

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Transportasi udara telah menjadi bagian penting bagi manusia, kebutuhan terhadap transportasi ini digunakan untuk memajukan berbagai aspek kehidupan seperti perdagangan, pendidikan, industri maupun aspek sosial. Transportasi udara menjadi pilihan bagi sebagian orang yang hendak berkunjung atau bepergian ke suatu tempat yang berjarak jauh untuk memenuhi agenda bekerja ataupun berwisata.

Perkembangan industri jasa penerbangan di Indonesia, khususnya untuk penerbangan komersial berjadwal semakin marak, sejak dikeluarkannya deregulasi yang mengatur transportasi udara pada tahun 1999, berupa serangkaian paket deregulasi, salah satunya adalah Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 81 Tahun 2004 tentang Pendirian Perusahaan penerbangan di Indonesia. Banyaknya jumlah maskapai penerbangan yang beroperasi di Indonesia secara langsung menciptakan persaingan yang cukup ketat. Walaupun menghadapi tekanan dengan meningkatnya harga bahan bakar, industri penerbangan nasional tetap mengalami pertumbuhan yang pesat.

Pelayanan penerbangan merupakan salah satu sarana transportasi yang paling banyak diminati oleh masyarakat saat ini di Indonesia dengan alasan efisien. Akhir-akhir ini banyak maskapai penerbangan baik maskapai penerbangan domestik maupun internasional yang beroperasi menawarkan pelayanan transportasi udara dengan berbagai macam fasilitas dan biaya. Setiap maskapai penerbangan tersebut berusaha untuk memenuhi harapan pelanggannya dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan dapat memberikan kepercayaan pada pelanggannya.

**Gambar 1.1 Maskapai dengan Pesawat Terbanyak di Indonesia pada 2022**



**Sumber:**  
Kementerian Perhubungan (Kemenhub)

**Informasi Lain:**  
pesawat yang terdaftar di Kemenhub

Jenis maskapai penerbangan dibagi menjadi dua yaitu maskapai dengan pelayanan full (*full service carrier*) dan maskapai tarif rendah (*Low Cost Carrier*). Beberapa maskapai penerbangan yang menggunakan sistem LCC (*Low Cost Carrier*) di Indonesia yaitu Lion Air, Air Asia, dan Sriwijaya Air. Salah satu maskapai yang khusus melayani penumpang dengan tujuan domestik dan menggunakan sistem LCC (*Low Cost Carrier*) adalah Lion Air.

Lion Air merupakan maskapai penerbangan swasta nasional asal Indonesia, Lion Air juga 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 siapa pun bisa

terbang bersama Lion Air dengan tetap mengedepankan aspek keselamatan, keamanan, dan kualitas penerbangan.

Dalam perjalanannya, Lion Air telah banyak memiliki rangkaian prestasi dan penghargaan, serta sertifikasi internasional yang tentunya diraih untuk terus meningkatkan kualitas dalam pelayanannya kepada masyarakat dan pelanggan setianya. Beberapa diantaranya adalah sertifikasi ISSA (*IATA Standard Safety Assessment*) yaitu sebuah standar keselamatan dan keamanan berskala internasional yang diberikan oleh IATA (*International Air Transport Association*) dan diraih pada Januari 2016, Lalu sertifikasi ISO (*Internasional Standard Organisation*) 9001 tahun 2015 mengenai *delay management* yang tentunya standar tersebut akan terus diaudit secara berkala.

Dalam hal ini Lion Air terus berusaha memberikan pemahaman kepada konsumen bahwa Lion Air juga memiliki kualitas yang baik di samping merupakan maskapai penerbangan dengan biaya rendah (*Low Cost Carrier*). Pemahaman konsumen dalam pembelian yang nantinya akan menjadi dasar untuk melakukan segmentasi dan positioning produk sehingga mempengaruhi perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik individu dalam upaya memperoleh dan menggunakan barang dan jasa (evaluasi, memperoleh, menggunakan, dan menentukan barang atau jasa).

Berdasar artikel berjudul “Lion Air Raja Maskapai Indonesia dimuat pada website databoks.katada.co.id tahun 2016, menyebutkan bahwa menurut data Kementerian Perhubungan, jumlah penumpang Lion Air 14,7 juta penumpang untuk perjalanan domestik pada semester I 2016. Jumlah ini setara dengan 34,7 persen dari total penumpang maskapai penerbangan berjadwal domestik, yakni 42,3 juta.

