

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini perkembangan teknologi transportasi sudah semakin modern dilihat dari banyaknya masyarakat yang sudah menggunakan transportasi itu sendiri. Jasa transportasi yang paling banyak diminati masyarakat sekarang ini baik domestik maupun internasional yaitu jasa transportasi udara. Awalnya transportasi udara sangat jarang digunakan dan diketahui oleh masyarakat awam akan tetapi seiring dengan perkembangan zaman menggunakan jasa dari perusahaan jasa penerbangan bukanlah hal yang baru. Zaman sekarang dengan adanya perusahaan penerbangan komersil sangat membantu kelancaran transportasi ke seluruh penjuru dunia. Masyarakat yang melakukan perjalanan untuk urusan bisnis dan berlibur dominan memilih alternatif transportasi udara yang lebih efisien dan singkat dari segi waktu dibanding transportasi lainnya.

Hasil penelitian (Wiharyo *et al*, 2017) Perusahaan penerbangan yang ada di Indonesia saat ini sangat berkembang, sehingga dituntut untuk siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan pesaingnya, baik lokal maupun dari seluruh dunia agar mampu menjadi yang terdepan. Dengan demikian lingkungan yang dihadapi suatu perusahaan penerbangan juga akan menjadi semakin saling berhubungan, namun hubungan persaingan yang dihadapi perusahaan tersebut akan memaksa setiap perusahaan untuk selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan agar menjadi pilihan konsumen dan berlomba-lomba untuk

memberikan harga tiket promo ke berbagai tujuan serta mewujudkan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian (Sinaga *et al*, 2016: 27), banyak maskapai penerbangan Indonesia berbiaya rendah yang menawarkan tiket dengan harga murah dengan tujuan untuk merebut pangsa pasar yang lebih banyak di masyarakat. Namun di sisi lain, dengan tarif yang murah tersebut sering menurunkan kualitas pelayanan (*service*), bahkan yang lebih mengkhawatirkan lagi adalah menyebabkan berkurangnya kualitas pemeliharaan (*maintenance*) pesawat sehingga rawan terhadap keselamatan penerbangan dan akan berdampak kurang baik terhadap keamanan, kenyamanan, keselamatan dan perlindungan konsumen. Kurangnya kualitas pemeliharaan (*maintenance*) sering mengakibatkan pesawat *technical* pada saat pesawat tersebut ingin digunakan dan akan mengakibatkan keterlambatan jam penerbangan karena harus diperbaiki terlebih dahulu. Pesawat yang mengalami *technical* biasanya dapat menghabiskan waktu berjam-jam untuk diperbaiki karena selain mengganti *spare part* juga ada kemungkinan *spare part* yang dibutuhkan tidak tersedia dan harus menunggu dikirim dari luar kota.

Perusahaan jasa harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan, salah satu faktor yang mempengaruhi proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen adalah penetapan harga dan pelayanan yang dilakukan perusahaan jasa transportasi. Penetapan harga jasa berbeda dengan harga barang di perusahaan manufaktur. Dalam beberapa aspek seperti jasa tidak menghasilkan transfer kepemilikan fisik, variabilitas input dan output, dan keanekaragaman jasa membatasi pengetahuan konsumen tentang harga jasa.

Penetapan harga yang tepat sesuai dengan pelayanan dan kinerja yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menciptakan kepuasan konsumen, konsumen yang merasa puas dapat menciptakan loyalitas konsumen. Harga berperan penting secara makro (bagi perekonomian secara umum) dan secara mikro (bagi konsumen dan perusahaan). Hasil penelitian (Firatmadi, 2017: 88) Bagi perekonomian, harga dapat mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga, dan lain-lain 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. Hasil penelitian (Firatmadi, 2017: 88), Perusahaan dapat menetapkan besarnya harga tertentu untuk mendapatkan atau meningkatkan pangsa pasarnya, walaupun awalnya dapat menurunkan tingkat keuntungan perusahaan akan tetapi tujuannya adalah untuk memperluas pangsa pasar, dengan bertambah luasnya pangsa pasar maka tingkat penjualan akan bertambah dan tingkat keuntungan akan bertambah di waktu yang akan datang. Salah satu faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan perusahaan.

