

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan jasa transportasi khususnya dalam jasa transportasi udara beberapa tahun ini mengalami kemajuan yang pesat. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya maskapai penerbangan yang saling berlomba untuk memberikan pelayanan dan memenuhi keinginan pelanggan dan diikuti dengan perkembangan jumlah pelanggan, Jasa transportasi udara di Indonesia diperkirakan telah digunakan oleh 3 juta lebih pelanggan penduduk Indonesia (http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?kat=2&tabel=1&daftar=1&id_subyek=17¬ab=8).

Perkembangan jumlah penumpang yaitu yang datang maupun yang pergi khususnya melalui Bandara Internasional Husein Sastranegara dapat dilihat dari data Tahun 2010-2011 sebagai berikut:

**Tabel I Data Statistik Angkutan Udara Bandara Husein Sastranegara
Tahun 2010 dan 2011**

Bulan	Pesawat				Penumpang			
	2010		2011		2010		2011	
	Datang	Berangkat	Datang	Berangkat	Datang	Berangkat	Datang	Berangkat
Jan	123	123	155	155	12.756	11.930	17.442	16.140
Feb	112	112	145	145	11.474	11.950	15.477	14.570
Mar	0	0	150	148	0	0	15.626	14.613
Apr	128	128	153	151	13.116	13.319	17.985	15.943
Mei	129	130	175	175	13.996	13.556	17.590	17.028
Jun	126	127	183	186	13.786	13.793	19.825	21.186
Jul	148	147	204	189	16.212	14.898	25.155	21.467
Agu	96	93	185	184	10.195	9.192	18.398	15.940
Sep	148	147	179	180	15.339	13.621	20.514	18.822
Okt	36	36	181	180	3.521	3.896	20.651	20.317
Nov	0	0	173	169	0	0	21.669	19.755
Des	0	0	185	183	0	0	25.166	26.146
Total	1046	1043	2068	2045	110.395	106.155	235.498	221.927

Sumber: Direktorat Jenderal Perhubungan Udara Indonesia

Dapat kita lihat dari jumlah total tahun 2010 ke tahun 2011 mengalami peningkatan jumlah penumpang yang datang sebanyak 125.103 orang sedangkan yang berangkat sebanyak 115.772 orang, selain itupun jumlah pesawat yang datang dan berangkat meningkat sebanyak 1.002 pesawat, hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan untuk pesawat meningkat sehingga dapat disimpulkan bahwa para pengguna jasa transportasi udara semakin banyak.

Peningkatan tersebut bisa terjadi karena penghasilan yang lebih meningkat sehingga daya beli untuk jasa transportasi udara pun meningkat. Perubahan gaya hidup juga berpengaruh, sekarang para konsumen lebih memilih menggunakan jasa transportasi udara dibandingkan transportasi darat atau pun laut, hal ini dikarenakan biaya yang dikeluarkan tidak jauh berbeda bahkan bisa sangat jauh lebih murah dibandingkan menggunakan transportasi darat atau laut. Dengan begitu melakukan sebuah penerbangan menjadikan sebuah kebutuhan atau hal biasa yang semua orang bisa lakukan.

Para operator penyedia jasa transportasi udara sebagai produsen bersaing untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal. Menurut situs resmi Direktorat Jenderal Perhubungan Indonesia terdapat 12 maskapai penerbangan seperti terlihat dalam Tabel II. Untuk itu dapat dilihat bahwa persaingan dalam industri ini cukup tinggi.

Tabel II Maskapai Penerbangan di Indonesia

No	Nama Perusahaan	Alamat
1	PT. GARUDA INDONESIA	Jl. Kebon Sirih No. 44, Jakarta 10110 Indonesia
2	PT. MERPATI NUSANTARA AIRLINES	Jl. Angkasa Blok B-15 Kav. 2&3 Kemayoran, Jakarta Indonesia 10720
3	PT. MANDALA AIRLINES	Jl. Tomang Raya Kav. 33-37 Jakarta 11440
4	PT. LION MENTARI AIRLINES	Jl. Gajah Mada No. 7 Lion Air Tower, Jakarta Pusat, Indonesia 10130
5	PT. INDONESIA AIRASIA	Jl. Panglima Polim Raya No. 105 B, Kramat Pela Kebayoran Baru, Jakarta Selatan , Indonesia
6	PT. METRO BATAVIA	Jl. Ir. H. Juanda No.15, Gambir, Jakarta Pusat, Indonesia
7	PT. WINGS ABADI AIRLINES	Jl. Teuku Cik Ditiro, Jakarta Pusat, Indonesia 10310
8	PT. TRAVEL EXPRESS AVIATIONS	Jl. Benyamin Sueb Blok A No.11/12, Kebon Kosong Kemayoran, Jakarta Pusat, Indonesia
9	PT. SRIWIJAYA AIR	Jl. Pangeran Jayakarta No. 68 Blok C 15-16, Mangga Dua Selatan, Sawah Besar, Jakarta Pusat, Indonesia
10	PT. KAL STAR AVIATION	Jl. Villa Melati Mas Blok Sr 1 No. 14 Bsd Jakarta 15322
11	PT. ASI PUDJIASTUTI AVIATION	Jl. Merdeka 312, Pangandaran 46396, Jawa Barat Indonesia
12	PT. TRANSNUSA AVIATION MANDIRI	Jl. Palapa No.7 Kupang – Ntt, Indonesia

