

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, transportasi merupakan kebutuhan penting dalam menunjang kegiatan manusia, dengan adanya sarana transportasi yang baik, masyarakat akan semakin mudah melakukan mobilisasi dalam sehari - hari. Namun manusia juga tentunya memiliki keinginan (wants) yang harus dipenuhi juga oleh dirinya. Dalam menggunakan sebuah sarana transportasi setiap manusia pastinya ingin transportasi yang mudah, praktis, harga yang murah namun memiliki pelayanan yang maksimal, oleh karena itu perusahaan transportasi berusaha memberikan inovasi terbaik, seperti halnya dalam dunia penerbangan dimana setiap perusahaan penyedia jasa transportasi udara bersaing dengan satu sama lain. Setiap perusahaan penyedia jasa transportasi udara berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan setiap manusia dengan cara dan keistimewaannya masing – masing dalam persaingan bisnis penerbangan.

Dunia penerbangan di Indonesia dipenuhi dengan banyak perusahaan penyedia jasa transportasi udara yang berusaha mendapatkan pelanggan dengan maksimal. Konsumen memiliki banyak pilihan yang dapat dipertimbangkan dari segi kualitas jasa, harga, kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan. Kepuasan konsumen sungguh berpengaruh dalam dunia persaingan usaha transportasi udara terutama. Sebuah perusahaan sudah semestinya memertingkan kepuasan konsumen, namun setiap konsumen memiliki tolak ukur kepuasannya masing – masing yang hampir sama dengan konsumen lain, oleh karena itu ketika konsumen puas terhadap suatu produk atau jasa cenderung akan kembali untuk menggunakan produk atau jasa itu lagi, namun sebaliknya jika tidak memuaskan maka konsumen akan berpikir untuk menggunakan produk atau jasa tersebut kembali. Kualitas



produk atau jasa juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebuah produk atau jasa, seperti ketika kualitas produk atau jasa yang buruk, maka setiap konsumen bisa merasakan kecewa terhadap sebuah produk atau jasa tersebut dan cenderung enggan menggunakannya lagi. Oleh karena itu setiap perusahaan memiliki *Quality Control* dan *Standard Operational Procedure* (SOP) yang diciptakan untuk menjaga kualitas produk atau jasa yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan, selain kualitas produk dan jasa konsumen juga tentunya memperhatikan harga yang ditetapkan oleh perusahaan untuk dibayarkan saat membeli suatu produk atau menggunakan suatu jasa, konsumen akan melihat apakah uang yang dibayarkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan dari suatu produk atau jasa, seperti apakah produk tersebut *overpriced* atau tidak.

Selain kualitas produk atau jasa, dan harga masih ada hal yang mempengaruhi yaitu kualitas pelayanan dan promosi yang diberikan oleh perusahaan sehingga membuat konsumen nyaman atau tidak nyaman yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan dan promosi yang diberikan oleh sebuah perusahaan menjadi sebuah nilai tambah bagi perusahaan produk atau jasa itu. Kepuasan pelanggan tentunya akan sangat berpengaruh bagi perusahaan dalam menarik konsumen baik calon konsumen atau konsumen yang sudah menggunakan produk atau jasa tersebut.

Perkembangan transportasi udara di Indonesia sudah lebih baik dapat dilihat dari sarana dan prasarana yang tersedia dan sedang dibangun. Tingginya mobilitas penduduk dan barang di Indonesia yang menggunakan transportasi udara telah diimbangi dengan peningkatan jumlah perusahaan penyedia jasa transportasi udara penerbangan di Indonesia. Perusahaan penyedia jasa transportasi udara penerbangan di Indonesia biasanya melayani dua jenis penerbangan yaitu penerbangan penumpang dan kargo. Setiap perusahaan penyedia jasa transportasi udara umumnya mengkombinasikan peawat penumpang dengan kargo sehingga





ada beberapa pesawat penumpang yang juga membawa kargo namun dengan jumlah yang tidak banyak. Berikut adalah tabel jumlah pengguna transportasi udara di Indonesia :

Tabel 1.1
Jumlah Pengguna Transportasi Udara di Indonesia
Mei 2017

Tahun		Datang	Berangkat
2017	Pesawat (unit)	3.623	3.622
	Penumpang (orang)	113.686	120.048

Sumber : <http://hubud.dephub.go.id>

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah pesawat yang datang cukup banyak yaitu sebesar 3.623 unit pesawat dengan jumlah penumpang sebanyak 113.686 orang dan yang berangkat sebesar 3.622 unit pesawat, dengan jumlah penumpang sebanyak 120.048.