Meskipun maskapai Lion Air merajai dalam penerbangan domestik, berdasarkan informasi dari artikel yang berjudul “Keluhan Berulang Penumpang Kepada Lion Air” yang di muat pada website Kompas.com tahun 2016 menyebutkan bahwa penumpang merasa tidak puas terhadap pelayanan yang di berikan oleh maskapai Lion Air terkait dengan masalah *delay* dan kurang tanggapnya pihak manajemen

Lion Air dalam memberikan informasi yang jelas kepada penumpang di saat penumpang membutuhkan informasi itu yang membuat sejumlah penumpang merasa kecewa atas kejadian tersebut.

Pada tahun 2022, Lion Air Group memastikan tidak akan penundaan penerbangan atau *delay*, seiring dengan adanya prakiraan cuaca ekstrem di akhir Tahun 2022 yang dikeluarkan Badan Meteorologi, Klimatologi dan Geofisika (BMKG). President Director of Lion Air Group Daniel Putut Kuncoro Adi mengatakan seluruh armada Lion Air Group baik Batik Air, Lion Air, Wings Air, dan Super Air Jet bakal tetap terbang sesuai jadwal. Namun pada kenyataannya, tetap terjadi *delay* dan *cancel flight* pada Lion Air sepanjang tahun 2022 dan awal tahun 2023 seperti yang disajikan pada tabel berikut ini.

**Tabel 1.1 Data Penerbangan Lion Air TKG – CGK**

No.	Bulan	Datang (Arrival)	Berangkat (Departure)	Jumlah Penumpang		Cancel Flight
				Datang (Arrival)	Berangkat (Departure)	
1	Mar-22	40	40	7744	7547	22
2	Apr-22	48	48	8261	8322	12
3	May-22	59	61	9665	12614	1
4	Jun-22	48	48	8261	8322	12
5	Jul-22	52	52	9398	9144	10
6	Aug-22	30	30	5831	5676	32
7	Sep-22	35	35	5194	5690	25
8	Oct-22	41	41	6340	6113	21
9	Nov-22	31	31	5198	4649	29
10	Dec-22	31	32	5439	4377	30
11	Jan-23	22	23	3264	3256	39
12	Feb-23	19	19	3224	2768	37

Sumber : Flightradar24.com, 2023.

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa penerbangan Lion Air mengalami penurunan jumlah penerbangan yang signifikan, hal ini berdasarkan fenomena yang

terjadi pada saat ini di Bandar Udara Radin Inten II, Pesawat Lion Air sering mengalami keterlambatan penerbangan (*Delay*), keterlambatan penerbangan yang sering terjadi selama 30 Menit hingga 1 jam ataupun akibat dari cuaca. Hal ini membuat penumpang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Lion Air serta menurunkan kepercayaan penumpang terhadap merek dari Lion Air. Hal ini dibuktikan dengan beberapa hasil survei penumpang yang merasakan kecewa dengan keterlambatan penerbangan Lion Air yang dapat dilampirkan sebagai berikut.

**Tabel 1.2 Data Keluhan Maskapai TKG – CGK 2022**

No.	Maskapai	Puas	Tidak Puas
1	Lion Air	37%	63%
2	City Link	80%	20%
3	Air Asia	70%	30%
4	Sriwijaya Air	54%	46%

Sumber : Data diolah melalui Google Form (kepada 50 responden), 2023.

Berdasarkan tabel 1.1 dilakukan survey ke 50 orang responden dan dapat dilihat bahwa penumpang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Maskapai City Link, Air Asia, dan Sriwijaya Air, hal ini dikarenakan dalam menghadapi persaingan yang ketat dari banyak maskapai penerbangan bertarif rendah, termasuk perusahaan Citilink, Air Asia dan Sriwijaya. Untuk menjaga reputasinya, setiap maskapai memiliki strategi yang tepat untuk menarik calon penumpang dengan memilih dan menentukan target pasar atau memilih kelas sosial yang diinginkan sesuai dengan kualitas layanan. Sedangkan Maskapai Lion Air memiliki keluhan sebesar 63% penumpang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Maskapai Lion Air, hal ini disebabkan oleh keterlambatan jadwal penerbangan, makanan yang disediakan tidak lezat dan tidak sesuai, serta pelayanan yang diberikan oleh pihak Maskapai Lion Air yang tidak maksimal.

