

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Era modern saat ini menuntut banyak hal untuk bisa dilakukan dengan mudah dan efisien, salah satunya dalam melakukan perjalanan. Dari semua moda transportasi, pesawat terbang menjadi opsi yang tepat dan banyak dipilih demi perjalanan yang nyaman dan cepat. Berdasarkan laporan dari *International Civil Aviation Organization* (2018) dalam situs www.icao.int, ada sebanyak 4,3 miliar perjalanan udara dilakukan di seluruh dunia pada tahun 2018. Di Indonesia sendiri, tren dalam kurun waktu lima tahun selama tahun 2014 hingga 2018 menunjukkan adanya peningkatan jumlah penumpang penerbangan domestik. Berdasarkan data dari Buku Statistik Perhubungan tahun 2018 dalam situs dephub.go.id, tercatat ada sebanyak 197 juta penumpang melakukan perjalanan domestik melalui 181 bandara yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia pada tahun 2018 (2019).

Peningkatan penumpang domestik mengindikasikan bahwa moda transportasi udara tengah banyak diminati oleh masyarakat. Peluang ini tentu harus dimanfaatkan oleh maskapai penyedia jasa penerbangan yang beroperasi di Indonesia agar dapat bersaing dengan para kompetitornya sehingga bisa meraih pangsa pasar yang signifikan. Salah satu kunci utama adalah bagaimana maskapai penerbangan bisa menarik minat penumpang dan mengelola mereka hingga dapat menjadi penumpang yang setia. Penumpang merupakan nafas

dari setiap penyedia jasa transportasi udara. Tanpa ada penumpang, sebuah maskapai penerbangan akan mengalami kesulitan dalam menjalankan bisnisnya. Penumpang memberikan kontribusi secara finansial dengan menggunakan jasa penerbangan maskapai tersebut. Maka dari itu, maskapai penerbangan perlu memperhatikan segala aspek yang berkenaan dengan penumpang. Namun kenyataannya, industri penerbangan di Indonesia masih diwarnai dengan buruknya kinerja maskapai.



Gambar I.1

Grafik Penumpang Penerbangan Domestik di Indonesia tahun 2013 s/d 2017

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti dari Buku Statistik Kementerian Perhubungan RI dalam Situs dephub.go.id, 2019

Beberapa maskapai penerbangan di negara ini memiliki citra yang kurang baik setelah rentetan permasalahan dan kasus yang terjadi pada mereka mencuat ke permukaan dan menjadi bahan perbincangan. Salah satu yang kerap terjadi adalah keterlambatan jadwal penerbangan atau *delay*. Berdasarkan data dari Buku Statistik Kementerian Perhubungan Republik Indonesia dalam situs dephub.go.id, tingkat ketepatan waktu seluruh maskapai penerbangan di Indonesia pada tahun 2017 adalah 80.14% (2019). *Delay* tentu akan memicu reaksi dari penumpang. Salah satu yang dapat terjadi adalah komplain. Tidak ada satu perusahaan mengharapkan adanya komplain yang datang dari konsumennya, namun setiap komplain memiliki peluang untuk memperbaiki kinerja yang kurang baik. Dalam kebanyakan kasus, penumpang menunjukan komplain mereka ke *ground staff* (staf darat) yang menangani langsung para penumpang, atau juga disebut sebagai *front line officers*.

Tabel I.1
Evaluasi Tingkat Ketepatan Waktu Maskapai Penerbangan di Indonesia
periode Januari s/d Desember 2017

No.	Maskapai Penerbangan	Jumlah Penerbangan	Tepat Waktu (OTP)	Persentase
1.	Nam Air	32.209	29.832	92,62%
2.	Sriwijaya Air	67.673	60.017	88,69%
3.	Batik Air	84.900	75.270	88,66%
4.	Garuda Indonesia	200.918	177.875	88,53%
5.	Citilink	84.808	74.912	88,33%
6.	Indonesia AirAsia X	7.747	5.998	77,42%

No.	Maskapai Penerbangan	Jumlah Penerbangan	Tepat Waktu (OTP)	Persentase
7.	Indonesia AirAsia	7.378	5.603	75,94%
8.	Express Air	9.287	6.909	74,40%
9.	Susi Air	6.781	4.926	72,65%
10.	TransNusa	737	526	71,36%
11.	Lion Air	196.932	140.459	71,32%
12.	Wings Air	108.278	70.888	65,47%
13.	Kalstar Aviation	12.177	7.075	58,10%
14	Trigana Air	8.784	3.732	42,49%

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti dari Direktorat Angkutan Udara Ditjen Perhubungan Udara dalam Situs travel.kompas.com, 2018

Lion Air adalah raksasa di industri penerbangan Indonesia saat ini. Maskapai penerbangan berlogo kepala singa itu mengusung model bisnis *low-cost carrier* (LCC). Menurut Cento (2009:20), maskapai penerbangan LCC menjalankan model bisnisnya tanpa memberikan layanan tambahan selain jasa penerbangan dengan tarif yang relatif terjangkau. Hal tersebut bertolak belakang dengan maskapai penerbangan berlayanan penuh (*full service*) yang berorientasi pada pemberian pelayanan secara maksimal terhadap penumpang sebagai pelanggan, sebagaimana turut didefinisikan oleh Cento (2009:18).

