

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumatera Utara merupakan salah satu provinsi terbesar di Indonesia. Banyak tempat yang tersebar di berbagai daerah bisa dijadikan tujuan wisata mengisi waktu liburan. Hal tersebut dapat menarik wisatawan, baik dalam negeri maupun mancanegara. Oleh karena itu, semakin banyaknya wisatawan yang datang, penggunaan angkutan udara menjadi salah satu alat transportasi pilihan utama.

Sektor pariwisata menjadi pemasukan devisa yang cukup besar bagi Negara diluar non migas yang nantinya dapat menunjang pertumbuhan perekonomian Indonesia, memberikan lapangan kerja, memperluas kesempatan usaha dan lain sebagainya. Untuk meningkatkan pariwisata, diperlukan suatu penanganan khusus dan juga diperlukan suatu manajemen yang baik.

Menurut Undang - undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan dijelaskan bahwa industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Banyak perusahaan transportasi yang menawarkan dan berusaha merebut minat konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan dari sebuah perusahaan transportasi. Pesawat terbang merupakan moda yang sangat populer dilini masa saat ini dalam melakukan perjalanan, baik jarak menengah maupun jarak

yang panjang. Pesawat-pesawat komersil tertentu bahkan mampu terbang sampai sekitar 18 jam. Pesawat komersil yang populer digunakan saat ini adalah dari Boing 737 buatan Amerika Serikat dari berbagai seri, diantaranya seri 200, 300, 400, 500, 800 dan 900, kemudian disusul dengan pesawat Airbus buatan beberapa negara di Eropah dari seri 319, 320 dan 330.

Pada era 4.0 memudahkan seseorang mengakses berbagai hal, salah satunya dalam melakukan transaksi. Setiap orang dapat melakukan transaksi apapun dalam satu waktu tanpa harus kemanapun, termasuk dalam pembelian tiket. Hal ini membuat persaingan maskapai dalam mendapatkan penumpang semakin tinggi. Kemampuan maskapai dalam memasarkan produknya menjadi penting untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari penumpang karena kepuasan penumpang mempengaruhi keputusan untuk memilih maskapai.

Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dapat dinilai dari sejauh mana perusahaan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan keinginan konsumen dengan lebih baik. Dengan kata lain perusahaan mendapatkan kepuasan pelanggan sebagai bentuk kesuksesan di bidang usaha yang dia tawarkan.

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk memberikan sesuatu yg berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, salah satunya adalah harga. Harga merupakan salah satu faktor penting, karena harga dapat menjadi alasan utama pelanggan memilih produk atau jasa, keputusan dari pembeli sangat dipengaruhi oleh kemampuan daya beli yang dimilikinya. Pendapatan yang di dapatkan perusahaan dapat dilihat dari seberapa besar penawaran perusahaan dalam mematok harga. Harga merupakan salah satu elemen yang fleksibel, karenanya harga dapat berubah sewaktu-waktu.

Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Menurut Walton harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan, masih ada sedikit bukti empiris mengeksplorasi hubungan ini. Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan berfikir untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut.

Selain harga ada faktor lain yang menjadi penilaian bagi penumpang, yaitu pelayanan. Kualitas dari pelayanan merupakan suatu profit strategy untuk menarik lebih banyak konsumen baru, untuk mendapatkan loyalitas pelanggan perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat mempengaruhi loyalitas pelanggannya. Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam

menggunakan jasa transportasi, diantaranya adalah kualitas pelayanan yang diberikan, kepuasan yang dirasakan pelanggan, dan nilai yang dipikirkan pelanggan

Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasakan faktor penting tersebut, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada penumpang, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud, hal ini akan menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus.

Dengan kata lain, seseorang merasa puas apabila hasil yang didapat minimal mampu memenuhi harapannya sedangkan seseorang merasa tidak puas apabila hasil yang didapat tidak mampu memenuhi harapannya. Kepuasan yang dirasakan seseorang akan memberikan dampak terhadap perilaku penggunaan kembali secara terus menerus sehingga terbentuklah loyalitas.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu kegiatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan makanannya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih digunakan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Citilink adalah sebuah maskapai penerbangan berbiaya murah dan anak perusahaan Garuda Indonesia. Perusahaan ini berdiri tahun 2001 sebagai Unit Bisnis Strategis (SBU) dan difungsikan sebagai salah satu alternatif penerbangan bertarif rendah di Indonesia. Sejak tanggal 30 Juli 2012, Citilink secara resmi beroperasi sebagai entitas bisnis yang terpisah dari Garuda Indonesia setelah mendapatkan *Air Operator Certificate* (AOC). Citilink beroperasi dengan 17 pesawat dengan logo, tanda panggil dan seragam baru. Pada Juli 2012, Citilink melayani 9 tujuan domestik yang menghubungkan Jakarta ke Surabaya, Denpasar, Medan, Banjarbaru, Balikpapan dan Batam. Maskapai ini juga mengoperasikan penerbangan dari Surabaya ke Balikpapan, Banjarbaru, Bandung, Denpasar dan Makassar, dan juga mengoperasikan penerbangan dari Medan ke Batam. Pada tanggal 15 September 2012, Citilink resmi membuka rute baru ke Lombok (Bandara Internasional Lombok) dengan rute Surabaya - Lombok. Terhitung mulai tanggal 10 Januari 2014, Citilink melayani rute Malang, Palembang, Semarang, dan Yogyakarta melalui Bandar Udara Halim Perdanakusuma. Baru-baru ini juga, Citilink membuka rute Kertajati-Surabaya.

