

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan arus informasi dan ekonomi mendorong timbulnya laju persaingan didalam dunia usaha hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya perusahaan, baik yang menghasilkan barang maupun jasa, sehingga menyebabkan persaingan dalam dunia usaha semakin ketat. Keadaan ini memaksa perusahaan untuk lebih tanggap terhadap terjadinya perubahan pasar yang sangat cepat dan dinamis.

Begitu juga dengan sektor jasa yaitu transportasi, di Indonesia transportasi dibagi atas tiga bagian yaitu sektor darat, laut dan udara, dengan meningkatnya perekonomian berpengaruh terhadap mobilitas masyarakat, apalagi dengan kondisi geografis Indonesia yang merupakan Negara kepulauan sehingga mendorong tumbuh dan berkembangnya transportasi udara, Berikut Gambar 1.1 menunjukkan pertumbuhan jumlah pengguna transportasi udara Indonesia tahun 2011.



Sumber : <http://www.seputarindonesia.com/ediscetak/content/view/376114/>

**GAMBAR 1.1
PERTUMBUHAN PENERBANGAN DI INDONESIA**

Lovely Nanda Putra, 2013

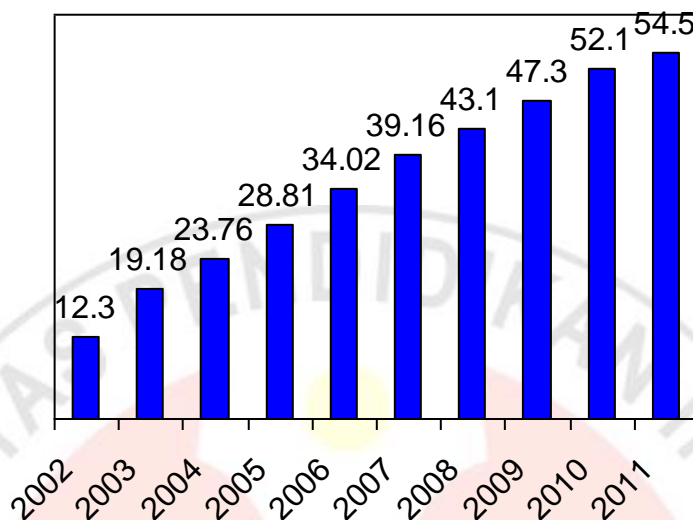
Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Menggunakan Maskapai Batavia Air Rute Jakarta-Padang (Survei pada pengguna Maskapai Batavia Air di UPI, UNPAD dan ITB)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Peningkatan jumlah pengguna jasa transportasi udara disebabkan oleh lebih efisien dibandingkan dengan sarana transportasi lainnya yang lebih memakan waktu yang relatif lama dibandingkan dengan transportasi udara, apalagi didukung oleh perubahan persepsi konsumen dalam menggunakan sarana transportasi, yang dulu hanya untuk segment pasar kalangan menengah ke atas sedangkan sekarang beberapa maskapai penerbangan sudah masuk ke kalangan menengah ke bawah.

Indonesia memiliki jumlah penduduk ke empat terbesar di dunia setelah Cina, Amerika dan India, sehingga banyak perusahaan penerbangan yang beroperasi di Indonesia, apalagi kondisi geografis Indonesia yang merupakan negara kepulauan sehingga meningkatkan kebutuhan akan transportasi antar pulau yang sangat dibutuhkan. Sehingga bisnis penerbangan sangat potensial untuk terus berkembang sehingga perusahaan penerbangan nasional melakukan perluasan pasar untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan transportasi udara.

Seiring dengan peningkatan minat masyarakat dalam menggunakan sarana transportasi udara maka penyedia layanan transportasi udara di Indonesia memperluas target pasar dalam mendapatkan konsumen. Berikut gambar 1.2 menunjukkan estimasi *market size* penerbangan di Indonesia

**ESTIMASI MARKET SIZE PENERBANGAN DI
INDONESIA
(persentase)**



Sumber : Estimasi market size (swa 10/XXIV/15-28 mei 2010)

GAMBAR 1.2
ESTIMASI MARKET SIZE PENERBANGAN DI INDONESIA

Pada Gambar 1.2 dapat kita ketahui *market size* penerbangan di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, pengguna jasa penerbangan domestik peningkatan yang sangat tinggi terjadi antara 2008–2009 dari 43.10 menjadi 47.30 hal ini tentunya dipengaruhi beberapa keunggulan yang dapat dirasakan oleh konsumen.

