya konsumen tersebut juga akan merekomendasikannya kepada orang lain sesuai dengan pengalaman yang ia rasakan. Konsumen yang loyal secara tidak langsung dapat membantuk perusahaan untuk mendapatkan konsumen baru. Konsumen yang loyal mempunyai kecenderungan lebih rendah untuk berpindah merek kepada produk atau jasa pesaing. Dengan kata lain, orang yang loyal terhadap suatu perusahaan maka ia akan sangat setia terhadap perusahaan tersebut.

Namun, sangat sulit untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Beberapa perusahaan terlihat masih kesulitan untuk mempertahankan konsumennya.

Seperti beberapa ungkapan yang disampaikan oleh para calon penumpang maskapai penerbangan yang berada di Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Merka mengatakan telah beberapa kali menggunakan maskapai penerbangan Lion Air. Tetapi dengan adanya keterlambatan jam penerbangan dari jadwal yang diinginkan membuat mereka ragu untuk menggunakan maskapai tersebut dan mulai mencoba untuk menggunakan maskapai penerbangan lain. Hal ini tentu sangat disayangkan untuk pihak Lion Air.

PT Lion Mentari Airlines beroperasi sebagai Lion Air merupakan salah satu maskapai penerbangan bertarif rendah dan juga maskapai swasta terbesar di Indonesia. Maskapai ini berkantor pusat di Jakarta, Indonesia. Lion Air terbang ke kota-kota antara lain di Indonesia, Singapura, Vietnam, Malaysia. Basis utama dari maskapai penerbangan ini adalah Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta, Jakarta. Maskapai ini mengoperasikan penerbangan penumpang berjadwal dengan jaringan yang luas dari Jakarta ke 79 tujuan. Lion Air telah menambah armadanya dengan sangat pesat untuk memenuhi kebutuhan Pesawat Jet jarak menengah di Negara dengan penduduk keempat terbesar di Dunia<sup>1</sup>.

Lion air yang terus berusaha mengutamakan kepuasan konsumen, tak lepas dari permasalahan lain. Hal ini dapat dilihat dalam artikel yang ditulis oleh Ilyas Istianur Praditya<sup>2</sup> berisi tentang salah satu permasalahan yang dihadapi oleh Lion Air yang terjadi pada pertengahan Februari 2015, terdapat

---

<sup>1</sup> [http://id.wikipedia.org/wiki/Lion\\_Air](http://id.wikipedia.org/wiki/Lion_Air), pada tanggal 23 Maret 2015 pukul 16.46

<sup>2</sup> Ilyas Istianur Praditya, Kasus Delay Terparah Lion Air Jadi Sorotan Media Asing, (<http://bisnis.liputan6.com/read/2179149/kasus-delay-terparah-lion-air-jadi-sorotan-media-asing>, diakses pada tanggal 9 Maret 2015 pukul 15.02)

keterlambatan penerbangan yang terjadi selama berjam-jam bahkan penerbangan dipindahkan ke esok harinya, hal ini mengakibatkan beberapa tindakan anarkis dilakukan para penumpang mulai dari berteriak-teriak, memukul meja menyandera karyawan Lion Air hingga pesawat yang ada di apron Bandara, serta menutup pintu masuk Bandara Internasional Soekarno-Hatta.

Permasalahan seperti di atas adalah cara penumpang untuk melampiaskan ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan oleh Lion Air. Kejadian seperti ini dapat menimbulkan pengaruh negatif bagi perusahaan jika tidak ditangani dengan baik.

Permasalahan-permasalahan yang terjadi akan memperburuk citra perusahaan dari maskapai Lion Air. Setiap perusahaan mempunyai citra yang disadari atau tidak disadari telah melekat pada perusahaan-perusahaan tersebut, di mana masyarakat memiliki penilaian tersendiri terhadap perusahaan-perusahaan tersebut, begitu juga pada maskapai penerbangan. Saat ini banyak perusahaan yang memahami pentingnya memberikan perhatian untuk membangun citra perusahaan yang positif di mata masyarakat, karena citra positif perusahaan akan memberikan keuntungan bagi perusahaan untuk jangka waktu yang panjang. Sudah seharusnya setiap perusahaan mengetahui citranya dan membangun citra perusahaan yang baik di mata masyarakat.

Masalah yang terjadi di Lion Air berlanjut ketika pada akhir bulan Februari 2015. Dalam berita yang berjudul "Izin Sembilan Rute Lion Air

Dicabut<sup>3</sup> yang diterbitkan oleh koran-sindo.com berisi tentang adanya sembilan rute penerbangan Lion Air yang dicabut oleh Kementerian Perhubungan. Hal tersebut dilakukan sebagai sanksi pasca insiden penundaan penerbangan yang terjadi pada pertengahan Februari 2015 lalu. Dengan terjadinya masalah ini akan membuat citra Lion Air semakin memburuk. Konsumen pun akan menjadi ragu untuk menggunakan maskapai Lion Air. Karena tidak ingin mengambil resiko jika penerbangan mereka dibatalkan.

Hal tersebut di atas membuat konsumen semakin ragu dan tidak percaya untuk menggunakan jasa penerbangan dari maskapai Lion Air. Salah satu penumpang maskapai Lion air<sup>4</sup> mengatakan bahwa beliau memiliki kecemasan menyangkut keterlambatan penerbangan yang sering terjadi pada maskapai tersebut. Apalagi keterlambatan yang terjadi akhir-akhir ini adalah keterlambatan yang cukup panjang. Membuat beliau semakin ragu untuk menggunakan maskapai ini.

Dengan adanya permasalahan yang terjadi di atas akan sangat berpengaruh terhadap citra perusahaan dan juga kepuasan konsumen Lion Air. Tentunya hal ini dapat menyebabkan penurunan loyalitas konsumen terhadap maskapai Lion Air.

---

<sup>3</sup> Heru febrianto, Izin Sembilan Rute Lion Air Dicabut, (<http://www.koran-sindo.com/read/969674/149/izin-sembilan-rute-lion-air-dicabut-1425007033>, diakses pada tanggal 8 April 2015 pukul 08.33)

<sup>4</sup> Hasil Wawancara

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dikemukakan bahwa rendahnya loyalitas konsumen maskapai Lion Air di Terminal 1A Bandara Internasional Soekarno Hatta di Cengkareng dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut :

1. Citra perusahaan yang buruk
2. Menurunnya kepercayaan konsumen terhadap maskapai
3. Rendahnya tingkat kepuasan konsumen

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi masalah yang diteliti hanya pada “Hubungan antara Citra Perusahaan dan Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen pada Penumpang Maskapai Lion Air di Terminal 1A Bandara Internasional Soekarno-Hatta di Cengkareng”.

## **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan antara citra perusahaan dengan loyalitas konsumen pada penumpang maskapai Lion Air di terminal 1A Bandara Internasional Soekarno-Hatta di Cengkareng?

2. Apakah terdapat hubungan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen pada penumpang maskapai Lion Air di terminal 1A Bandara Internasional Soekarno-Hatta di Cengkareng?
3. Apakah terdapat hubungan antara citra perusahaan dan kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen pada penumpang maskapai Lion Air di terminal 1A Bandara Internasional Soekarno-Hatta di Cengkareng?

#### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai sarana dalam menambah wawasan berpikir dan pengetahuan mengenai masalah citra perusahaan dan kepuasan konsumen dalam hubungannya dengan loyalitas konsumen.

2. Bagi Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang ingin meneliti bidang yang sama dan juga untuk memperkaya koleksi perpustakaan dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan.