

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam industri yang kompetitif khususnya industri penerbangan, semua perusahaan penerbangan bersaing untuk dapat menguasai pasar agar dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal. Industri penerbangan merupakan industri yang menawarkan pelayanan jasa, oleh karena itu masing – masing perusahaan penerbangan harus mengetahui apa yang diharapkan oleh konsumen dalam pelayanan yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan penerbangan. Sedangkan menurut Chow (2015) dalam Stelios Tsafarakis (2017:1) perusahaan penerbangan tidak hanya memastikan apa yang sebenarnya pelanggan mereka inginkan dan harapkan, tetapi juga untuk mengelola sumber daya mereka sendiri dalam memenuhi harapan pelanggan mereka dengan tepat.

Industri penerbangan termasuk industri yang menyediakan jasa pelayanan, dimana perusahaan yang menyediakan pelayanan jasa harus mengetahui apa yang dibutuhkan, diharapkan, dan diinginkan oleh konsumen. Persaingan pada industri penerbangan sangat ketat, karena konsumen memiliki banyak pilihan atau alternatif penerbangan, sehingga besar kemungkinan konsumen dapat berpindah dari penerbangan satu ke penerbangan lain. Perusahaan penerbangan harus mencari cara agar konsumen menjadi puas dan tidak ingin berpindah ke perusahaan penerbangan lain. Kondisi industri penerbangan yang seperti ini

mendorong perusahaan penerbangan berusaha membuat konsumennya loyal kepada maskapai mereka.

Batik Air merupakan perusahaan swasta terbaru di Indonesia yang didirikan pada tahun 2013. Batik Air merupakan anak perusahaan dari Lion Air yang menawarkan pelayanan *full service* dengan menargetkan segmen *high class flight* namun menawarkan harga yang lebih bersahabat dibandingkan dengan maskapai penerbangan dengan pelayanan *full service* lainnya. Batik Air memanjakan penumpangnya dengan *inflight entertainment system* di setiap kursinya seperti TV pribadi, makan ringan dan minuman gratis, bagasi gratis 20kg untuk kelas ekonomi dan 30kg untuk kelas bisnis dan didukung dengan luas kursi 32” untuk kelas ekonomi dan 45” untuk kelas bisnis. Seperti penerbangan *full service* lainnya, Batik Air memiliki program frequent flyer yang bernama Batik Miles. Batik Miles merupakan suatu program untuk pelanggan setia Batik Air sebagai apresiasi Batik Air untuk para pelanggannya karena telah memilih Batik Air sebagai maskapai yang menemani pada saat melakukan perjalanan udara. Para pelanggan Batik Air dapat mengumpulkan poin pada Batik Miles ini dengan cara melakukan perjalanan udara dengan Batik Air, poin akan disesuaikan dengan frekuensi para pelanggan terbang bersama Batik Air. Poin yang diperoleh pelanggan dapat ditukarkan dengan beberapa fasilitas seperti upgrade kelas penerbangan Batik Air, menukar poin dengan penerbangan gratis pada semua maskapai Lion Group dan hadiah hadiah menarik lainnya.

Munculnya Batik Air dipicu karena PT. Garuda Indonesia yang juga meluncur anak perusahaan baru yaitu Citilink Air dengan menawarkan layanan *low budget*, sehingga Lion Air terpicu dan melihat peluang untuk menyasar segmen menengah keatas. Kondisi tersebut akhirnya membuat Lion Air Grup meluncurkan Batik Air sebagai maskapai dengan penawaran layanan *full service*. Pelayanan penerbangan *full service* memang memiliki potensi yang bagus pada industri penerbangan di Indonesia karena di industri penerbangan Indonesia hanya beberapa perusahaan yang menawarkan penerbangan dengan pelayanan *full service* seperti Garuda Indonesia dan Batik. Hal ini dibuktikan oleh data dibawah ini yang menjelaskan bahwa jumlah penumpang Batik Air terus meningkat setiap tahunnya mulai tahun 2015 hingga 2017 dan menempati peringkat kedua penumpang terbanyak di antara penerbangan Lion Air Grup lainnya.

Tabel 1.1
JUMLAH PENUMPANG LION AIR GROUP

Maskapai	Tahun			Total
	2015	2016	2017	
Lion Air	25.099.215	32.176.257	34.891.914	92.167.386
Batik Air	4.777.947	7.725.924	10.190.353	22.694.224
Wings Air	3.374.932	4.888.690	5.762.586	14.026.208
Total	33.252.094	44.790.881	50.844.853	

Sumber : Lion Air Group

Kondisi penerbangan di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang cukup signifikan, hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah lalu lintas udara baik untuk penumpang atau pengiriman barang. Hal ini membuat perusahaan penerbangan memiliki peluang yang bagus untuk menarik konsumen lebih banyak.

Beberapa cara yang mampu menarik perhatian konsumen dan membuat konsumen loyal terhadap sebuah maskapai penerbangan adalah dengan cara memperhatikan kualitas layanan penerbangan, membuat persepsi yang baik tentang keselamatan dalam perjalanan di udara, memberikan program yang menarik dan dapat membuat konsumen loyal pada suatu maskapai seperti program loyalitas, membuat konsumen merasa puas karena telah memilih suatu penerbangan.

Ketatnya persaingan pada industri penerbangan di Indonesia, Batik Air terus meningkatkan kualitas layanannya agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang ditawarkan oleh Batik Air. Batik Air harus mengetahui apa yang diinginkan dan diharapkan oleh penumpangnya agar dapat memberikan layanan yang sesuai atau tidak terlalu jauh dari ekspektasi yang diharapkan penumpang mereka. Jika Batik Air mampu menjaga kualitas layanannya maka pelanggan akan puas pada pelayanan Batik Air. Sebagai maskapai penerbangan yang menawarkan layanan *full service* Batik Air selalu berusaha melayani penumpangnya dengan ramah dan berbeda dengan pelayanan yang ditawarkan oleh maskapai *low budget*. Hal ini ditunjukkan dari beberapa hal seperti awak

kabin yang lebih berkompeten, tempat duduk yang lebih nyaman, fasilitas makanan dan minuman gratis yang tetap terjaga kualitas dan kebersihannya, kesiapan awak kabin untuk membantu penumpang yang membutuhkan bantuan dan masih banyak layanan lainnya.

Kepuasan pelanggan dapat membuat pelanggan loyal terhadap Batik Air. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang paling penting untuk di perhatikan dalam industri penyedia layanan jasa. Kunci sukses perusahaan penyedia layanan jasa adalah membuat pelanggannya puas dengan layanan yang ditawarkan. Jika pelanggan merasa puas maka pelanggan enggan untuk berpindah ke perusahaan lain.

Salah satu cara untuk membuat pelanggan loyal terhadap suatu produk/jasa adalah dengan cara membuat program loyalitas. Pada industri penerbangan program loyalitas biasa dikenal dengan program *frequent flyer*. Adanya program *frequent flyer* yang sistemnya memberikan reward pada pelanggan dengan perhitungan poin tertentu ini dapat membuat konsumen terus memilih maskapai yang sama agar dapat menikmati benefit dari program *frequent flyer* ini. Program frequent flyer ini memang dibuat agar dapat membuat konsumen loyal pada suatu produk/jasa. Adanya program ini dapat membangun loyalitas jangka panjang. Membuat pelanggan loyal terhadap suatu produk/jasa dapat meminimalisir kemungkinan pelanggan beralih ke perusahaan pesaing.

Membuat pelanggan loyal juga bukan hanya diukur dari kepuasan pelanggan saja, namun dapat juga diukur dari bagaimana persepsi yang

timbul pada setiap konsumen. Pada perusahaan penerbangan persepsi yang akan timbul secara umum adalah persepsi keselamatan. Batik Air memiliki awak kabin yang cukup berkompeten bahkan awak kabin Batik Air dianggap lebih berkompeten daripada awak kabin maskapai Lion Air. Awak kabin yang berkompeten adalah salah satu faktor yang dapat menimbulkan persepsi keselamatan yang positif, sehingga para penumpang akan merasa lebih aman karena perjalanan udaranya di dampingi oleh awak kabin yang berkompeten.