Sehingga dapat dilihat bahwa perkembangan dunia transportasi udara di Indonesia semakin meningkat dan maju, dan memiliki peluang untuk terus berkembang dan ditingkatkan dalam

Persaingan bisnis transportasi udara di Indonesia cukup tinggi, dimana ada beberapa perusahaan penyedia jasa transportasi udara yang terlibat dalam persaingan, dengan salah satu perusahaan penyedia jasa transportasi udara milik Pemerintah Republik Indonesia yaitu Garuda Indonesia yang menawarkan pengalaman untuk mencoba pelayanan serta penerbangan terbaik dengan standar kelas dunia, selain itu ada beberapa perusahaan penyedia jasa transportasi udara milik swasta yang ada di Indonesia. Setiap perusahaan transportasi di Indonesia sendiri menasar target pasar yang berbeda – beda dengan tujuan memperoleh keuntungan yang semakin besar. Seperti contohnya *Lion Air* yang menawarkan harga tiket termurah dengan pesawat – pesawat terbaru yang dimiliki serta teknologi terbaru didalam bidang transportasi udara di Indonesia. Berikut disajikan tabel *Market Share* perusahaan jasa transportasi udara di Indonesia :



Tabel 1.2
Market Share Jasa Transportasi Udara di Indonesia
Mei 2017

MERЕК	TOP BRAND INDEX	TOP
Garuda Indonesia	40.7%	TOP
Lion Air	31.8%	TOP
Citilink	9.1%	
Air Asia	6.9%	
Batik Air	3.1%	
Sriwijaya Air	3.0%	

Sumber : <http://www.topbrand-award.com>

Dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah Transportasi Udara di Indonesia yaitu Lion Air dan Garuda Indonesia, dimana berdasarkan tabel 1.2 Garuda Indonesia berada di posisi pertama dalam persaingan transportasi udara di Indonesia.

Peneliti juga melakukan Pra-Penelitian untuk mencari masalah-masalah yang terjadi dengan perusahaan penyedia jasa transportasi udara. Peneliti melakukan pra-penelitian dengan menyebarkan survey masalah kepada 30 orang responden pengguna transportasi udara Lion Air. Pra-penelitian dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dialami konsumen pengguna transportasi udara Lion Air. Berikut adalah tabel hasil pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 1.3
Hasil Pra Penelitian

No	Pernyataan	Ya	Tidak	Total	% Masalah
Kualitas Pelayanan					
1	Keberangkatan penerbangan Lion Air tidak tepat waktu.	24	6	30	80%
2	Lion Air membutuhkan waktu yang lama untuk menangani keluhan pelanggan.	25	5	30	83,4%
3	Informasi yang diberikan oleh petugas Lion Air tidak memuaskan konsumen.	22	8	30	73,3%
4	Penanganan bagasi terlalu lama dan tidak aman.	17	13	30	56,6%
Promosi					
1	Kurangnya diadakan diskon harga.	11	19	30	36,6%
2	Kurang gencarnya promosi.	19	11	30	63,3%
3	Promosi yang diadakan kurang menarik.	18	12	30	60%
Harga					
1	Harga tiket terlalu mahal.	3	27	30	6,7%
2	Harga tiket tidak bersaing dengan pesaing.	27	3	30	10%
3	Harga tiket tidak sesuai dengan kualitas jasa yang ditawarkan.	16	14	30	53,4%
Citra Merek					
1	Lion Air memiliki citra merek yang buruk.	20	10	30	66,7%
2	Logo Lion Air tidak menarik.	17	13	30	56,7%
Ekuitas Merek					
1	Lion Air sulit untuk diingat oleh konsumen	11	19	30	36,7%
2	Lion Air memiliki popularitas dibawah pesaing	21	9	30	70%
Kepuasan Pelanggan					
1	Saya tidak puas terhadap Lion Air.	19	11	30	63,3%
2	Saya tidak akan menggunakan Lion Air di lain waktu.	12	18	30	40%
3	Saya lebih memilih Lion Air daripada Maskapai lain.	8	22	30	26,6%

Sumber : Perhitungan Kuesioner Pra-Penelitian.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 - Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan hasil survey masalah yang dilakukan oleh peneliti terhadap 30 orang responden, terdapat cukup banyak masalah yang ditemukan. Salah satu permasalahan yang sangat sering dibahas oleh para pengguna transportasi udara Lion Air adalah waktu yang diperlukan untuk menangani keluhan pelanggan dengan presentase masalah yang cukup besar yaitu 83,4%. Dari sisi promosi, permasalahan yang banyak dikeluhkan oleh konsumen yaitu kurang gencarnya promosi dengan dengan persentase 63,3%. Lalu untuk kepuasan, konsumen cenderung tidak puas dengan transportasi udara Lion Air dengan tingkat persentase masalah yaitu 63,3,7%.

Sebagian besar responden juga mengeluhkan terkait kualitas pelayanan Lion Air yang cukup buruk yaitu keberangkatan penerbangan Lion Air yang tidak tepat waktu atau sering terjadi penundaan keberangkatan (*delay*) dengan persentase masalah yaitu 80%, serta informasi yang diberikan oleh petugas Lion Air tidak memuaskan dengan persentase masalah yaitu 73,3%. Penanganan bagasi Lion Air pun dirasa oleh pengguna Lion Air masih cukup lama dan kurang aman dengan persentase masalah yaitu 56,6%.