Perluasan pasar yang dilakukan oleh penyedia transportasi udara seiring dengan pertumbuhan jumlah pengguna sarana transportasi udara yang tinggi. Apalagi dengan adanya persepsi dari masyarakat dalam menggunakan sarana transportasi udara identik dengan harga yang mahal sedangkan pada tahun 2005 terjadi perkembangan *Market Size* yang sangat tinggi dari 23.76 pada tahun 2004 menjadi 28.81 pada tahun 2005 yang artinya terjadi lonjakan *Market Size* sebanyak 50.5, pertumbuhan yang tinggi ini disebabkan adanya perubahan

Lovely Nanda Putra, 2013

persepsi dari masyarakat dalam menilai angkutan transportasi udara yang dulunya mahal menjadi lebih terjangkau untuk kalangan ekonomi menengah ke bawah

Seiring dengan meningkatnya *market size* dan jumlah pengguna tentu mempengaruhi setiap maskapai yang beroperasi di Indonesia dalam mensiasati strategi bisnis yang mereka jalani dalam mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya, berikut ini Tabel 1.1 daftar maskapai yang beroperasi untuk penerbangan di Indonesia.

TABEL 1.1
DAFTAR MASKAPAI PENERBANGAN DI INDONESIA

NO	Maskapai Penerbangan
1	Garuda Indonesia
2	Merpati Nusantara Airlines
3	Lion Air
4	Indonesia Air Asia
5	Kartika Airlines
6	Batavia Air
7	Riau Airlines
8	Wings Air
9	Trigana Air Service
10	Travel Experss
11	Sriwijaya Air
12	Sky Aviation
13	Citilink
14	Express Air

Sumber : http://id.m.wikipedia.org/wiki/Daftar_maskapai_penerbangan_indonesia

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa di Indonesia beroperasi empatbelas maskapai, menurut Departemen Perhubungan Udara dari semua maskapai yang beroperasi di Indonesia dibagi menjadi tiga layanan.

Lovely Nanda Putra, 2013

Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Menggunakan Maskapai Batavia Air Rute Jakarta-Padang (Survei pada pengguna Maskapai Batavia Air di UPI, UNPAD dan ITB)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Penetapan dan penentuan harga dan layanan merupakan kebijakan yang sangat signifikan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, didalam industri penerbangan kebijakan penetapan harga dan layanan dibagi menjadi tiga bagian yaitu *Full Services Carrier*, *Middle Cost Carrier* dan *Low Cost Carrier*,

Penetapan kriteria layanan dan harga mengakibatkan meningkatnya pertumbuhan industri penerbangan, konsumen diberikan pilihan dalam menggunakan maskapai penerbangan.

Berikut ini Tabel 1.2 tarif layanan penerbangan yang berlaku di Indonesia:

TABEL 1.2
TARIF LAYANAN PENERBANGAN DI INDONESIA

No	<i>Full Service Carrier</i>	<i>Middle Cost Carrier</i>	<i>Low Cost Carrier</i>
1	Garuda Indonesia	Merpati Nusantara Airlines	Batavia Air
2		Sriwijaya Air	Indonesia Air Asia
3		Trigna Air Service	Lion Air
4		Express Air	Wings Air

Sumber : diolah dari beberapa sumber di internet dan majalah

Menurut Saha and Theingi (2009:15) dalam memberikan layanan industri penerbangan dibagi menjadi tiga layanan yaitu *Full service carrier* merupakan penerapan layanan yang menyediakan layanan penuh seperti kelas penerbangan premium, penyediaan makanan dan minuman dalam perjalanan, dan penerbangan yang dilengkapi sarana prasarana hiburan.

Middle Cost Carrier merupakan penerbangan dengan penerapan layanan menengah dengan tingkat harga lebih murah dibandingkan *full service carrier* akan tetapi tidak menyediakan sarana hiburan sedangkan *Low Cost Carrier* layanan ini tarifnya bersaing dengan moda transportasi lain seperti kereta api dan

Lovely Nanda Putra, 2013

Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Menggunakan Maskapai Batavia Air Rute Jakarta-Padang (Survei pada pengguna Maskapai Batavia Air di UPI, UNPAD dan ITB)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

kapal laut akan tetapi konsumen hanya diberikan layanan transportasi saja maskapai dan menghilangkan layanan lainnya.

Penetapan penawaran layanan dengan harga tiket yang minimum membuat tingkat layanan maskapai diminimalisir, sehingga akan berdampak kepada peralihan konsumen yang biasanya sebagai pengguna transportasi darat dan laut menjadi konsumen transportasi udara.

Peningkatan jumlah penumpang pada 2010 dan 2011 dinilai karena maskapai yang ada digolongkan berpelayanan minimum (*no frill*) semakin sering menawarkan tarif tiket yang terjangkau, dan cukup bersaing dengan kapal atau kereta api sehingga konsumen tidak lagi beranggapan bahwa menggunakan transportasi udara tidak semahal dulu lagi.

Dengan peningkatan jumlah konsumen pengguna jasa penerbangan tentu menimbulkan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen atas jasa yang diberikan maskapai penerbangan, berikut Tabel 1.3 menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan pengguna jasa penerbangan.

TABEL 1.3
INDEX KEPUASAN PELANGGAN MASKAPAI PENERBANGAN

No	2008	2009	2010
1	Garuda Indonesia	Garuda Indonesia	Garuda Indonesia
2	Sriwijaya Air	Lion Air	Lion Air
3	Mandala	Batavia Air	Merpati
4	Air Asia	Air Asia	Mandala
5	Lion Air	Mandala	Batavia Air
6	Merpati	Merpati	Air Asia
7	Batavia Air	Sriwijaya	Sriwijaya

Sumber : ICSA index transportasi (swasembada no 21/XXVI/4-13 oktober 2010)

Lovely Nanda Putra, 2013

Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Menggunakan Maskapai Batavia Air Rute Jakarta-Padang (Survei pada pengguna Maskapai Batavia Air di UPI, UNPAD dan ITB)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan Tabel 1.3 dijelaskan bahwa setiap maskapai penerbangan mengalami pergeseran dan perubahan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Menurut Buchari Alma (2009:59) setelah melakukan penilaian maka diambilah keputusan membeli atau tidak membeli. Ketika konsumen sudah melakukan keputusan pembelian, maka kemungkinan perusahaan berhasil menghantarkan kepuasan konsumen, pergeseran kepuasan pelanggan setiap maskapai penerbangan dikarenakan oleh pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap konsumen.

Posisi pertama terdapat Garuda sebagai penyedia layanan *full service carrier* sebagai *leader* dan pada posisi kedua diraih oleh Lion Air dengan layanan *low cost carrier* yang pada tahun 2008 hanya menempati posisi ke lima dan pada tahun berikutnya 2009-2010 menempati posisi kedua setelah Garuda Airline akan tetapi pada tahun 2009-2010 Lion Air sering mengalami kecelakaan, pada posisi ke tiga di raih oleh Merpati Airline dengan layanan *middle cost carrier* yang mengalami peningkatan indeks kepuasan pelanggan dari tahun sebelumnya. Posisi ke empat adalah Mandala Airline dengan layanan *middle cost carrier* yang pada tahun sebelumnya mengalami penurunan kepuasan pelanggan, dan pada posisi ke lima ditempati oleh Batavia Air dengan layanan *low cost carrier* yang mengalami penurunan kepuasan konsumen yang pada tahun sebelumnya berada pada posisi ke 3 pada tahun 2009 dan ke tujuh pada tahun 2008.

Berikut tabel 1.6 menunjukkan index kepuasan pelanggan maskapai penerbangan dengan konsep layanan *low cost carrier*.

Lovely Nanda Putra, 2013

Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Menggunakan Maskapai Batavia Air Rute Jakarta-Padang (Survei pada pengguna Maskapai Batavia Air di UPI, UNPAD dan ITB)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

TABEL 1.4
INDEX KEPUASAN PELANGGAN MASKAPAI PENERBANGAN
LOW COST CARRIER

NO	2008	2009	2010	2011
1	Air Asia	Lion Air	Lion Air	Lion Air
2	Lion Air	Batavia Air	Batavia Air	Batavia Air
3	Batavia Air	Air Asia	Air Asia	Air Asia

Sumber : ICSA index transportasi (swasembada no 21/XXVI/4-13 oktober 2011)

Berdasarkan tabel 1.4 dapat kita ketahui pada tahun 2008 Air Asia menempati urutan pertama sedangkan pada tahun 2009, Air Asia mengalami penurunan kepuasan pelanggan begitu juga pada tahun 2010, sedangkan Lion Air pada tahun 2008 menempati urutan ke dua setelah Air Asia, pada tahun 2009 lion menempati peringkat pertama index kepuasan pelanggan begitu juga pada tahun 2010, sedangkan Batavia Air pada tahun 2008 menduduki peringkat paling bawah, pada tahun 2009 menjadi posisi kedua setelah Lion Air begitu juga pada tahun 2010.

Keputusan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi dinilai dari kualitas layanan, harga, tempat, promosi, *people, physical evidence* dan *process*, situasi penerbangan saat ini kualitas layanan dibedakan atas tiga bagian yaitu *full service carrier, middle service carrier dan low cost carrier*, Secara umum, sebuah maskapai penerbangan akan mendapatkan tingkat OTP (*On Time Performance*) yang baik jika pesawat yang dioperasikannya rata-rata masih baru dan perawatannya memadai. Meskipun demikian, keberadaan pesawat yang baru bukan satu-satunya faktor penentu ketepatan waktu. Menurut (Banfe, 2005:32).

