

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan zaman dan teknologi menuntut sebuah perusahaan untuk memiliki daya saing yang kuat di tengah ketatnya persaingan di era globalisasi saat ini. Dalam rangka memenangkan persaingan sebuah perusahaan dituntut untuk memberikan tingkat pelayanan yang baik sehingga memberikan tingkat kepuasan yang baik pula bagi para konsumen. Hal ini tentu sejalan dengan tujuan dari sebuah perusahaan yakni mencari keuntungan dengan cara memberikan kepuasan kepada para konsumennya. Bentuk tingkat pelayanan yang dapat diberikan adalah dengan memberikan barang atau jasa dengan kualitas yang baik.

Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui strategi kualitas pelayanan yang baik, dalam jangka panjang dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk berkomitmen dalam menjalin hubungan relasional yang baik dengan perusahaan. Disisi lain, strategi ini merupakan keuntungan bagi perusahaan karena dapat secara berkelanjutan membina hubungan yang kuat dan menjamin kepuasan konsumen akan semakin terpenuhi secara maksimal. Oleh karena itu, perusahaan jasa harus memberikan kualitas pelayanan secara maksimal guna meningkatkan hubungan kuat dalam jangka panjang dan kepuasan konsumen serta dapat menjaga loyalitas konsumen dengan baik. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan Kotler, (2005).

Globalisasi dan pertumbuhan penduduk yang tinggi pada saat ini mengakibatkan tingginya permintaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan mobilitas penduduk. Yu, Chang, dan Huang, (2006) mengatakan bahwa persaingan suatu perusahaan khususnya pada sektor jasa telah melejit pada suatu tingkat yang mengkhawatirkan. Permintaan atas jasa pada saat ini semakin meningkat terutama pada bidang komunikasi, informasi dan terutama transportasi. Hal ini tentu mengharuskan sebuah perusahaan yang bergerak bidang komunikasi, informasi dan transportasi untuk terus melakukan inovasi-inovasi pada operasionalnya agar terus mampu melayani permintaan jasa yang tinggi dan bersaing dengan perusahaan lainnya.

Ketatnya persaingan antar penyedia jasa mengharuskan mereka untuk mampu mempertahankan konsumen. Konsumen atau pengguna jasa akan menggunakan jasa dari suatu perusahaan yang mampu menawarkan kualitas jasa yang baik sehingga konsumen akan menggunakan jasa perusahaan tersebut lagi. Kotler (2005) berpendapat bahwa kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen tersebut. Jadi dengan kata lain persepsi konsumen inilah yang mempengaruhi nilai dari suatu produk jasa.

Perusahaan penyedia jasa yang sangat dibutuhkan saat ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang transportasi. Hal ini diakibatkan karena tingkat pertumbuhan penduduk dan ekonomi yang tinggi sehingga berdampak pada tingginya mobilitas penduduk. Mobilitas penduduk yang tinggi inilah yang menjadikan perusahaan penyedia jasa transportasi sangat dibutuhkan. Kondisi geografis Negara Indonesia yang merupakan negara kepulauan yang memiliki

banyak pulau-pulau membutuhkan transportasi yang efektif dan efisien. Hal ini menjadikan penyedia jasa transportasi penerbangan salah satu jasa yang sangat dibutuhkan. Salah satu perusahaan jasa di bidang penerbangan komersial adalah PT. Lion Air.

Lion Air merupakan maskapai penerbangan swasta nasional asal Indonesia yang secara hukum didirikan pada tanggal 15 November 1999 dan mulai beroperasi pertama kali pada tanggal 30 Juni 2000, dengan melayani rute penerbangan dari Jakarta menuju Pontianak menggunakan pesawat dengan tipe Boeing 737-200 yang pada saat itu berjumlah 2 unit. Berkantor pusat di Lion Air Tower, Jl. Gajah Mada No. 7 yang berada di kawasan Jakarta Pusat, PT. Lion Mentari Airlines atau yang biasa dikenal dengan Lion Air merupakan maskapai penerbangan berbiaya rendah (*Low Cost Carrier*) dengan mengusung slogan “*We Make People Fly*”. Melalui hal ini Lion Air mencoba mewujudkan dan merubah stigma masyarakat bahwa siapapun bisa terbang bersama Lion Air dengan tetap mengedepankan aspek keselamatan, keamanan, dan kualitas penerbangan. PT. Lion Air yang bergerak pada segmen *Low Cost Carrier* (LCC). Persaingan yang ketat pada segmen LCC ini menjadikan Lion Air melakukan inovasi dengan menurunkan harga dan membuka rute baru dengan focus region Indonesia bagian Timur, [Http://www.lionair.co.id/id](http://www.lionair.co.id/id).

