

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transportasi udara telah menjadi bagian penting manusia, kebutuhan terhadap transportasi ini digunakan untuk memajukan berbagai aspek kehidupan seperti perdagangan, pendidikan, industri maupun aspek sosial. Transportasi juga menjadi pilihan bagi sebagian orang yang hendak berkunjung bekerja ataupun berwisata. Transportasi seperti pesawat terbang akan selalu menjadi bagian utama yang dicari oleh siapapun karena dapat menjangkau area yang paling jauh dengan waktu tempuh yang relatif cepat. Di Indonesia transportasi udara sangat digemari konsumen terutama dengan kehadiran konsep Low Cost Carrier.

Menurut Rahman (2003) *Low Cost Carrier* (LCC) disebut dengan *nofrills* dan *bugded airline* adalah perusahaan penerbangan berjadwal (*schedule carrier*) dengan biaya jauh lebih rendah dibandingkan perusahaan pada umumnya. Banyaknya jasa transportasi Low Cost Carrier yang ada, secara otomatis menciptakan persaingan antara perusahaan jasa transportasi tersebut. Konsep bisnis Low Cost Carrier diberikan kepada konsumen berfungsi untuk memberikan kepercayaan yang maksimal, oleh karena itu dalam rangka memberikan konsep harga murah harus dilakukan sesuai dengan fungsi kualitas yang baik untuk meningkatkan kepercayaan minat beli pelanggan Low Cost Carrier atau harga maskapai pada umumnya.

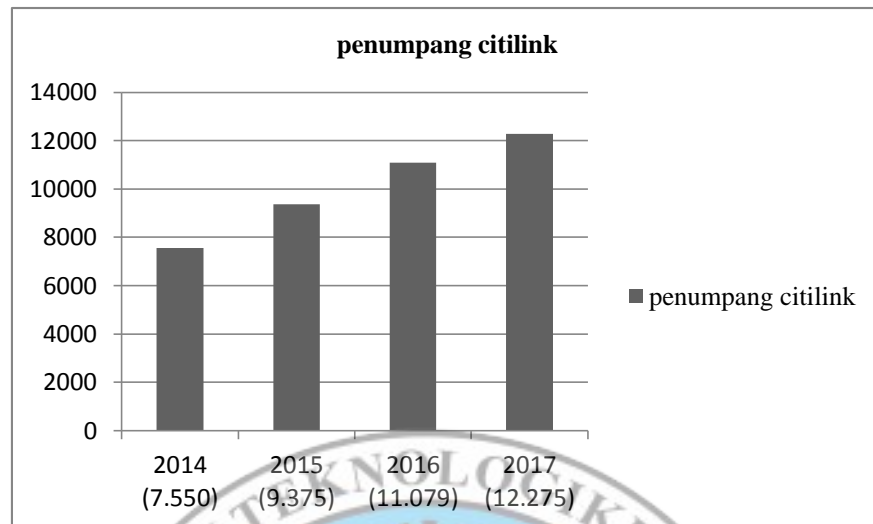
Banyaknya jasa transportasi Low Cost Carrier yang ada, secara otomatis menciptakan persaingan antara perusahaan jasa transportasi tersebut. Konsep bisnis Low Cost Carrier diberikan kepada konsumen berfungsi untuk memberikan kepercayaan yang maksimal, oleh karena itu dalam rangka memberikan konsep harga murah harus dilakukan sesuai dengan fungsi kualitas yang baik untuk meningkatkan kepercayaan minat beli pelanggan. Low Cost Carrier atau harga murah yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan seperti untuk menunjukkan sikap positif kepada konsumen, mengenali kebutuhan konsumen, memenuhi kebutuhan konsumen, dan memastikan konsumen kembali lagi. Pada umumnya tujuan dengan diadakannya strategi Low Cost Carrier adalah agar konsumen merasakan adanya kepuasan dan kepercayaan serta dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum. Low Cost Carrier memiliki beberapa tolak ukur diantaranya : harga, keberagaman rute penerbangan, frekuensi penerbangan, dan distribution. Untuk mengetahui kualitas atau mutu pelayanan bisnis Low Cost Carrier yang sedang digunakan, pelanggan atau pengguna jasa harus menilai kualitas dan pelayanan yang baik dari LCC tersebut.