Maskapai LCC umumnya menerapkan tarif yang lebih murah. Bahkan mereka kerap memberikan harga promo yang tentu menarik minat beli calon penumpang. Tarif yang relatif terjangkau itu dapat diterapkan karena maskapai penerbangan LCC memiliki model bisnis yang lebih sederhana sehingga tidak memakan biaya yang besar. Sebagai contoh, mereka tidak memberikan

makanan dan minuman kepada penumpang. Namun demikian, mereka tetap menyediakan layanan *buy on board* dimana penumpang bisa membeli makanan dan minuman yang dijual oleh pramugari saat pesawat mengudara. Selain itu, mereka juga tidak menyediakan *in-flight entertainment* atau hiburan di udara, sebagaimana diutarakan oleh Cento (2009:21). Sebagai maskapai penerbangan LCC, Lion Air menerapkan harga tiket yang relatif terjangkau. Berikut adalah perbandingan harga tiket tiga maskapai penerbangan LCC di Indonesia untuk empat rute penerbangan yang sibuk dari Bandara Internasional Soekarno-Hatta, Tangerang, Banten, untuk penerbangan tanggal 1 September 2019.

Tabel I.2
Perbandingan Harga Tiket Tiga Maskapai Penerbangan LCC di Indonesia
untuk Penerbangan Tanggal 1 September 2019

Rute	Lion Air	Citilink	Indonesia AirAsia
Jakarta - Denpasar	Rp. 708.000	Rp. 983.000	Rp. 861.000
Jakarta – Jogjakarta	Rp. 532.000	Rp. 977.500	Rp. 564.100
Jakarta – Surabaya	Rp. 741.000	Rp. 1.313.000	Rp. 640.220
Jakarta - Semarang	Rp. 532.000	Rp. 922.940	-

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti, 2019

Kendati menjadi raksasa LCC di tanah air dengan memimpin pangsa pasar penerbangan domestik, Lion Air justru dikenal luas oleh masyarakat sebagai maskapai yang penerbangannya sering mengalami keterlambatan. Berdasarkan data dari Direktorat Angkutan Udara Ditjen Perhubungan Udara yang dikutip oleh Kompas.com (2018) dalam situs travel.kompas.com, pada tahun 2017, maskapai ini hanya mencatatkan tingkat ketepatan waktu penerbangan sebesar

71,32%. Persentase tersebut berada di bawah tingkat ketepatan waktu penerbangan nasional tahun 2017 yang dicatat dalam Statistik Kementerian Perhubungan Republik Indonesia (2018) pada situs dephub.go.id, yakni 80.14%. Pencapaian ini juga menjadi yang terburuk dibandingkan dengan dua maskapai LCC lainnya yakni Citilink dan Indonesia AirAsia.

Tabel I.3
Perbandingan Tingkat Ketepatan Waktu
Tiga Maskapai Penerbangan LCC di Indonesia periode Januari s/d Desember 2017

Peringkat	Maskapai Penerbangan	Tingkat Ketepatan Waktu
5	Citilink	88,33%
7	Indonesia AirAsia	75,94%
11	Lion Air	71,32%

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti dari Direktorat Angkutan Udara Ditjen Perhubungan Udara dalam Situs travel.kompas.com, 2018

Banyaknya *delay* yang terjadi beberapa kali membuat penumpang Lion Air kecewa dan langung menyampaikan keluhan mereka ke staf darat. Tak tanggung-tanggung, keterlambatan bisa berlangsung hingga di atas 4 jam. Bahkan, penerbangan Lion Air dengan nomor penerbangan JT 130 dengan rute Padang menuju Medan pada Kamis, 1 November 2018 mengalami *delay* hingga 9 jam, seperti yang dilansir oleh Detik.com dalam situs news.detik.com (2018).

Delay sesungguhnya tidak akan menjadi satu kekisruhan jika petugas maskapai yang bersangkutan dapat menangani penumpang ketika mereka mulai melakukan komplain ataupun protes. Pemberitahuan mengenai *delay* dan penjelasan dibalik penyebabnya juga dapat membuat penumpang lebih bisa

menahan amarah mereka. Namun pola dari geramnya para penumpang Lion Air ketika penerbangan mereka mengalami *delay* adalah ketidakjelasan informasi dari staf darat maupun pihak pengelola di bandara, seperti apa yang menimpa penumpang penerbangan Lion Air dengan nomor penerbangan JT 556 dengan rute Jakarta menuju Yogyakarta, sebagaimana dilansir oleh Detik.com (2018) dalam situs news.detik.com. *Delay* selama empat jam memicu amarah penumpang. Penumpang kesal karena pihak staf darat Lion Air tidak memberikan kejelasan mengenai alasan dibalik *delay* yang terjadi. Penanganan komplain seolah menjadi satu hal yang kurang dari Lion Air ketika *delay* terjadi.