Ada beberapa faktor yang dapat menjadi penyebab terjadinya *delay* antara lain

Lovely Nanda Putra, 2013

Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Menggunakan Maskapai Batavia Air Rute Jakarta-Padang (Survei pada pengguna Maskapai Batavia Air di UPI, UNPAD dan ITB)
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. *Force Majeure* : Suatu kejadian yang tidak dapat dielakkan dan diperhitungkan sebelumnya atau diluar kekuasaan manusia contoh : *bad weather* (cuaca buruk), banjir, gempa bumi,
2. *Technical Reason* : Diakibatkan oleh kerusakan yang terjadi pada pesawat contoh: mesin, baling-baling rusak.
3. *Commercial Reason* : diakibatkan oleh alasan komersial contoh: pesawat kecil diganti oleh pesawat besar sehingga butuh waktu lama untuk *check-in*, atau sebaliknya adanya *pax* yang belum *check-in*.
4. *Security Reason* : dilakukan oleh tindakan demi keamanan pesawat dan keselamatan *pax* contoh: adanya *pax* *VIP movement*.

Batavia Air, Lion Air, dan Indonesia Air Asia merupakan penerbangan yang menerapkan layanan *low cost carrier*, yang merupakan maskapai penerbangan yang memberikan tarif rendah dengan gantinya menghilangkan beberapa layanan, sehingga menghemat biaya operasional dari perusahaan tersebut sehingga menjadikan harga tiket penerbangan menjadi lebih murah, di Indonesia ada beberapa maskapai penerbangan yang menggunakan tarif layanan *low cost carrier* dalam penetapan harganya yaitu Batavia Air, Lion Air dan Indonesia Air Asia, ketiga maskapai tersebut melayani penerbangan domestik maupun internasional,

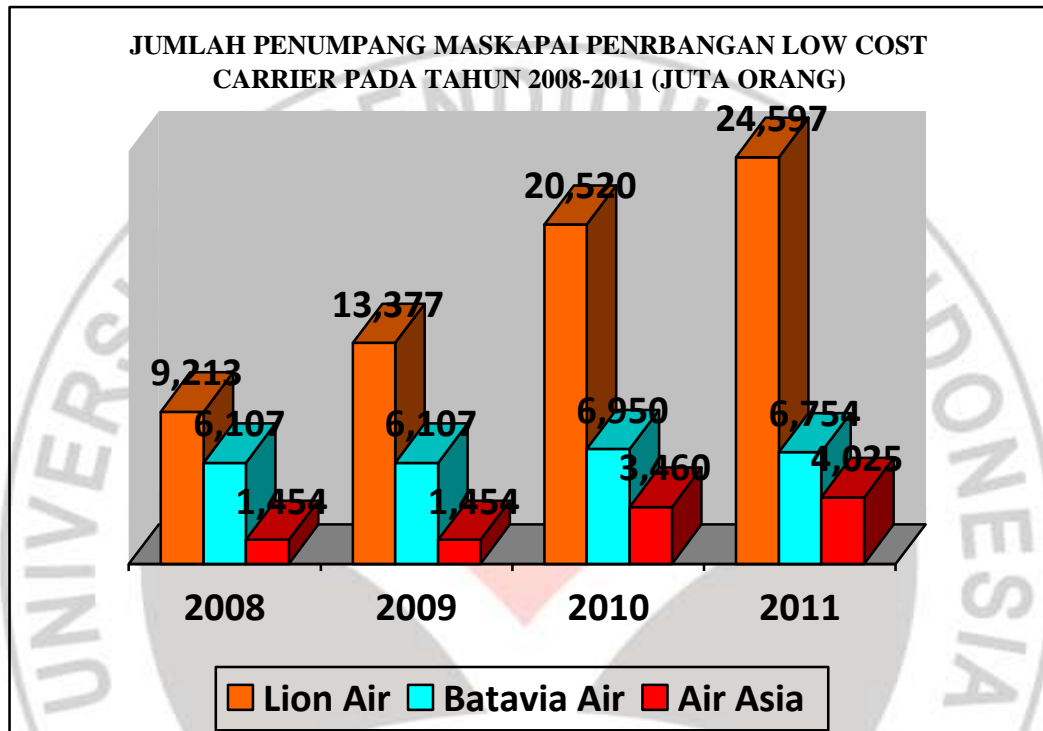
Penerbangan domestik pada tahun 2010 tercatat bahwa ada peraturan Keputusan Menteri Perhubungan No. 26/2010 menegaskan, maskapai yang berada dalam kelompok layanan *full service* (pelayanan penuh) boleh menetapkan tarif 100 persen dari tarif jarak maksimum. Adapun kelompok *medium service* 90

Lovely Nanda Putra, 2013

Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Menggunakan Maskapai Batavia Air Rute Jakarta-Padang (Survei pada pengguna Maskapai Batavia Air di UPI, UNPAD dan ITB)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

persen dari tarif jarak maksimum, dan *no frill service* atau berbiaya rendah 85 persen dari tarif jarak maksimum.

berikut ini Tabel 1.6 menunjukkan jumlah penumpang dari beberapa maskapai yang menerapkan strategi *low cost carrier* pada tahun 2008-2011.



Sumber : diolah dari litpus kompas, detik news, tribune news.

GAMBAR 1.3

JUMLAH PENUMPANG MASKAPAI PENRBANGAN *LOW COST CARRIER* PADA TAHUN 2008-2011

Lion air sebagai maskapai penerbangan yang menerapkan strategi *low cost carrier* terus mengalami peningkatan dari setiap tahunnya pada tahun 2008 jumlah penumpang lion air adalah 9.213.000 orang dan mengalami kenaikan sebanyak 30% yakni 13.377.000 orang terlebih pada tahun 2010 ke 2011 mengalami peningkatan yang sangat drastis dari 20.500.000 orang menjadi 24.597.000 orang yang berarti mengalami kenaikan sebanyak 20%.

Lovely Nanda Putra, 2013

Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Menggunakan Maskapai Batavia Air Rute Jakarta-Padang (Survei pada pengguna Maskapai Batavia Air di UPI, UNPAD dan ITB)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Batavia Air sebagai maskapai penerbangan yang juga menerapkan strategi *low cost carrier* mengalami *fluktuatif* perkembangan jumlah penumpang antara tahun 2008 ke 2009 terjadi penurunan jumlah penumpang dari 6.107.000 orang menjadi 5.620.000 orang yang berarti mengalami penurunan sebesar 487.000 orang atau sebanyak 8.7 % pada tahun 2010 terjadi kenaikan dengan selisih peningkatan jumlah penumpang 1.280.000 orang yang berarti mengalami peningkatan sebanyak 22.7%, sedangkan pada tahun 2011 mengalami penurunan jumlah penumpang menjadi 6.754.000 dari 6.900.000 orang yang berarti mengalami penurunan sebanyak 2.1 %.

Air Asia maskapai yang menerapkan layanan *Low cost carrier* pada tahun 2008 menerbangkan 1.454.000 dan mengalami peningkatan pada tahun 2009 menjadi 3.460.000 sehingga mengalami kenaikan sebanyak 58%, pada tahun 2010 mengalami jumlah kenaikan sebanyak 13% menjadi 3.980.000 orang, pada tahun 2011 juga mengalami kenaikan sebanyak 10% menjadi 4.020.000 orang.

Pada Tabel 1.6 bisa kita lihat konsumen relatif memilih berdasarkan harga paling murah karena pada peringkat pertama Lion Air merupakan penerbangan yang *brand image* nya merupakan pesawat dengan harga terjangkau begitu juga dengan Batavia Air (penerbangan dengan biaya rendah), walaupun Batavia Air merupakan penerbangan dengan biaya rendah akan tetapi Batavia Air masih di peringkat tiga.

Sementara pelanggan yang lain mempertimbangkan faktor mutu layanan (*service quality*) dari jasa yang ditawarkan. Bagi mereka, harga tidak menjadi pertimbangan, dibandingkan manfaat dan layanan yang ditawarkan.

Lovely Nanda Putra, 2013

Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Menggunakan Maskapai Batavia Air Rute Jakarta-Padang (Survei pada pengguna Maskapai Batavia Air di UPI, UNPAD dan ITB)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dalam hal ini Batavia Air dan Lion Air menggunakan strategi yang sekarang banyak digunakan oleh perusahaan penerbangan dalam meraih konsumen lebih banyak lagi yaitu dengan menerapkan sistem layanan perusahaan berdasarkan pada penetapan biaya yang murah bagi penumpang atau konsumen tetapi tetap menerapkan pelayanan yang terbaik atau lebih dikenal dengan *Low Cost Carrier* (LCC), istilah *Low cost carrier* (LCC) sering juga disebut sebagai *budget airlines* atau *no frills flight* merupakan model penerbangan dengan strategi penurunan *operation cost*.

Untuk tujuan Jakarta-Padang Lion Air merupakan penerbangan yang paling sibuk hal ini dapat kita lihat dari jumlah jadwal penerbangan dengan tujuan bandara Soekarno-Hatta (Jakarta) ke Bandara International Minangkabau (Padang), berikut Tabel 1.5 jadwal penerbangan tujuan Jakarta-Padang pada 2011

Tabel 1.5
Jadwal Penerbangan Tujuan Jakarta Padang Pada Tahun 2012

No	Maskapai	Frekwensi Penerbangan
1	Lion Air	7 kali dalam sehari
2	Batavia Air	3 kali dalam sehari
3	Garuda Indonesia*	2 kali dalam sehari
4	Sriwijaya Air*	2 kali dalam sehari

Sumber : situs resmi setiap maskapai.