Di Indonesia terdapat banyak sekali bandara yang menampung sejumlah maskapai berbasis Low Cost Carrier, dan Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali merupakan salah satu bandar udara terbesar di Indonesia yang melayani penerbangan berbasis Low Cost Carrier. Diketahui selama semester pertama 2019 ini, Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali telah melayani 11,16 juta penumpang. Dari jumlah ini, 56% atau 6,1 juta penumpang di antaranya

terbang dengan menggunakan maskapai berbiaya rendah atau Low Cost Carrier (LCC), sedangkan sisanya sejumlah 4,9 juta penumpang menggunakan jasa maskapai full service (Bali Airport, 2020).

Salah satu penyedia jasa transportasi udara Low Cost Carrier yang ada di Indonesia adalah Maskapai Citilink Indonesia. Maskapai Citilink Indonesia merupakan sebuah upaya ekspansi oleh PT Garuda Indonesia agar bisa bersaing lebih agresif dalam penerbangan di segmen budget traveller. Maskapai Citilink memiliki visi untuk menjadi maskapai penerbangan berbiaya murah terkemuka di kawasan regional dengan menyediakan jasa angkutan udara komersial berjadwal, berbiaya murah, dan mengutamakan keselamatan dan memiliki misi untuk meningkatkan kualitas dari kehidupan masyarakat dengan menyediakan transportasi udara bebas gangguan yang memiliki reabilitas tinggi dan standard keamanan internasional melalui sentuhan keramah-tamahan Indonesia. Melalui tarif yang semakin terjangkau dan kemudahan dalam membeli tiket, maka pertumbuhan jumlah penumpang juga akan semakin pesat.

Berikut adalah gambar data penumpang citilink tahun 2014 – 2017 :



Gambar 1.1 Data Penumpang Citilink Tahun 2014 - 2017
Sumber : Jurnal AnnualReportCitilink 2017

Berdasarkan grafik diatas, dapat diketahui bahwa Low Cost Carrier Citilink Indonesia pada tahun 2014 mengangkut penumpang sebanyak 7,5 juta penumpang, dan di tahun 2015 mengangkut sebanyak 9,3 juta penumpang, atau meningkat sebesar 24%, lalu di tahun 2016 mengangkut sebanyak 11 juta penumpang atau mengalami peningkatan sebesar 18% dan di tahun 2017 mengangkut 12,2 juta penumpang dan ini juga meningkat sebesar 10%, dengan ini disimpulkan bahwa pertumbuhan sektor Low Cost Carrier Citilink Indonesia telah berkembang cepat selama empat tahun berturut-turut.

Maskapai Citilink Indonesia juga telah menjadi maskapai pertama di Indonesia yang menggunakan pesawat dengan seri Airbus A320NEO. Pada akhir tahun 2017, Citilink Indonesia telah mengoperasikan 50 pesawat seri Airbus A320, spesifiknya 45 CEO dan 5 NEO yang memiliki kapasitas sebanyak 180 penumpang. Hingga Juni 2018, Citilink Indonesia sudah

melayani konektivitas penerbangan ke 35 kota, 70 rute, dan lebih dari 274 frekuensi penerbangan setiap harinya. Sepanjang tahun 2017 dan 2018, Citilink Indonesia telah membuka penerbangan ke 7 destinasi baru yang terdiri dari Jayapura, Kendari, Gorontalo, Ambon, Silangit, Banyuwangi, Kertajati serta 2 (dua) rute regional ke Dili dan Penang. Hingga saat ini Maskapai Citilink Indonesia telah menjadi maskapai LCC yang berkembang dengan pesat di Indonesia sejak pesawat A320 hadir sebagai salah satu armada yang dimiliki perusahaan (Citilink Company, 2020).

Maskapai Citilink Indonesia juga pernah meraih predikat maskapai berbintang 4 dari APEX (Airlines Passenger Experience) dalam acara ceremonial APEX Award 2018 di Boston. Maskapai Citilink saat ini telah menggunakan digital marketing sebagai alat untuk memperluas pengenalan masyarakat terhadap layanan yang ditawarkan oleh Maskapai Citilink, media digital yang telah digunakan oleh Maskapai Citilink diantaranya twitter, facebook, instagram, youtube dan memaksimalkan tampilan website sebagai media pemasarannya. Mengetahui sejauh mana permasalahan model bisnis Low Cost Carrier yang dilakukan Maskapai Citilink, peneliti melakukan observasi mengenai model bisnis yang dilakukan oleh Maskapai Citilink namun dibalik sisi Maskapai Citilink yang setiap tahunnya selalu ada peningkatan jumlah penumpang, ternyata masih terdapat keluhan yang datang dari penumpang atau konsumen. Didapatkan beberapa keluhan dari penumpang diantaranya seperti permasalahan on time performance dan ini terjadi karena strategi Low Cost Carrier hanya memakai satu pesawat dari

