BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perdagangan pada era gobalisasi ini tidak dapat dipungkiri tidak luput dari persaingan yang semakin ketat dalam memasarkan produk dan jasa. Sehingga setiap perusahaan dituntut untuk selalu berusaha keras dalam berinovasi terhadap produk maupun jasanya agar mampu bertahan dari persaingan dan mampu menarik perhatian dari calon kunsumen akan produk yang ia tawarkan. Namun hal yang perlu diperhatikan sebekum merancang inovasi, seseorang harus jelas terlebih dahulu segmentasi dan target mana yang akan disasar. Selain tiap perusahaan dituntut untuk lebih berinovasi, perusahaan juga diharapkan dapat memasarkan produk atau jasanya kepada calon consume, dengan tujuan agar produk tersebut dapat dikenal oleh masyarakat. Tujuan tersebut juga menurut seorang pakar teori manajemen Peter Drueker, tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan dan selanjutnya mampu menjual dirinya sendiri. Idealnya, pemasaran harus memaksimalkan pelanggan yang siap membeli. yang ia butuhkan selanjutnya menyediakan produk jasa itu sendiri (Kotler:2012).

Dampak globalisasi yang sangat besar, secara tidak langsung membuat masyarakat Indonesia lebih memilih segala sesuatunya serba instan dan praktis (mulai dari makanan, transportasi, dan lain sebagainya). Dengan adanya globalisasi dan perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat alat

transportasi juga ikut mengalami perkembangan yang cukup pesat bagi dunia demikian juga dengan Indonesia.

Saat ini seiring berkembangnya jaman, transportasi di Indonesia semakin diperlukan bagi semua kalangan. Keberadaan sebuah sarana transportasi dalam kehidupan manusia menjadi cukup signifikan karna sebagi penunjang kelancaran kehidupan. Transportasi menjadi bagian penting atas perkembangan manusia dan dunia, baik dalam pemerataan penduduk, pengembangan ekonomi, serta pertumbuhan industrialisasi. Berbagai disiplin ilmu mengartikan bahwa dengan adanya transpotasi membuka semua kemudahandan membuat sebuah beradaban baru yang lebih modern.

Salah satu transpotasi yang perkembngannya semakin hari semakin pesat adalah industri penerbangan. Di Indonesia industri penerbangan bukan merupakan lagi sebagai alat transportasi bagi kalangan menengah keata, akan tetapi dari berbagai kalangan dapat menggunakan transportasi tersebut. Hal ini ditunjang dari Indonesia yang merupakan negara kepulauan. Indonesia terdiri dari ribuan pulau besar dan kecil yang dikelilingi dengan laut. Untuk menghubungkan ribuan pilau di Indonesia transportasi laut dan udara merupakan andalan utama.

Perusahaan harus mampu melihat keinginan dan kebutuhan konsumen. Dalam pemasaran produk dan jasa yang dihasilkan oleh produsen berlaku prinsip pemuasan kebutuhan, keinginan konsumen (Kotler:2012). Seiring dengan pertumbuhan perekonomin membuat sarana transportasi penerbangan meningkat. Tentu saja ini memberikan keleluasaan untuk memilih maskapai mana menurut mereka yang dapat memberikan layanan sesuai atau lebih tinggi dari kebutuhan.

Namun bagi industry penerbangan itu sendiri, banyanknya maskapai ini tentu saja berdampak pada semakin ketatnya persaingan sehingga ada kecenderungan maskapai umtuk menekan biaya untuk mendominasi para penumpang dengan menawarkan harga murah (low face airline).

Perusahaan penerbangan adalah salah satu perusahaan yang menghasilkan produk jasa transportasi udara dari daerah satu ke daerah yang lain bagi para penumpang yang merupakan konsumen dari perusahaan tersebut. Untuk mendapatkan konsumen perusahaan harus melakukan kegiatan pemasaran agar jasa yang ditawarkan dapat terjual sesuai dengan harapan.

Kadir (2001) menyatakan bahwa kualitas adalah tujuan yang sulit dipahami (tujuan yang sulit dipahami), karena harapan para konsumen akan selalu berubah. Setiap standar baru ditemukan, maka konsumen akan menuntut lebih untuk mendapatkan standar baru lain yang lebih baru dan lebih baik. Dalam pandangan ini, kualitas adalah proses dan bukan hasil akhir (meningkatkan kualitas kontinuitas).

Kualitas produk menurut Tjiptono, dkk (2008) kualitas produk ialah yang sesuai dengan standar (target, sasaran atau persyaratan yang bias didefinisikan, diobservasi dan diukur). Tjiptono (2008) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan ketepatan pengiriman dalam menyeimbangkan harapan konsumen.

Lion Air merupakan maskapai penerbangan swasta nasional asal Indonesia, Lion Air juga merupakan maskapai berbaya rendah (Low Cost Carrier) dengan mengusung slogan “ Qw Make People Fly “. Melalui hal ini Lion Air mencoba

mewujudkan dan merubah stigma masyarakat bahwa siapapun 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 pelayanan dalam masyarakat dan pelanggan setianya. Beberapa diantaranya adalah sertifikasi ISSA (Standart Safety Assement) yaitu sebuah standar keselamatan dan keamanan berskala nasional 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.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis mengangkat beberapa rumusan masalah diantaranya sebagi berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pengguna jasa pada maskapai Lion Air di Yogyakarta International Airport?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pengguna jasa pada maskapai Lion Air di Yogyakarta International Airport?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pengguna jasa pada maskapai Lion Air di Yogyakarta International Airport?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini:

1. Maskapai yang diteliti adalah maskapai Lion Air di Yogyakarta International Airport.
2. Meneliti pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pengguna jasa maskapai Lion Air di Bandara Internasional Yogyakarta.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pengguna jasa pada maskapai Lion Air di Bandara Internasinal Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pengguna jasa pada maskapai Lion Air di Yogyakarta International Airport.
3. Untuk mengetahui kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pengguna jasa pada maskapai Lion Air di Yogyakarta International Airport.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktis
   a. Bagi Taruna/i

      Penulis perharap hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan acuan bagi peneliti selanjutnya dan menambah wawasan bagi penulis.

SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI KEDIRGANTARAAN YOGYAKARTA STTKD

b. Bagi Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan

Diharapkan dengan adanya hasil penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan bagi Manajemen transportasi Udara.

c. Bagi Perusahaan

Hasil peneliti ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan.

2. Manfaat teoritis

Diharapkan dalam penulisan ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang Manajemen Transportasi Udara, terutama dalam bidang pemasaran.

F. Sistematika Penulisan

Agar pelaksanaan penulisan ini tidak menyimpang maka perlu digunakan suatu sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan terdiri atas latar belakang masalah, maksud dan tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Berisikan tinjauan pustaka yang menjelaskan tentang penelitian ini didapatkan, sedangkan untuk dasar teori yang dibahas tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, keputusan pengguna jasa, kerangka pikir, dan hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian terdiri atas bahan dan alat, langkah penelitian.

BAB IV HASIL PENELLITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini beisikan mengenai hasil penelitian yang lebih mendalam tentang data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi kemajuan bagi perusahaan penerbangan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI KEDIRGANTARAAN
DWI MARGA CINDEKIA
STTKD
YOGYAKARTA