Pada tabel 1.5 dapat kita ketahui bahwa Garuda Indonesia dengan frekwensi jadwal penerbangan sebanyak dua kali dalam sehari dan pada urutan terakhir ditempati oleh Sriwijaya Air dengan frekwensi penerbangan sebanyak dua kali dalam sehari akan tetapi hari jumat hanya satu kali penerbangan begitu juga dengan Garuda Indonesia

Lovely Nanda Putra, 2013

Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Menggunakan Maskapai Batavia Air Rute Jakarta-Padang (Survei pada pengguna Maskapai Batavia Air di UPI, UNPAD dan ITB)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Maskapai Lion Air merupakan penerbangan yang paling tinggi frekwensi jadwal penerbangannya dengan rute Jakarta-Padang yaitu 7 kali dalam sehari, pada urutan ke dua Batavia Air dengan jumlah frekwensi penerbangan sebanyak tiga kali dalam sehari, untuk layanan penerbangan *low cost carrier* dengan rute Jakarta-Padang hanya disediakan oleh maskapai Batavia Air dan Lion Air.

Meningkatnya persaingan didalam dunia transportasi maka Batavia Air sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa transportasi khususnya penerbangan dituntut untuk terus berupaya melakukan strategi-strategi pemasaran dalam menghadapi ancaman pesaing. Salah satunya dengan memberikan pelayanan yang memberikan nilai tambah terhadap konsumen.

Pelayanan oleh perusahaan merupakan strategi yang sangat penting diterapkan oleh setiap perusahaan dengan adanya pelayanan yang bagus dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut, tentunya setiap perusahaan menerapkan layanan yang berbeda satu sama lainnya berikut ini tabel 1.6 menjelaskan perbandingan layanan yang diterapkan oleh maskapai Batavia Air dan Lion Air

TABEL 1.6
PERBANDINGAN LAYANAN YANG DITERAPKAN OLEH
MASKAPAI BATAVIA AIR DAN LION AIR

Batavia Air	<ul style="list-style-type: none"> a) Penerapan strategi pelayanan bertarif murah (<i>Low Cost Carrier/LCC</i>) b) Strategi Penetapan harga produk mix, dengan <i>product line pricing</i>, juga ada <i>optional product pricing</i>, <i>captive product pricing</i> dan <i>product bundle pricing</i>. c) Strategi penyesuaian harga melalui diskon (<i>discount pricing</i>), <i>psychological pricing</i>, maupun <i>promotional pricing</i> dan <i>dynamic pricing</i>. d) Penggunaan maskapai baru Airbus 320 e) Memiliki keseluruhan 100 armada A320 yang melayani berbagai rute penerbangan yg disediakan Batavia Air f) Kemudahan dalam pembelian tiket melalui website resmi Batavia Air g) Kemudaha saat Check-in penumpang dan bagasi h) Pelayanan ramah pramugari dan pramugara i) Pelayanan pada saat Pre-flight, In-Flight dan Post-Flight j) Tidak sering terjadi “delay” di setiap penerbangannya k) Untuk penumpang yang memiliki ke anggotaan khusus, Batavia Air bekerja sama dengan HSBC memberikan pelayanan khusus bagi anggota pemegang kartu BIG dan pemegang kartu kredit HSBC l) Batavia Air megedepankan pelayanan pada kategori <i>pre-flight</i> dan <i>in-flight</i> kepada para penumpangnya
Lion Air/Wings Air	<ul style="list-style-type: none"> a) Penerapan strategi pelayanan bertarif murah (<i>Low Cost Carrier/LCC</i>) b) Mengokohkan armada untuk meningkatkan pelayanan dengan menggunakan armada Boeing 737-900ER c) Memiliki armada Boeing 747-400 untuk tujuan internasional dan juga digunakan untuk melayani rute penerbangan umroh dan haji d) Wings Air memesan 15 unit pesawat jenis ATR 72-500 kepada

Lovely Nanda Putra, 2013

Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Menggunakan Maskapai Batavia Air Rute Jakarta-Padang (Survei pada pengguna Maskapai Batavia Air di UPI, UNPAD dan ITB)
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	<p>An Alenia Aeronautica and EADS Joint Venture sebagai strategi peningkatan pelayanan</p> <p>e) Kemudahan dalam pembelian tiket melalui website resmi Lion Air</p> <p>f) Pelayanan pada saat Pre-flight, In-Flight dan Post-Flight</p> <p>g) Kemudahan saat Check-in penumpang dan bagasi</p> <p>h) Wings Air bekerja sama dengan Bank BNI dan Bank CACIB Perancis</p>
--	---

Sumber: Diolah dari eprints.lib.ui.ac.id, batavia.co.id, dan beberapa literatur lain 2011

Peningkatan jumlah penumpang sarana transportasi udara terlebih masyarakat pengguna penerbangan yang menerapkan layanan *low cost carrier* serta kemampuan perusahaan untuk menciptakan *image* baru dibenak pelanggan mengenai transportasi udara, berikut Tabel 1.7 perbandingan harga maskapai penerbangan *Low Cost Carrier* (LCC) dan *Full Service Carrier* (FSC) dengan rute Jakarta-Padang pada tanggal 30 Oktober 2011.