Permasalahan utama PT. Lion Air sebagai maskapai penerbangan sekarang ini adalah pandangan negatif atas kinerja kualitas layanan, fasilitas bagasi yang mulai berbayar dan harga tiket pesawat yang mulai tinggi dari Lion Air. Biasanya Lion Air tidak menerapkan bagasi berbayar dan setelah di terapkan bagasi yang

berbayar membuat pelanggan mengeluh dan mulai komplek terhadap apa yang diterapkan oleh Lion Air dan ini mulai menjadi permasalahan yang besar bagi Lion Air dimana sejak diterapkannya bagasi berbayar membuat jumlah pelanggan mulai menurun dan beralih menggunakan jalur darat dan laut.

Berbagai insiden dan kecelakaan penerbangan Lion Air menyebabkan penurunan kinerja kualitas layanan Lion Air. Pada bulan April 2013 Pesawat Lion Air jenis Boeing 737-80 NG dengan nomor penerbangan JT-904 rute Bandung-Denpasar jatuh di laut dekat Bandara Ngurah Rai, Bali, pada 13 April 2013, sedangkan pada Kamis (19/2/2015) yang menyebabkan terlantarnya ratusan penumpang membuat Kementerian Perhubungan menjatuhkan sanksi untuk maskapai penerbangan berlambang singa ini. Penghentian rute baru untuk Lion Air menjadi sanksi awal yang diberikan oleh Kemenhub dan pada bulan Mei 2016 maskapai Lion Air mendapatkan sanksi dari Kemenhub yaitu pelarangan membuka rute baru selama enam bulan, dan yang terakhir pada bulan Maret 2017 Penumpang Lion Air dengan nomor penerbangan JT 158 jurusan Jakarta-Singapura dibuat kecewa. Sebab mereka yang harusnya mendarat di Changi Airport malah ditawarkan ke Johor Baru, [Http://www.kompas.com](http://www.kompas.com).

Dalam beberapa tahun terakhir Lion Air merupakan salah satu maskapai penerbangan dengan tingkat penjualan atau peminat terbanyak, diantara maskapai penerbangan lainnya. Lion Air adalah satu diantara dua jasa penerbangan (Garuda Indonesia) yang memiliki rute penerbangan terlengkap yang menjangkau hampir 80% wilayah di Indonesia Lukman, (2011). Secara umum jumlah penumpang

jasa penerbangan pesawat Lion Air di Kota Padang dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini:

Tabel 1.1
Jumlah Penumpang Pesawat Lion Air di Kota Padang
Bulan Januari – Desember 2018

Bulan	Jumlah Penumpang (Orang)	Growth (%)
Januari	12.573	-
Februari	10.330	- 21,71
Maret	11.362	9,08
April	12.853	11,60
Mei	14.616	12,06
Juni	17.871	18,21
Juli	20.564	13,09
Agustus	22.115	7,01
September	18.472	-19,72
Oktober	16.130	-14,51
November	14.270	-13,03
Desember	19.618	27,26

Sumber : PT. Angkasa Pura II 2018

Dilihat dari table 1.1 dapat dijelaskan bahwa terjadinya tingkat fluktuatif terhadap jumlah penumpang pesawat Lion Air di Kota Padang pada tahun 2018 dari bulan Januari jumlah penumpang mencapai 12.573 orang, mengalami penurunan penumpang pesawat saat bulan Februari yang hanya mencapai 10.330 orang. Peningkatan terjadi kembali pada bulan April dengan tingkat pertumbuhan sebesar 11,60%, pada bulan tersebut jumlah penumpang mencapai 12.853 orang. Untuk perkembangan bulan Agustus hingga November terlihat jumlah penumpang yang memilih menggunakan jasa penerbangan Lion Air masih berada di atas 14.000 orang dan mencapai puncak peningkatan diakhir tahun dengan lonjakan pertumbuhan penumpang mencapai 27,26% atau mencapai 19.618 orang. Jadi dapat disimpulkan bahwa jasa penerbangan Lion Air merupakan salah satu pilihan terbaik yang digunakan masyarakat di Sumatera Barat ataupun Kota Padang pada khususnya. Untuk menghadapi kondisi ini, maka pihak maskapai pesawat Lion Air harus memperhatikan kualitas pelayanan, harga dan fasilitas karena hal tersebut merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selanjutnya jika dilihat berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan terhadap 30 responden pelanggan pesawat Lion Air di Kota Padang dapat dilihat pula pada tabel 1.2 di bawah ini:

Tabel 1.2
Data hasil survei awal terhadap pelanggan pesawat Lion Air di Kota Padang