Hal ini diperkuat dengan beberapa penelitian yang menyangkut tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, Muhammad Ilham Adelino dan Meldia

Fitri (2021) dengan judul *Integration of CSI, Airqual, IPA, and PGCV to Determine Prioritisation of Service Quality on JTA Airlines*, Hasil yang diperoleh adalah tingkat kepuasan pelanggan sebesar 65,5% dan masih terdapat perbedaan (gap) antara harapan dan pengalaman. Faktor yang diprioritaskan adalah keberangkatan dan kedatangan pesawat tepat waktu, penanganan keterlambatan penerbangan yang cepat dan tepat, prosedur ganti rugi yang jelas, informasi keluhan pelanggan service yang jelas dan mudah dipahami, staf dan awak kabin lebih tanggap dalam menangani keluhan pelanggan, selalu siap sedia untuk memberikan pelayanan maksimal kepada penumpang, dan lebih memperhatikan usia pesawat.

Ni Kadek Maera Yuliani (2020) dengan judul “Analisis Kualitas Jasa Pelayanan Ticketing Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Domestik Pada Sales Office PT. Garuda Indonesia Denpasar”. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) dinyatakan bahwa faktor-faktor atau atribut-atribut yang belum dapat memuaskan pelanggan sehingga dianggap perlu mendapat prioritas yaitu : pelayanan yang tidak berbelit-belit, pelaksanaan pelayanan yang sesuai dengan jadwal/rencana yang sudah disusun, memberikan informasi yang jelas jika terjadi masalah dan karyawan melayani konsumen dengan cepat. Berdasarkan Indeks kepuasan konsumen dengan menggunakan teknik *Customer Satisfaction Index* (CSI) memperoleh skor sebesar 81,4% dimana point terletak diantara 66% sampai dengan 82,99% hal ini berarti konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Shinta Permata, dan Reni K. Kinasih (2022) dengan judul “Aplikasi IPA dan CSI untuk Penentuan Prioritas Perbaikan Kinerja Terminal 2 Bandara Internasional Soekarno - Hatta di Masa Pandemi Covid-19”, Berdasarkan hasil pengamatan terdapat 4 fasilitas yang belum sesuai standar PM No.178 Tahun 2015 diantaranya jumlah ketersediaan trolley dan luas lahan parkir, dan juga fasilitas sholat dan air minum gratis yang memang tidak difungsikan untuk mencegah penularan Covid-19. Berdasarkan analisis CSI indeks kepuasan penumpang sebesar 86,46% hal ini menggambarkan bahwa penumpang sangat puas dengan kinerja pelayanan yang diberikan. Hasil dari analisis IPA menunjukkan adanya 2 variabel yang merupakan

prioritas utama untuk ditingkatkan, yakni ketersediaan informasi yang jelas dan mudah ditemukan baik secara visual maupun audio (mengenai nama maskapai, jadwal kedatangan dan keberangkatan, rute penerbangan, status penerbangan); dan petugas memberikan informasi yang jelas dan akurat.

Kepuasan konsumen sangat penting dikarenakan konsumen yang puas akan menentukan keputusan konsumen yang akan datang mengenai produk atau layanan yang digunakan seperti merekomendasikan kepada orang lain serta berminat melakukan pembelian ulang pada produk atau layanan yang digunakan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang maupun kecewa yang diperoleh dari perbandingan hasil kerja dengan apa yang ada dipikirkannya, seorang pemakai jasa merasa puas atau tidaknya, tergantung pada hasil kerja dan pembandingnya hal yang ia pikirkan (Syarif dan Widodo, 2020).

Salah satu strategi bisnis yang digunakan untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan konsumen akan tercipta jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atau pelaku bisnis dapat sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas pelayanan, merupakan faktor utama dalam menentukan kepuasan konsumen. kualitas pelayanan berupa bentuk penilaian atas layanan yang dilakukan oleh perusahaan atau pelaku bisnis, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, namun sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin rendah tingkat kepuasan konsumen.