Sumber: Direktorat Jenderal Perhubungan Udara Indonesia tahun 2012

Indonesia AirAsia dibentuk pada bulan September tahun 1999 dengan nama PT. AWAIR International (*Air Wagon International*) adalah sebuah maskapai penerbangan berbiaya rendah yang berbasis di Indonesia. Indonesia AirAsia merupakan lisensi dari maskapai AirAsia International, maskapai penerbangan berbiaya rendah dari Malaysia. Di Indonesia mereka memulai rute penerbangan berjadual ke beberapa kota di Indonesia seperti terbang dari Jakarta ke Yogyakarta, Denpasar untuk tujuan lokal, dan dari Surabaya ke Medan untuk rute domestik kemudian pada tahun 2000, yang kemudian diikuti pembukaan penerbangan ke luar negeri yaitu ke Singapura. Persaingan yang ketat di sektor penerbangan di Indonesia membuat AWAIR menghentikan operasinya sekitar setahun kemudian. Pada tahun 2004, AWAIR diambil alih AirAsia, dan mengalihkan orientasi pasarnya ke penerbangan berbiaya rendah yaitu *low cost carrier* adalah penerbangan biaya murah dengan slogannya “*now everyone can fly*” artinya dengan penerbangan biaya murah semua orang dapat melakukan penerbangan tidak seperti dulu jika ingin menggunakan jasa transportasi udara mungkin hanya orang tertentu yang memiliki uang lebih yang dapat menikmati layanan penerbangan. Penerbangan pertamanya dimulai pada bulan Desember tahun 2004, mulai 1 Desember 2005, AWAIR berganti nama menjadi PT. Indonesia AirAsia. http://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia_AirAsia. Pada tahun 2007 AirAsia mendapatkan penghargaan *Best Low Cost Airline in Asia*, lalu tahun 2009-2012 mendapatkan penghargaan *World's Best Low Cost Airline* diberikan oleh *Skytrax*. Sebagai pelopor dan pemimpin pasar maskapai bertarif murah di Indonesia, (<http://www.bisnis.com/articles/transportasi-udara-93-percent-pasar-penerbangan-belum-digarap>). Perolehan penghargaan sebagai maskapai penerbangan berbiaya murah seharusnya AirAsia juga memperhatikan *SERVQUAL*

(kualitas pelayanan) dalam melayani para konsumennya, dengan memberikan pelayanan yang baik perusahaan bisa memuaskan pelanggan. Dengan cara itulah *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) bisa memberikan nilai positif bagi perusahaan dan pelanggan.

Ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai pelanggan total yang terdiri dari sekumpulan manfaat ekonomis, fungsional, dan psikologis yang diharapkan oleh pelanggan atas tawaran pasar tertentu dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya energi, dan biaya psikis (Kotler, 2007:173). PT Indonesia AirAsia berkomitmen untuk terus meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggannya dengan cara menghadirkan berbagai inovasi dan paket pilihan yang semakin disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, serta berusaha terus semakin dekat dengan pelanggan untuk mengetahui kebutuhan spesifik mereka. “Sebagai bentuk apresiasi terhadap para pelanggan, AirAsia Indonesia juga mengadakan promo "*Year End Sale*" untuk memudahkan mereka yang belum memiliki rencana perjalanan akhir tahun maupun yang telah memiliki rencana namun belum melakukan pemesanan atau pembelian kursi penerbangan”, seperti yang dikatakan Presiden Direktur AirAsia Indonesia, Dharmadi (<http://www.antaranews.com/berita/324673/AirAsia-catat-kenaikan-penumpang-15-persen>). AirAsia Indonesia juga selalu meningkatkan pelayanan untuk para pelanggan mereka. Salah satunya dengan menawarkan paket *On-Time Guarantee Benefit* yaitu paket untuk mengurangi resiko pelanggan mengalami kerugian dengan mendapatkan ganti rugi sebesar Rp.600.000 apabila ada keterlambatan lebih dari 1 jam penerbangan dengan cara melakukan pembelian

AirAsia *Insure* dalam penerbangan dari Indonesia (<http://www.AirAsia.com/id/id/home.page>).