No	Pernyataan	Jawaban Responden			
		Puas	Tidak	Puas (%)	Tidak Puan (%)
1.	Saya merasa senang selama menggunakan jasa penerbangan pesawat Lion Air daripada jasa penerbangan lainnya.	16	14	53,3	46,7
2.	Saya merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh jasa penerbangan pesawat Lion Air.	13	17	43,3	56,7
3.	Saya merasakan kepuasan terhadap sistem dan ketepatan pelayanan yang diterapkan oleh jasa penerbangan pesawat Lion Air.	11	19	36,7	63,3
4.	Saya merasakan kepuasan <i>financial</i> atas pengeluaran biaya-biaya yang dikeluarkan selama menggunakan jasa penerbangan pesawat Lion Air.	12	18	40	60

Sumber: diolah peneliti (2019)

Dilihat dari tabel 1.2 hasil survey awal yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap 30 orang pelanggan pesawat Lion Air di Kota Padang, yang mana 53,3% pelanggan menyatakan setuju dan 46,7% pelanggan menyatakan tidak setuju dengan rasa senang menggunakan jasa penerbangan pesawat Lion Air. Kemudian 43,3% pelanggan menyatakan setuju dan 56,7% menyatakan tidak setuju dengan kinerja pelayanan pesawat Lion Air selama penerbangan. Selanjutnya 36,7% Pelanggan

menyatakan setuju dan 63,3% pelanggan menyatakan tidak setuju dengan pelayanan sistem yang digunakan serta ketepatan pelayanan yang diberikan oleh pihak pesawat Lion Air. Kemudian 40% pelanggan menyatakan setuju dan 60% pelanggan menyatakan tidak setuju dengan financial yang dikeluarkan oleh pelanggan pesawat Lion Air.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan yang diberikan oleh maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang terhadap pelanggan masih sangat rendah, hal ini dibuktikan dari pernyataan pelanggan yang mana maskapai penerbangan Lion Air belum melakukan tugasnya dengan baik, dan masih banyak keluhan yang datang dari pelanggan tentang rendahnya pelayanan yang diberikan dan ditambah dengan diterapkannya bagasi berbayar membuat pelanggan semakin tidak merasa nyaman menggunakan jasa transportasi udara. Hal tersebut juga dapat dilihat dari hasil survei awal yang dilakukan terhadap 30 responden, dimana jawaban responden lebih banyak yang menyatakan tidak setuju dari pada setuju terhadap beberapa item pertanyaan yang di sebarakan oleh peneliti.

Alasan Peneliti mengambil maskapai penerbangan pesawat Lion Air adalah karena dari hasil pengamatan dan wawancara kepada beberapa pelanggan yang naik maskapai pesawat Lion Air di Kota Padang bahwasanya kualitas pelayanan di maskapai tersebut sangat rendah dan fasilitas yang disediakan masih kurang maksimal. Dari kualitas pelayanan dan fasilitas yang di berikan oleh pihak maskapai kepada setiap pelanggan dapat mengukur apakah pelanggan puas atau tidak terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Seringkali ditemukan

penumpang yang mengeluh terhadap maskapai Lion Air yang sering *delay* yang kurang jelas dan juga mulai diterapkannya bagasi berbayar membuat setiap pelanggan merasa kurang nyaman terhadap hal itu. Oleh karena itu diperlukan perencanaan yang matang dan kualitas pelayanan yang baik supaya terciptanya kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang.

Menurut Kotler (2000) Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang ia rasakan atau alami terhadap harapannya. Mengukur kepuasan penumpang sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibanding dengan pesaing dan pengguna akhir, serta menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan.

Menurut Wyckof (2004) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Bila pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan sebaliknya bila pelayanan yang diterima lebih rendah dari harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Menurut Kotler dan Armstrong, (2006) harga merupakan suatu jumlah nilai yang dimiliki oleh suatu produk atau jasa dari pertukaran dengan konsumen untuk dapat memiliki dan mendapat manfaat dari produk atau jasa tersebut.

Menurut Tjiptono, (2004) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas menurut Kotler, (2005) yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak

penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Jadi fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.

Menurut hasil penelitian Sadiqin dan Saraswati (2018) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Lion Air (Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom)”. Menemukan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang maskapai Lion Air.

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ofela dan Agustin (2016) yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi”. Menurut variabel Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang membeli Kebab King Abi Kapas Krampung Surabaya.

Hal ini juga didukung oleh penelitian lainnya yang dilakukan oleh Harahap Sari Diana (2015) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Tamu pada Hotel Dhaksina Hotel Medan”. Menurut Variabel fasilitas Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Tamu Hotel Dhaksina Medan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dalam bentuk skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan Lion Air di Kota Padang.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang.
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang.
3. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang.
3. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang.

3.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademis

Sebagai sumbangan konseptual, bahan informasi, dan pengayaan bagi pengembangan kajian ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi proses kepuasan pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi perusahaan dalam pelayanan jasa agar menghasilkan keunggulan bersaing yang lebih inovatif guna meningkatkan kepercayaan pelanggan untuk menaiki pesawat Lion Air di Kota Padang.