TABEL 1.7
PERBANDINGAN HARGA TIKET MASKAPAI PENERBANGAN
RUTE JAKARTA-PADANG PADA 30 OKTOBER 2011

NO	<i>Low Cost Carrier</i>	<i>Medium service carrier</i>	<i>Full service carrier</i>	Harga
1	Lion Air	-	-	Rp. 430.000.00
2	Batavia Air	-	-	Rp. 400.000.00
3	-	Sriwijaya Air	-	Rp. 600.000.00
4	-	-	Garuda Airline	Rp. 900.000.00

Sumber: *Bimex Tour and Travel*

Berdasarkan Tabel 1.7 pada kelompok *Low Cost Carrier* (LCC) Batavia Air merupakan penerbangan dengan harga yang paling rendah yaitu Rp. 400.000.00, Lion Air dengan harga Rp. 430.000.00, sedangkan Sriwijaya Air Rp.

Lovely Nanda Putra, 2013

Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Menggunakan Maskapai Batavia Air Rute Jakarta-Padang (Survei pada pengguna Maskapai Batavia Air di UPI, UNPAD dan ITB)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

600.000.00. Sedangkan dalam layanan *Full Service Carrier* (FSC) Garuda Airline menetapkan harga Rp. 900.000.00

Penerapan layanan *low cost carrier* maskapai Batavia Air dapat dilihat dari strategi layanan yang di terapkannya, berikut Tabel 1.8 strategi-strategi yang dilakukan Batavia Air.

TABEL 1.8
STRATEGI - STRATEGI LAYANAN YANG DILAKUKAN OLEH
BATAVIA AIR

	Batavia Air
Ticketless	Persediaan tiket untuk calon penumpang dibatasi hal ini dilakukan untuk meminimalisir resiko Kekurangan penumpang
Single class	Memudahkan dan menyederhanakan sistem <i>boardin</i>
Short haul	Difokuskan pada penerbangan yang pendek dan <i>turn around</i> yang juga pendek agar dapat mengoptimalkan penggunaan pesawat;
No free meals or drink	Penghapusan <i>service</i> ekstra seperti: makanan/minuman untuk penumpang, dan digantikan dengan penjualan makanan kecil atau minuman atau <i>gift</i> , yang harus dibayar oleh penumpang yang menghendaki. Hasil penjualan ini digolongkan sebagai penghasilan tambahan oleh operator penerbangan
Penjualan tiket secara langsung	Penjualan tiket secara langsung (umumnya dipermudah lewat internet secara <i>online</i>), sehingga dapat memangkas biaya kantor cabang dan komisi kepada agen perjalanan
Skema reservasi dini	Dimana harga tiket akan naik saat tempat duduk pesawat makin terbatas atau makin penuh. Hal ini akan memaksa penumpang untuk melakukan reservasi dini dimana makin dini kita memesan maka harga tiket akan semakin murah. Biasanya pembatalan reservasi akan mengakibatkan hilangnya sebagian besar harga tiket

Sumber : diolah dari beberapa sumber di internet dan majalah

Lovely Nanda Putra, 2013

Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Menggunakan Maskapai Batavia Air Rute Jakarta-Padang (Survei pada pengguna Maskapai Batavia Air di UPI, UNPAD dan ITB)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 1.8 menunjukkan strategi yang digunakan oleh Batavia Air dengan penerapan strategi layanan seperti Tabel 1.8 membuktikan bahwa Batavia Air target segmentasi pasar maskapai ini adalah masyarakat dengan ekonomi menengah ke bawah

Kunci sukses dari bisnis penerbangan tidak hanya dinilai dari segi layanan saja akan tetapi banyak factor yang menjadi penentu konsumen dalam memilih layanan penerbangan seperti *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process.*

Physical evidence sangat penting untuk posisi dan memperkuat *image*, karena dengan bukti fisik konsumen siap untuk mengidentifikasi dan membandingkan dengan penyedia jasa lainnya, meningkatnya volume pengguna sarana transportasi udara sedangkan jumlah penumpang Batavia Air hanya menempati urutan ketiga sedangkan kepuasan pengguna terus mengalami penurunan. sehingga penulis tertarik untuk meneliti perusahaan penerbangan yakni Batavia Air.