Dari segi promosi juga terdapat masalah yang berupa kurang gencarnya promosi yang diadakan kurang menarik dengan persentase 60%. Serta harga tiket yang ditawarkan Lion Air tidak sesuai dengan kualitas jasa yang ditawarkan oleh Lion Air kepada pengguna Lion Air dengan tingkat persentase yaitu 53,4%. Terdapat juga masalah terkait buruknya citra merek dari Lion Air yang buruk dengan persentase masalah 66,7% serta logo Lion Air yang tidak menarik dengan persentase yaitu 56,7%.

Lion Air juga masih berada dibawah popularitas pesaing yang dengan persentase masalah yaitu 70%. Dari hasil survei masalah tersebut, banyak permasalahan yang masih menjadi penghambat bagi Lion Air dan menjadi masalah yang dikeluhkan oleh konsumen,



sehingga pihak perusahaan Lion Air sudah seharusnya mampu memperbaiki masalah tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diperoleh identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Konsumen tidak puas dengan Transportasi Udara Lion Air.
2. Konsumen mengeluhkan kekurangan dalam layanan Transportasi Udara Lion Air.
3. Konsumen mengeluhkan kurangnya promosi yang dilakukan oleh Transportasi Udara Lion Air
4. Konsumen keberatan dengan harga yang ditetapkan oleh Transportasi Udara Lion Air.
5. Konsumen mengeluhkan citra merek Lion Air yang buruk.
6. Popularitas Lion Air berada dibawah pesaing.

1.3 Batasan Masalah

Untuk lebih mengarahkan penelitian ini, maka penulis membatasi permasalahan yang akan dibahas berdasarkan riset gap dibawah ini :

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi udara Lion Air di Jakarta Utara.
2. Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi udara Lion Air di Jakarta Utara.
3. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi udara Lion Air di Jakarta Utara



Berikut adalah tabel riset gap yang membuktikan pengaruh-pengaruh antar variabel

dalam penelitian ini

Tabel 1.4
Gap Research

No	Permasalahan/Isu	Gap Riset	Peneliti	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.	Terdapat perbedaan pendapat mengenai hubungan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.	Wael Rahhal (2015) and Gi Tae Yeo , Vinh V. Thai, Sae Yeon Roh (2015)	Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
			Nurul Qomariah (2011)	Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2	Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.	Terdapat perbedaan pendapat mengenai hubungan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.	Aprillia Nia Fardiani (2013), Norsyaheera Abd Wahab and Lailatul Faizah Abu Hassan (2016)	Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
			Marhaeni, Zaenal Fanani, Budi Hartono dan Bambang Ali Nugroho (2015)	Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	Terdapat perbedaan pendapat mengenai hubungan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.	Jin-Woo Park , Yu-Jin Choi , Woo-Choon Moon (2013) dan Prof. Dr. Muhammad Ehsan Malik, Muhammad Mudasar Ghafoor, dan Hafiz Kashif Iqbal (2012)	Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
			Tagor M.P Panjaitan (2012)	Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1.4 Batasan Penelitian

Agar penelitian dapat dilakukan dengan lebih terfokus, maka penulis membuat batasan penelitian sebagai berikut :

1. Objek penelitian adalah transportasi udara Lion Air.
2. Subjek penelitian adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa transportasi udara Lion Air.
3. Teknik pengumpulan data hanya berdasarkan kuesioner.

1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan riset gap yang dikemukakan, maka perumusan masalah yang diambil adalah “Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, Dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Udara Lion Air di Jakarta Utara.”

Berdasarkan rumusan masalah, berikut adalah pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian ini :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi udara Lion Air di Jakarta Utara?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi udara Lion Air di Jakarta Utara?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi udara Lion Air di Jakarta Utara?

1.6 Tujuan Penelitian

Penulis merumuskan tujuan yang dicapai melalui penelitian ini, yaitu untuk:



1. Mendiskripsikan dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi udara Lion Air di Jakarta Utara.
2. Mendiskripsikan dan menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi udara Lion Air di Jakarta Utara.
3. Mendiskripsikan dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi udara Lion Air di Jakarta Utara.

1.7 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan atas penelitian ini, antara lain :

1. Aspek Praktis
 - a. Manfaat bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu dasar pertimbangan mengenai kualitas layanan, harga, dan promosi untuk meningkatkan kepuasan konsumen pengguna transportasi udara Lion Air.
 - b. Manfaat bagi Konsumen
Sebagai referensi dan informasi untuk konsumen dalam menentukan pilihannya menggunakan jasa transportasi udara.
2. Aspek Teoritis
 - a. Manfaat bagi pembaca
Sebagai referensi dan pengetahuan bagi pembaca tentang kualitas layanan, harga dan promosi yang dilakukan oleh transportasi udara Lion Air .
 - b. Manfaat bagi peneliti selanjutnya
Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan atau referensi untuk peneliti selanjutnya dengan penelitian sejenis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.