Permasalahan yang muncul pada maskapai penerbangan Batik Air yang menawarkan penerbangan layanan full service dengan harga yang lebih rendah adalah maskapai penerbangan Batik Air belum dapat menarik lebih banyak penumpang dibandingkan dengan maskapai penerbangan lainnya. Maskapai penerbangan Batik Air bahkan tidak dapat menempati posisi pertama pada daftar jumlah penumpang di grup perusahaannya sendiri. Peristiwa yang dialami oleh maskapai penerbangan Batik Air ini menimbulkan pertanyaan apakah kualitas layanan, program loyalitas yang ditawarkan oleh maskapai penerbangan Batik Air serta persepsi keselamatan penumpang Batik Air mampu membuat penumpang Batik Air puas dan loyal terhadap maskapai penerbangan Batik Air. Ciri dari loyalitas penumpang adalah adanya niat pembelian ulang, penolakan untuk beralih ke produk/jasa pesaing dan bersedia untuk merekomendasikan produk/jasa tersebut kepada orang lain (Aydin dan Ozer ,2005 dalam Raditha Hapsari, Michael D. Lemes, David Dean 2017:23)

Penelitian ini akan menguji apakah kualitas layanan, persepsi keselamatan, program loyalitas dapat mempengaruhi loyalitas penumpang maskapai Batik Air Indonesia di Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada studi kasus penumpang Batik Air Indonesia?
2. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada studi kasus penumpang Batik Air Indonesia?
3. Apakah program loyalitas memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada studi kasus penumpang Batik Air Indonesia?
4. persepsi keselamatan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada studi kasus penumpang Batik Air Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menguji signifikansi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada studi kasus penumpang Batik Air Indonesia.
2. Menguji signifikansi kualitas layanan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada studi kasus penumpang Batik Air Indonesia.
3. Menguji signifikansi program loyalitas pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada studi kasus penumpang Batik Air Indonesia.
4. Menguji signifikansi persepsi keselamatan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada studi kasus penumpang Batik Air Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat untuk kepentingan akademik dan bermanfaat untuk perusahaan yang bersangkutan. Manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan PT.Batik Air Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai sarana untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, persepsi keselamatan, program loyalitas terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Sehingga perusahaan dapat terus mengembangkan dan meningkatkan keuntungan perusahaan.

2. Bagi peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti untuk menambah wawasan tentang kualitas layanan, program loyalitas, dan persepsi keselamatan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen yang akan bermanfaat dalam bidang akademik maupun non akademik.

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan sharing tentang pengetahuan mengenai topic Pengaruh kualitas layanan, program loyalitas, dan persepsi keselamatan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas

konsumen pada studi kasus penumpang Batik Air Indonesia dan dapat ditambahkan sebagai bahan bacaan di perpustakaan.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang mengenai peristiwa industri penerbangan di Indonesia, serta menjelaskan tentang perusahaan PT Batik Air Indonesia. Merujuk dengan latar belakang, disusunlah rumusan masalah berdasarkan variabel variabel yang digunakan dalam bentuk pertanyaan penelitian. Selanjutnya terdapat tujuan yang merupakan jawaban dari pertanyaan rumusan masalah yang telah disusun sebelumnya.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Di dalam bab ini terdapat penguraian tentang penelitian penilitan terdahulu, landasan teori mengenai variabel variabel yang digunakan untuk meneliti, kerangka pemikiran penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab III membahas tentang prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu dalam penelitian dengan menggunakan langkah langkah yang sistematis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab IV membahas tentang variabel, populasi, sampel dan obyek penelitian yang dianalisis secara deskriptif dan statistik serta membahas tentang hasil dari analisis tersebut untuk dijadikan pembahasan dan saran pada bab selanjutnya.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini dijelaskan tentang kesimpulan dari penelitian, keterbatasan yang dialami oleh peneliti pada saat melakukan penelitian dan saran untuk obyek penelitian yang dikaitkan dengan hasil penelitian.