Sujana (2020) menyatakan bahwa peningkatan kualitas merupakan salah satu strategi bisnis yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Jika kualitas layanan atau produk yang diberikan dapat terpenuhi sesuai dengan kebutuhan maka kepuasan pelanggan akan didapat. Untuk memberikan kualitas pelayanan yang ideal perusahaan harus memperhatikan dimensi dari kualitas pelayanan, Pratiwi dan Santoso (2020) menyatakan bahwa terdapat lima dimensi pelayanan sebagai alat ukur kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Terdapat beberapa cara untuk mengukur tentang kualitas pelayanan, salah satu cara untuk mengukur kualitas pelayanan adalah dengan menerapkan metode *Importance Performance Analysis* (Analisis Kepentingan dan Kinerja). Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuadran. Analisis kuadran ini digunakan untuk mengetahui respon konsumen terhadap atribut yang diplotkan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja dari masing-masing atribut tersebut. Berdasarkan analisis kuadran ini selanjutnya dapat dilihat letak dari masing-masing variabel berada pada kuadran yang berbeda-beda, sehingga dapat diketahui variabel apa saja yang perlu ditingkatkan dan mendapatkan perhatian lebih.

Selain metode *Importance Performance Analysis* (IPA), metode lain yang dapat mendukung perbaikan atribut adalah metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Metode ini memiliki beberapa keunggulan antara lain efisiensi (tidak hanya indeks kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi yang berhubungan dengan dimensi/atribut yang perlu diperbaiki), mudah digunakan dan sederhana serta menggunakan skala yang memiliki sensitivitas dan reliabilitas cukup tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan tersebut dapat diukur dengan suatu metode yang dinamakan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

Berdasarkan fenomena tersebut dan uraian yang sudah dipaparkan sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian menggunakan perhitungan penerapan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*), sehingga akan diketahui tingkat kepuasan pelanggan Maskapai Lion Air terhadap kualitas pelayanan dan atribut apa saja yang diprioritaskan untuk diperbaiki. dengan judul “ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN MASKAPAI LION AIR DI BANDAR LAMPUNG”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu :



1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Maskapai Lion Air di Bandar Lampung ?
2. Seberapa besar indeks kepuasan yang diberikan Maskapai Lion Air di Bandar Lampung?
3. Atribut apa saja yang perlu diperhatikan dan harus diperbaiki oleh Maskapai Lion Air di Bandar Lampung?

### **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Menyadari adanya keterbatasan waktu dan kemampuan, maka peneliti memandang perlunya memberi batasan masalah secara jelas dan terfokus seperti yang dipaparkan berikut ini.

#### **1.3.1 Ruang Lingkup Subjek**

Subjek penelitian ini adalah pelanggan Maskapai Lion Air di Bandar Lampung.

#### **1.3.2 Ruang Lingkup Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah kepuasan pelanggan Maskapai Lion Air di Bandar Lampung

#### **1.3.3 Ruang Lingkup Tempat**

Penelitian dilaksanakan Maskapai Lion Air di Bandar Lampung.

#### **1.3.4 Ruang Lingkup Waktu**

Waktu yang di tentukan pada penelitian ini adalah waktu yang didasarkan berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan November 2023 sampai Maret 2023

#### **1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian**

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah ilmu manajemen pemasaran yang meliputi dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penulisan ini dilakukan dengan tujuan :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Maskapai Lion Air di Bandar Lampung dengan menggunakan metode IPA dan CSI.
2. Untuk mengetahui seberapa besar indeks kepuasan yang diberikan Maskapai Lion Air di Bandar Lampung
3. Untuk mengetahui atribut apa saja yang perlu diperhatikan dan harus diperbaiki oleh Maskapai Lion Air di Bandar Lampung?

### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis
  - a. Untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen pada Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.
  - b. Sebagai sarana menambah wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran, terutama mengenai analisis kepuasan pada kualitas pelayanan
2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini berguna sebagai masukan untuk membantu dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan, khususnya dalam mengatasi kepuasan penumpang.
3. Bagi Pembaca

Menambah wawasan dan kemampuan berpikir bagi para peneliti lebih lanjut jika kemudian hari mengambil topik penelitian yang sama.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Landasan teori dalam penelitian ini membahas tentang teori kepuasan, kualitas pelayanan, penelitian terdahulu dan kerangka pikir

**BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini mencakup Metode Penelitian, Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Populasi dan Sampel, Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel, Uji Persyaratan Instrumen, Uji Persyaratan Analisis Data, Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi analisis terhadap data yang telah diperoleh dari pelaksanaan penelitian, berupa pengujian model dan pengujian hipotesis.

**BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil pembahasan dan saran kepada pihak-pihak yang berkaitan.

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**