Kualitas pelayanan di dalam bisnis transportasi, merupakan salah satu pemikiran yang sering digunakan dalam menilai pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Hasil Penelitian (Harjati *et al*, 2015: 65) Jika perusahaan transportasi dapat memenuhi dan memberikan pelayanan melampaui harapan atau sesuai dengan yang diharapkan pelanggan maka perusahaan tersebut sudah menerapkan kualitas pelayanan. Unsur-unsur yang membentuk pelayanan berkualitas merupakan perpaduan dari kualitas manusia yang dicerminkan oleh perilaku atau

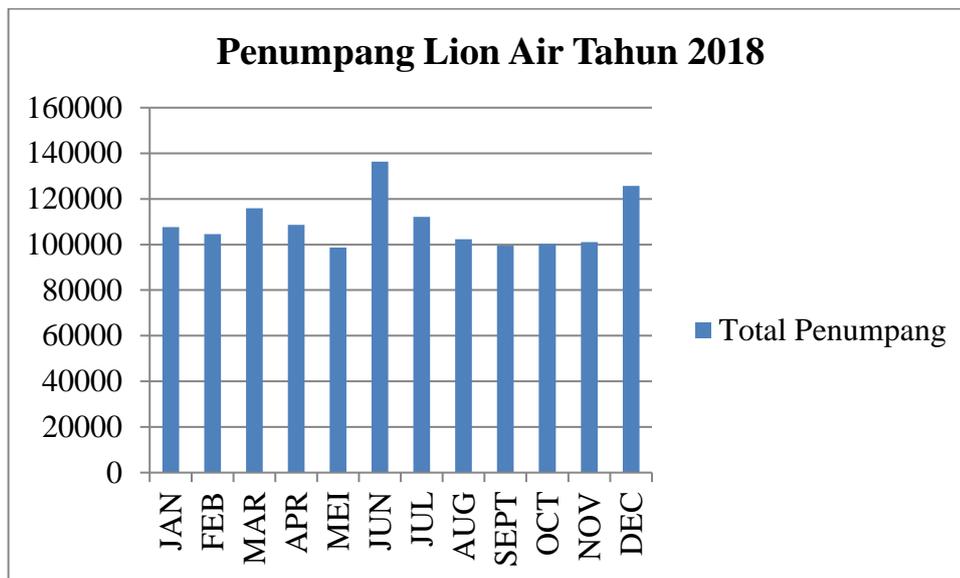
sikap pribadi dalam berinteraksi dengan para pelanggan dan ketrampilan atau keahlian yang merupakan penguasaan unsur-unsur teknik dan prosedur yang berkaitan dengan tugas pekerjaannya. Unsur-unsur dan komponen-komponen dasar dalam pelayanan sulit untuk diinventori, maka dapat dikatakan bahwa pelayanan adalah berkaitan dengan proses, dimana produk yang dinikmati oleh tamu berupa pengalaman. Pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses konsumsi jasa tersebut.

Menurut hasil penelitian (Firatmadi, 2017: 93) perusahaan akan sukses dalam jangka panjang jika dapat memuaskan kebutuhan pelanggannya dalam segi pelayanan. Apabila perusahaan transportasi dapat membuat pelanggan merasa sangat puas, dengan cara membandingkan dari apa yang dirasakan melebihi dengan yang diharapkan pelanggan itu berarti tercapainya tingkat kepuasan konsumen. Pentingnya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk pembelian kembali, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, dan timbulnya kesediaan pelanggan untuk membayar dengan harga yang wajar atas jasa yang diterimanya.

Hasil penelitian (Rasyid, 2017 : 211) apabila pelanggan sudah merasa puas dengan apa yang diterima maka selanjutnya akan terus melakukan pembelian ulang atas jasa perusahaan tersebut. Pelanggan yang sudah loyal terhadap perusahaan akan sulit untuk meninggalkannya, meskipun banyak pesaing dari perusahaan tersebut yang menawarkan produk-produk baru bahkan produk yang

hampir mirip dengan produk yang dimiliki perusahaan yang sudah memiliki merek tertentu. (S.Sharma, 2015 : 4) juga mengatakan bahwa pelanggan yang loyal terhadap sebuah perusahaan dapat dilihat dari sikap dan perilakunya yang bersedia untuk merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Banyak perusahaan penerbangan saat ini memberikan berbagai keuntungan bagi pelanggannya mulai dari membuat harga promo tiket pesawat, memberikan pelayanan prima, hingga memberikan *member card (gold & platinum)* supaya pelanggan tersebut loyal. Sebagai pelanggan yang mempunyai *member card* akan mendapatkan berbagai keuntungan, yaitu : *free baggage 10 Kg* ,dapat memilih *seat* pada saat *check in, self check in* di *airport*, hingga mendapatkan tiket gratis apabila mencapai *point* yang sudah ditentukan.