Harga yang ditawarkan oleh Citilink juga terjangkau oleh penumpang dan variatif. Fasilitas juga diperhatikan, banyak hal menjadi bahan pertimbangan manajemen maskapai untuk memenuhi kriteria kepuasan penumpang, baik itu kualitas pelayanan dan harga sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) penumpang terhadap kualitas pelayanan dan harga, oleh karena

itu berhasil tidaknya maskapai dalam berkomunikasi dengan para penumpang tergantung pada kualitas pelayanan yang terbaik serta harga yang terjangkau pula.

Tabel 1.1 Daftar Pesaing Maskapai penerbangan yang beroperasi di Medan

No	Nama pesaing	Alamat
1	PT. Garuda Indonesia (Tbk)	JL Mongosidi no. 34A. Medan
2	PT. Citilink Indonesia Branch Office Medan	JL. Bandara Kuala Namu, Ps. Enam Kuala Namu, Kabupaten Deli Serdang
3	PT. Lion Mentari Airlines	JL. Brigjen Katamso, Kp. Baru, Medan Maimun. Sumatera Utara

Sumber: observasi awal peneliti

Berdasarkan tabel di atas terlihat adanya persaingan bisnis maskapai di Medan. Untuk mempertahankan pangsa pasar maskapai citilink terus meningkat, pihak pengelola harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis ini. Pengelola harus mulai berfikir seperti konsumen, agar dapat mengetahui apa kebutuhan konsumen sehingga konsumen akan terpuaskan oleh produknya. Memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan, konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian hari.

Dengan menganalisa keluhan penumpang seperti misalnya keramahan pelayanan atau harga lebih terjangkau dan fasilitas yang memadai. Menyadari peran

penting penumpang terhadap pendapatan yang dapat diperoleh perusahaan, perusahaan selalu berupaya mencari apa yang dapat meningkatkan daya beli dengan terus menerus meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan jumlah penumpang.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Penumpang Pada Citilink Indonesia Branch Medan di JL. Bandara Kuala Namu, Ps. Enam Kuala Namu, Kabupaten Deli Serdang

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Adanya sikap pelayanan yang kurang memenuhi harapan dari karyawan/staff *Citilink*
2. Adanya pesaing usaha maskapai penerbangan saat ini.
3. Tingkat kepuasan konsumen yang kurang optimal berpengaruh terhadap penurunan penumpang yang masih cenderung menurun tiap bulan

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada kajian pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

1.4.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang pada maskapai citilink branch office medan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan penumpang pada maskapai citilink branch office medan?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan penumpang pada maskapai citilink branch office medan?

1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang pada Citilink Indonesia Branch Office Medan.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan penumpang pada Citilink Indonesia Branch Office Medan.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan penumpang pada Citilink Indonesia Branch Office Medan.

2. Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penulis melakukan penelitian ini pada Citilink Indonesia Branch Medan adalah:

1. Bagi perusahaan

Memberikan masukan bagi pihak manajemen Citilink Indonesia Branch Medan dalam hal pengaruh harga dan pelayanan terhadap kepuasan penumpang.

2. Bagi Peneliti

Dengan melakukan penelitian ini penulis dapat memperoleh kesempatan untuk mencoba menerapkan pengetahuan ke dalam praktek nyata yang didapat selama mengikuti perkuliahan.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan yang bermanfaat dalam menambah wawasan, khususnya dalam bidang manajemen sumber daya manusia..

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memberikan manfaat untuk memahami dan memperluas pengetahuan terhadap fenomena yang terjadi dalam perusahaan, khususnya fenomena yang berkaitan dengan manajemen sumber daya manusia.

2. Manfaat praktis

1. Menambah wawasan dan pengalaman bagi penelitian.
2. Dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk perusahaan.
3. Sebagai bahan referensi perbandingan bagi penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