Pada penelitian ini, penulis meneliti keputusan menggunakan jasa transportasi udara Batavia Air dengan tujuan domestik yang merupakan penerbangan dengan tujuan antara satu bandara dengan bandara lainnya di satu negara saja, salah satu penerbangan yang berkategori penerbangan domestik adalah penerbangan dengan rute Jakarta–Padang.

Sasaran penelitian ini dilaksanakan di tiga Universitas yaitu Universitas Pendidikan Indonesia, Universitas Padjajaran dan Institute Teknologi Bandung populasi berdasarkan kepada mahasiswa yang berasal dari Sumatra Barat untuk

Lovely Nanda Putra, 2013

Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Menggunakan Maskapai Batavia Air Rute Jakarta-Padang (Survei pada pengguna Maskapai Batavia Air di UPI, UNPAD dan ITB)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menentukan populasi dari mahasiswa yang berasal dari Sumatra barat, berdasarkan kepada UKM FOSMI (UPI), UPBM (UNPAD) dan UKM (ITB) diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang terdata sebanyak 505 orang dan pernah menggunakan sarana transportasi udara dengan tujuan Jakarta-Padang .

Prapenelitian yang dilakukan di Universitas Pendidikan Indonesia 38 orang memilih menggunakan Lion Air dan 12 orang memilih menggunakan Batavia Air dari 50 orang (Prapenelitian pada 50 pengguna jasa penerbangan Batavia Air dan Lion Air di Universitas Pendidikan Indonesia pada 30 Maret 2012).

Penjelasan dan uraian sebelumnya bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif *physical evidence* terhadap keputusan pembelian pengguna jasa penerbangan Batavia Air maka perlu dilakukan penelitian tentang : “Pengaruh *physical evidence* terhadap Keputusan Menggunakan maskapai Batavia Air rute Jakarta-Padang “(Survei terhadap pengguna maskapai Batavia Air di UPI, UNPAD dan ITB).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa identifikasi masalah sebagai berikut.

1. Perusahaan Batavia Air sebagai perusahaan penerbangan berbiaya rendah domestik di Indonesia yang menggunakan tarif layanan *low cost carrier* mengalami penurunan pengguna.

2. Batavia Air sebagai maskapai penerbangan yang menerapkan tarif layanan *low cost carrier* terus mengalami penurunan tingkat kepuasan pelanggan walaupun jumlah konsumennya meningkat.
3. Pengaruh layanan *physical evidence* yang diterapkan oleh maskapai Batavia Air terhadap keputusan penggunaan jasa maskapai Batavia Air.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah untuk memperoleh hasil temuan sebagai berikut.

1. Bagaimana tanggapan pengguna maskapai penerbangan Batavia Air terhadap *physical evidence* (Survei pada pengguna jasa penerbangan Batavia Air tujuan Jakarta- Padang).
2. Bagaimana keputusan menggunakan maskapai Batavia Air dengan rute Jakarta-Padang.
3. Seberapa besar pengaruh *physical evidence* terhadap keputusan menggunakan maskapai penerbangan Batavia Air dengan rute Jakarta-Padang

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian di atas, maka dapat dirumuskan beberapa tujuan penelitian untuk memperoleh hasil temuan sebagai berikut.

1. Mengetahui bagaimana penerapan *physical evidence* yang dilaksanakan oleh Batavia Air.
2. Bagaimana keputusan konsumen dalam memilih dan menggunakan maskapai Batavia Air .

Lovely Nanda Putra, 2013

Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Menggunakan Maskapai Batavia Air Rute Jakarta-Padang (Survei pada pengguna Maskapai Batavia Air di UPI, UNPAD dan ITB)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3. Mengetahui besarnya pengaruh *physical evidence* yang terdiri dari *facility design, equipment, signage, employe dress* atau dari *guarantee* terhadap keputusan menggunakan maskapai penerbangan Batavia Air dengan rute Jakarta-Padang.

1.5 Kegunaan penelitian

1. Secara Teoritis/Akademik

Mengembangkan ilmu Manajemen Pemasaran khususnya pemasaran jasa, melalui pendekatan serta metode-metode yang digunakan terutama dalam upaya menggali pendekatan-pendekatan baru dalam aspek strategi pemasaran yang penggunaan *physical evidence* terhadap keputusan menggunakan maskapai Batavia Air sehingga diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi para akademisi dalam mengembangkan teori pemasaran jasa.

2 Secara Praktis

Memberikan sumbangan pemikiran bagi seluruh pihak maskapai penerbangan Batavia Air dalam meningkatkan bukti fisik (*physical evidence*) terhadap keputusan menggunakan maskapai Batavia Air.