Di tengah persaingan antar maskapai penerbangan yang semakin ketat, hadir Lion Air sebagai pemain baru dengan permodalan yang cukup dan strategi penetrasi harga. Pemain baru yang amat percaya diri dan cukup sukses mengambil *positioning* sebagai LCC (*low cost carrier*) yaitu persaingan melalui rute penerbangan dengan harga murah yang semakin mempermudah pelanggan untuk mencapai tujuan. Sebagai salah satu perusahaan penerbangan di Indonesia, Lion Air masih stabil dalam bersaing dengan maskapai penerbangan baru lainnya. (Yandrianis *et al*, 2015: 49)



Gambar 1.1 Jumlah Penumpang Maskapai di Indonesia Tahun 2018

Dari gambar 1.1 grafik diatas dapat dilihat bahwa perusahaan Lion Air mampu menarik perhatian masyarakat domestik di kota Batam. Di bulan Juni tercatat jumlah penumpang yang menggunakan jasa transportasi Lion Air sekitar 136.383 orang, dimana saat itu merupakan masa *peak season* (hari raya idul fitri) dan dibulan Desember juga dilihat adanya peningkatan dari bulan November sebelumnya yaitu sekitar 125.732 yang mana di bulan tersebut juga masa *peak season* (hari natal dan tahun baru). Perusahaan Lion Air juga berusaha dalam mencari, menarik dan mempertahankan pelanggan untuk memuaskan pengguna jasanya, terutama melalui banyaknya rute dan jam penerbangan yang ditawarkan, selain itu melakukan penambahan fasilitas - fasilitas untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan. Kemudahan untuk pemesanan tiket, Lion Air menyediakan pemesanan tiket secara *online* lewat *website* dan *sms booking*. Bagi yang memesan tiket secara *online*, tersedia pula pembayaran secara *online*. Calon penumpang pun tidak perlu bersusah payah, cukup pesan dan bayar melalui satu

portal di *website* Lion Air. Ditambah lagi dengan adanya fasilitas *web check-in*, calon penumpang sudah dapat memilih *seat* dan *check-in* langsung melalui *website* Lion Air. Hal ini dilakukan Lion Air agar tidak kalah dalam persaingan atas fasilitas dan pelayanan yang dilakuka maskapai penerbangan lainnya. Lion Air melayani pelanggan dari berbeda segmen, melakukan survei yang melibatkan pelanggan, mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan serta menciptakan kepuasan konsumen dalam menggunakan transportasi pesawat terbang Lion Air.

Jika harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh maskapai Lion air dapat dijaga dengan baik tentunya dapat memberikan *feedback* yang baik pada maskapai Lion Air. Karena, jika harga dan kualitas yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan dan pelanggan tersebut merasa puas, dengan begitu pelanggan tidak akan berpaling ke maskapai pesaing (*kompetitor*) bahkan mereka cenderung akan merekomendasikan pada kerabat atau teman-teman mereka yang lain. Sebaliknya pelanggan yang tidak terpuaskan dapat menjadi iklan buruk bagi perusahaan karena dapat menghilangkan pelanggan yang baru.

Peningkatan penjualan tiket maskapai penerbangan Lion Air tidak serta merta diikuti kualitas pelayanan yang baik. Harga yang murah tidak diimbangi dengan kualitas pelayanan yang maksimal. Permasalahan yang sering dijumpai berkaitan dengan gagal terbang atau ditolak *check in* di bandara kebanyakan terjadi pada calon penumpang yang membeli tiket promosi dikarenakan terlambat waktu *check in* dan tiket dengan nomor kursi yang sama sudah terjual pada

penumpang lain, calon penumpang yang gagal terbang tidak mendapatkan pengembalian uang tiket (*refund*).

Seringnya terjadi *delay* atau keterlambatan penerbangan pada Lion Air, kejadian *delay* Lion Air sebenarnya bukan kabar baru lagi, tanpa alasan yang jelas dan seringkali menunda waktu keberangkatan, masalah teknis untuk persiapan pesawat terbang sebelum *take off* salah satu alasannya itu dikarena keselamatan penumpang sangatlah diutamakan, Namun tingkat *delay* Lion Air membuat penumpang seringkali mengatakan bahwa bukan Lion Air kalau tidak *delay*, Lion Air juga tidak *proaktif* memberikan informasi mengenai jadwal penerbangan yang tertunda. Padahal, informasi jadwal penerbangan adalah *moment of truth* bagi pelanggan. Meskipun banyak yang sudah menanyakan pada saat *check in*, namun tetap saja tidak ada informasi yang jelas, ketika emosi penumpang ingin naik, akhirnya Lion Air memberikan informasi yang tetap saja direvisi karena tidak sesuai jadwal.