point ke point dan apabila mengalami keterlambatan dari satu tujuan sebelumnya maka tujuan berikutnya mengalami keterlambatan, hal tersebut selaras dengan informasi yang dimuat di inews.id oleh Amiruddin(2019) menuliskan bahwa penumpang kecewa, karena Maskapai Citilink gagal terbang di Kualanamu akibat kerusakan AC. Tidak hanya itu saja, penumpang terkadang mengeluhkan layanan pegawai atau kurangnya pemberian service yang baik dari pegawai Maskapai Citilink yang terkadang tidak ramah dan juga keamanan bagasi terkadang juga dikeluhkan karena sering tertukarnya barang bawaan penumpang dengan yang lain dikarenakan kurangnya pengawasan dari perusahaan, hal ini juga selaras dengan informasi yang dimuat dalam artikel mediakonsumen.com oleh Dian Wijaya (2019) yang mengatakan bahwa telah di kecewakan oleh service pelayanan Maskapai Citilink karena permasalahan sebuah kursi roda elektriknya yang dikenakan charge sangat mahal saat dibawa masuk ke cabin. Apabila masalah ini terus terjadi maka hal ini dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan dan dapat menurunkan jumlah pelanggan dan menurunkan kepercayaan yang dapat mengurangi minat beli pelanggan sehingga pelanggan tidak tertarik lagi menggunakan jasa maskapai ini namun yang masih dipertanyakan maskapai ini justru masih tetap ramai penumpang bahkan selalu meningkat. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang permasalahan tersebut dengan mengambil judul **analisis penerbangan berbasis Low Cost Carrier terhadap minat beli penumpang pada Maskapai Citilink di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi Maskapai Low Cost Carrier Citilink di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali untuk meningkatkan minat beli pada penumpang?
2. Apakah penerbangan berbasis Low Cost Carrier berpengaruh terhadap minat beli penumpang Maskapai Citilink di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali?
3. Jika ada pengaruh, berapa besar pengaruh penerbangan berbasis Low Cost Carrier terhadap minat beli penumpang Maskapai Citilink di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali ?

C. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Ruang lingkup pembahasan pada penelitian ini di batasi khusus masalah – masalah berikut:

1. Strategi pemasaran untuk meningkatkan minat beli penumpang Maskapai Low Cost Carrier Citilink di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali.

2. Besar pengaruh penerbangan berbasis Low Cost Carrier terhadap minat beli penumpang Maskapai Citilink di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis strategi yang digunakan untuk meningkatkan minat beli penumpang Maskapai Low Cost Carrier Citilink di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali.
2. Mengetahui pengaruh penerbangan berbasis Low Cost Carrier terhadap minat beli penumpang Maskapai Citilink di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali.
3. Menganalisis seberapa besar pengaruh penerbangan berbasis Low Cost Carrier terhadap minat beli penumpang Maskapai Citilink di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali.

E. Manfaat Penelitian

Berikut merupakan suatu penelitian dibentuk karena terdapat manfaat-manfaat tertentu dengan adanya tujuan penelitian tersebut maka yang menjadi manfaat dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan suatu pendalaman ilmu dan diharapkan dapat menambah kajian pengetahuan tentang konsep pemasaran khususnya minat beli penumpang pengguna jasa layanan maskapai Low Cost Carrier Citilink di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan atau informasi bagi pengelola Citilink dalam menentukan langkah-langkah serta kebijakan perusahaan khususnya dalam penentuan strategi penjualan yang berorientasi Low Cost Carrier pada Citilink.

3. Bagi STTKD

Hasil penelitian ini, dapat digunakan oleh Taruna/i STTKD Yogyakarta sebagai perbandingan dalam penelitian di masa yang akan datang. Manfaat untuk lembaga yaitu dapat dijadikan sebagai referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Manajemen Transportasi Udara