Meskipun kerap mengalami permasalahan, statistik mengindikasikan bahwa Lion Air menjadi maskapai pilihan bagi sebagian besar pengguna jasa transportasi udara di Indonesia. Lion Air tercatat memimpin pangsa pasar penerbangan domestik dengan mengangkut 33,4 juta penumpang atau 32,7% dari total jumlah penumpang domestik pada tahun 2018, sebagaimana dimuat dalam Buku Statistik Perhubungan I (2019). Jumlah tersebut mengungguli pencapaian maskapai penerbangan nasional Garuda Indonesia yang menempati posisi kedua dengan 19,2 juta penumpang dan juga perolehan maskapai LCC lainnya yakni Citilink (14,3%) dan Indonesia AirAsia (1,3%). Selain itu, Lion Air juga menempati peringkat kedua dalam *TOP Brand Index* fase I tahun 2019 untuk kategori maskapai penerbangan dengan persentase 19,2% dan dikategorikan sebagai *TOP brand*. Pencapaian ini mengungguli Citilink

(13,1%) dan Indonesia AirAsia (4,8%) sebagaimana dilansir oleh situs www.topbrandaward.com (2019).

Tabel I.4
Pangsa Pasar Penumpang Domestik Maskapai Penerbangan berjadwal di Indonesia
periode Januari s/d Desember 2017

No.	Maskapai Penerbangan	Jumlah Penumpang	Persentase
1	Lion Air	33.446.647	32,77%
2	Garuda Indonesia	19.216.605	18,83%
3	Citilink	14.685.960	14,39%
4	Batik Air	11.824.125	11,59%
5	Sriwijaya Air	9.602.113	9,41%
6	Wings Air	6.450.579	6,32%
7	Nam Air	3.130.375	3,07%
8	Indonesia AirAsia	1.357.853	1,33%
9	Indonesia AirAsia X	899.028	0,88%
10	Trigana Air	679.174	0,67%
11	Express Air	387.228	0,38%
12	TransNusa	331.781	0,33%
13	Susi Air	41.584	0,04%
Total		102.053.052	100,00%

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti dari Buku Statistik Kementerian Perhubungan RI dalam Situs dephub.go.id, 2019

Berdasarkan data-data yang sudah dipaparkan tersebut, maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **PENGARUH DELAY, PERCEIVED FARE, COMPLAINT HANDLING, DAN CORPORATE IMAGE TERHADAP NIAT PENUMPANG UNTUK MELAKUKAN PEMBELIAN ULANG TIKET PENERBANGAN DOMESTIK MASKAPAI PENERBANGAN NASIONAL.**

1.2. Perumusan Masalah

1. Apakah *delay* memiliki pengaruh negatif terhadap niat penumpang untuk melakukan pembelian ulang tiket penerbangan domestik Lion Air?
2. Apakah *perceived fare* memiliki pengaruh positif terhadap *corporate image* Lion Air dalam benak penumpang domestiknya?
3. Apakah *complaint handling* memiliki pengaruh positif terhadap *corporate image* Lion Air dalam benak penumpang domestiknya?
4. Apakah *perceived fare* memiliki pengaruh positif terhadap niat penumpang untuk melakukan pembelian ulang tiket penerbangan domestik Lion Air?
5. Apakah *complaint handling* memiliki pengaruh positif terhadap niat penumpang untuk melakukan pembelian ulang tiket penerbangan domestik Lion Air?
6. Apakah *corporate image* memiliki pengaruh positif terhadap niat penumpang untuk melakukan pembelian ulang tiket penerbangan domestik Lion Air?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh *delay* terhadap niat penumpang untuk melakukan pembelian ulang tiket penerbangan domestik Lion Air.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh *perceived fare* terhadap *corporate image* Lion Air dalam benak penumpang domestiknya.
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh *complaint handling* terhadap *corporate image* Lion Air dalam benak penumpang domestiknya.

4. Untuk menguji secara empiris pengaruh *perceived fare* terhadap niat penumpang untuk melakukan pembelian ulang tiket penerbangan domestik Lion Air.
5. Untuk menguji secara empiris pengaruh *complaint handling* terhadap niat penumpang untuk melakukan pembelian ulang tiket penerbangan domestik Lion Air.
6. Untuk menguji secara empiris pengaruh *corporate image* terhadap niat penumpang untuk melakukan pembelian ulang tiket penerbangan domestik Lion Air.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

1. Hasil dan temuan dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan pembaruan pada hasil studi terdahulu sehingga penelitian dalam bidang pemasaran dapat senantiasa beradaptasi mengikuti perkembangan zaman, teknologi, serta pola pikir manusia.
2. Hasil dan temuan dari penelitian ini diharapkan bisa membawa manfaat bagi para akademisi yang hendak melakukan penelitian selanjutnya sebagai bahan acuan maupun referensi untuk mendukung permasalahan yang mereka angkat.

2. Manfaat Praktis

1. Hasil dan temuan dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi bagi pelaku industri penerbangan untuk memecahkan masalah operasional yang selama ini kerap muncul.
2. Hasil dan temuan dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi bagi pelaku industri penerbangan untuk mempelajari karakteristik serta kecenderungan pengguna jasa transportasi udara di Indonesia untuk melakukan perjalanan udara.