Petugas operasional maskapai Lion Air yang tidak ramah terhadap pelangganya, calon penumpang sering berkomentar di media sosial karena petugas yang diminta informasi tidak sabar dan akhirnya menunjukkan wajah kesal. Petugas operasional juga sering mengoper-operkan calon penumpang yang sudah tidak dapat naik pesawat karena terlambat melapor di *counter check-in* dan *boarding gate*. Kurangnya tanggung jawab dari pihak Lion Air menangani kehilangan bagasi penumpang, pada bagian kehilangan saling lempar tanggung jawab tanpa memperhatikan keluhan konsumen. Hal ini menimbulkan pengaruh negatif Lion Air dibenak pelanggan.

Ditengah persaingan antar maskapai penerbangan yang semakin ketat, banyak upaya yang dilakukan maskapai-maskapai penerbangan tak terkecuali Lion Air. Sebagai salah satu perusahaan penerbangan di Indonesia, Lion Air masih stabil dalam bersaing dengan maskapai penerbangan baru lainnya. Yaitu dalam mencari, menarik dan mempertahankan pelanggan untuk memuaskan pengguna jasanya, terutama melalui sisi performa pelayanannya. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama dimana pelaksanaan atau kinerja jasa yang dilakukan haruslah sesuai dengan tingkat kepentingan atau harapan konsumen. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis menganggap bahwa harga dan kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan merupakan topik yang sangat menarik untuk diangkat sebagai bahan penulisan skripsi sebab dengan penulisan ini perusahaan dapat mengetahui sejauh mana kepuasan yang sudah diraskan pelanggan terhadap maskapai Lion Air sehingga perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Atas dasar pemikiran tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian. Penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan PT. Lion Air di Kota Batam”**.

1.2. Identifikasi Masalah

1. Harga tiket yang relatif murah mengakibatkan kurangnya kualitas pelayanan.
2. Pelayanan yang diberikan kurang memuaskan dikarenakan minimnya staff di perusahaan tersebut.
3. Banyaknya keluhan dari penumpang karena seringnya *Delay* atau keterlambatan penerbangan.
4. Calon penumpang yang mengantri di *counter check in* masih ada yang batal berangkat dan marah dikarenakan terlambat melapor di *counter check in*.
5. Calon penumpang yang berada di ruang tunggu sering kesal karena tidak adanya kepastian tentang informasi jadwal penerbangan.
6. Calon penumpang yang memasukkan barang berupa bagasi tercatat sering mengeluh karena adanya barang yang akan diterima di stasiun kedatangan rusak bahkan hilang.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas dan dikarenakan keterbatasan waktu, biaya dan pembahasan peneliti ini tidak melebar kemana-mana, sehingga peneliti memfokuskan dan membatasi penelitian hanya pada harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan tujuan Batam-Jakarta di PT. Lion Air di Kota Batam.

1.4. Perumusan masalah

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Lion Air Batam?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Lion Air Batam?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT.Lion Air Batam?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT.Lion Air Batam?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT.Lion Air Batam?

1.5. Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini merupakan jawaban atas masalah yang diteliti.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan PT. Lion Air.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Lion Air.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. Lion Air.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan PT. Lion Air.

5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. Lion Air.

1.6. Manfaat Penelitian

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

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada konsumen agar lebih memerhatikan tentang harga dan kualitas pelayanan saat menggunakan jasa penerbangan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi PT. Lion Air Batam selaku perusahaan dalam jasa penerbangan, mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan bagi perusahaan, sehingga dapat dijadikan sebagai masukan atau pertimbangan dalam mengembangkan masukan yang lebih baik dimasa yang akan datang.

- b. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan kondisi yang terjadi di lapangan, serta untuk menambah pengalaman dalam melakukan penelitian ini.

c. Bagi pihak lain

Bagi pembaca diharapkan dapat memberikan informasi tambahan mengenai harga, kualitas pelayanan yang berguna untuk menambah pemahaman mengenai kepuasan pelanggan dan loyalitas serta dapat memberikan gambaran bagi penelitian selanjutnya.