Pada kenyataannya, datang beberapa keluhan dari pelanggan AirAsia Indonesia mengenai layanan maupun produk dari AirAsia Indonesia. Seperti keluhan yang datang dari Nurcahyatri dari Ciroyom, Bandung yang menyatakan bahwa penerbangan yang sudah dia sesuaikan jadwalnya dengan cara membayar penalti tiba-tiba dibatalkan oleh pihak AirAsia padahal sudah dikonfirmasi atas pembatalan tersebut dan pihak AirAsia terkesan lepas tangan karena tidak laim yang disampaikan. (<http://suarapembaca.detik.com/read/2010>).

Hal lain juga terjadi pada Andari Karina Anom dan keluarga, mereka mengalami perjalanan yang membahayakan keselamatan penumpang pesawat. Pada saat mengudara salah satu mesin pesawat mati sehingga pesawat harus mendarat kembali ke bandara dan penerbangan harus dialihkan menggunakan armada pesawat lain dalam penerbangan berikutnya, menunggu mesin pesawat diperbaiki atau *refund* kembali uang para penumpang. Dari situ dapat dilihat bahwa *AirAsia* tidak memperhatikan kualitas layanannya dalam memberikan suatu jaminan dan kurang cepat dalam memberikan tanggapan. (<http://blog.tempointeraktif.com/ekonomi-bisnis/557/>). Selain keluhan tersebut, konsumen bernama Yossi Agung di Mega Asri Bandung telah membeli tiket tambahan untuk anaknya yang masih kecil, karena masih kecil maka Yossi membeli 2 tiket atas namanya sendiri namun pada saat hari keberangkatan dan pada saat *check in* petugas menolak dengan alasan tidak ada catatan di sistem mereka, dan Yossi harus membayar biaya penggantian nama sesuai nama anaknya yang sama dengan 1 tiket regular, atas kejadian tersebut Yossi menyampaikan keluhannya ke *Duty Executive* Bandung yang terkesan tidak mau

mendengarkan penjelasannya (<http://komplain.info/?p=2205>). Dari kasus tersebut, terlihat bahwa AirAsia Indonesia kurang memperhatikan keandalan (*reability*) para karyawannya, kurang memberikan tanggapan (*responsiveness*) dan kurang memberikan empati (*empathy*) dalam memberikan kualitas pelayanannya.

Berdasarkan masalah-masalah yang terjadi penulis memperoleh simpulan bahwa keluhan banyak terjadi pada saat di darat pada saat melakukan kontak secara langsung antara konsumen dengan perusahaan lalu sampai akan melakukan penerbangan, dengan kejadian tersebut maka penelitian ini diberi judul “Pengaruh Kualitas Layanan AirAsia Indonesia terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan di Kota Bandung”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka pokok masalah yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan AirAsia Indonesia terhadap loyalitas pelanggan pada masyarakat Bandung.
2. Apakah kepuasan pelanggan merupakan faktor moderasi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada masyarakat Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mendapatkan dan mengumpulkan data-data serta informasi atau keterangan yang diperlukan untuk penyusunan Laporan Tugas Akhir sebagai salah satu syarat untuk mengikuti ujian

Sidang Sarjana Strata 1 (S1) Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan AirAsia Indonesia terhadap kepuasan pelanggan pada masyarakat Bandung.
2. Untuk menganalisis kepuasan pelanggan sebagai faktor moderasi dari kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada masyarakat Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan masukan kepada perusahaan bahwa pentingnya memperhatikan kualitas layanan kepada konsumen sebagai faktor yang berpengaruh kepada loyalitas konsumen perusahaan. Perusahaan diharapkan dapat memperbaiki kualitas pelayanan yang buruk dengan memberikan pelayanan yang baik , yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

2. Bagi Akedemisi

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai referensi bagi peneliti lain yang akan meneliti tentang tema yang sama, untuk memeberikan informasi secara ilmiah tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan khususnya sebuah studi kasus pada sebuah maskapai penerbangan berbasis *low cost*.