

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sejak jaman krisis moneter pada tahun 1998, masyarakat Indonesia semakin peduli terhadap nilai uang yang mereka keluarkan. Mereka ingin memperoleh kualitas barang maupun jasa yang baik tanpa harus mengeluarkan uang yang banyak.<sup>1</sup> Untuk pelanggan yang sensitif terhadap harga biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting, karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

Tuntutan aktivitas yang harus berpindah kota maupun daerah atau kebutuhan untuk melakukan perjalanan atau bepergian, baik itu untuk keperluan bisnis maupun pribadi membuat orang-orang membutuhkan sarana transportasi. Sarana transportasi pun ada bermacam-macam, seperti kereta api, pesawat terbang, kapal laut, bus, kendaraan pribadi dan lain sebagainya. Tetapi dengan adanya keterbatasan waktu dan dana, masyarakat tentu memilih sarana transportasi yang cepat dengan harga yang terjangkau, seperti pesawat terbang yang menawarkan harga tiket murah.

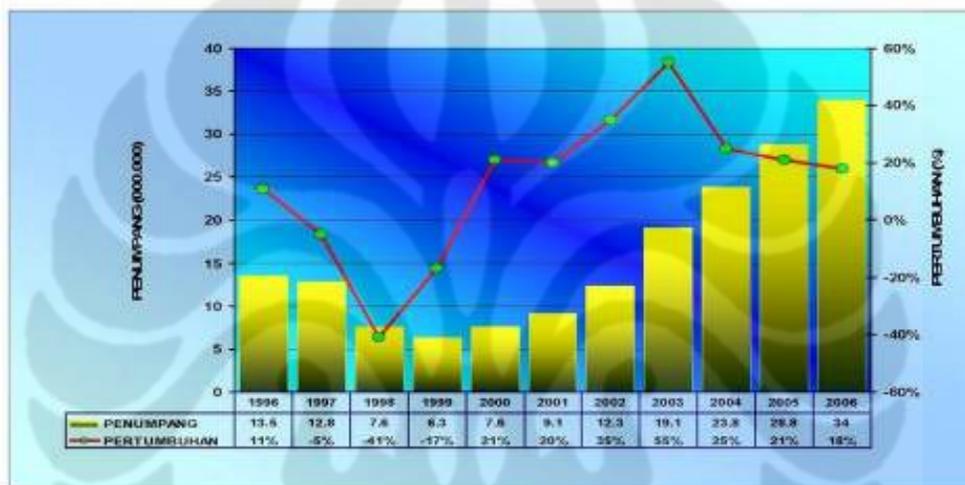
Dewasa ini dunia jasa penerbangan melaju cepat sehingga menuntut adanya suatu usaha yang lebih dari perusahaan yang bergerak dibidang jasa penerbangan. Bagaimanapun, semua perusahaan yang berhasil sekarang ini

---

<sup>1</sup> “AirAsia: Memberi Warna Baru Industri Penerbangan Nasional”, SWA 20/XXI/29 September – 12 Oktober 2005

mempunyai satu hal yang sama, yaitu memiliki dedikasi yang penuh untuk merasakan, melayani dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

Potensi bisnis penerbangan di Indonesia adalah luar biasa. Jumlah penumpang merangkak sangat cepat pada setiap tahunnya. Peningkatan ini dapat kita lihat pada Gambar I.1 yang menyediakan informasi pertumbuhan penumpang angkutan udara dalam negeri dari tahun 1996 sampai tahun 2006.<sup>2</sup>



**Gambar I.1**  
**Pertumbuhan Penumpang Angkutan Udara Dalam Negeri**  
**Tahun 1996-2006**

Sumber: [www.dephub.go.id](http://www.dephub.go.id)

Dengan meningkatnya pertumbuhan penumpang angkutan udara dan didukung oleh adanya deregulasi penerbangan di tahun 1999 menyebabkan perubahan drastis. Banyak maskapai penerbangan yang bermunculan di Indonesia

<sup>2</sup> <http://hubud.dephub.go.id/>

(termasuk *charter*). Hal ini terlihat pada tabel perkembangan bisnis penerbangan domestik berikut ini:

**Tabel I.1**  
**Data Pertumbuhan Maskapai Penerbangan Domestik**

No.	Maskapai	Tahun											
		2003		2004		2005		2006		2007		2008	
		Terdaftar	Operasi										
1	Adam Air	2	2	5	5	16	15	22	22	22	22	22	0
2	Air Paradise	2	2	2	2	3	0	0	0	-	-	-	-
3	Airmark Indonesia	2	0	1	0	1	0	1	0	-	-	-	-
4	Aola Avia Megatama	2	1	2	0	2	0	0	0	-	-	-	-
5	Bali Air	7	8	4	4	4	0	4	0	-	-	-	-
6	Batavia Air	8	8	14	14	21	17	31	22	36	25	36	22
7	Bayu Air	1	0	1	0	0	0	0	0	-	-	-	-
8	Bauraq Indonesia	10	8	8	8	8	0	6	0	-	-	-	-
9	Cardig Air	-	-	-	-	-	-	2	1	-	-	-	-
10	Deraya	6	6	8	6	10	5	10	5	-	-	-	-
11	Digantara Air Services	16	15	18	18	20	19	20	19	13	5	13	4
12	Elata	-	-	0	0	2	0	4	0	-	-	-	-
13	Garuda Indonesia	60	50	63	55	63	57	55	49	50	47	50	47
14	Indonesia Air Asia/Awalir	0	0	1	1	4	4	6	6	10	9	11	10
15	Jatayu Air	12	8	17	15	2	1	2	0	-	-	-	-
16	Kartika Airlines	2	1	0	0	3	2	3	2	2	1	3	1
17	Linus	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2
18	Lion Air	18	18	21	17	23	18	27	24	30	27	26	23
19	Mandala Airlines	15	14	15	15	15	10	15	10	14	11	17	9
20	Megatama Nusantara	80	42	81	32	81	25	80	22	92	34	91	33
21	Pelita Air Service	8	8	6	5	4	1	4	1	-	-	-	-
22	Rap. Express	1	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2
23	Riau Airlines	2	2	2	2	2	2	5	4	5	5	5	5
24	Sempati Air	-	-	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-
25	Seulawah NAD Air	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-	-	-
26	Sriwijaya Air	2	2	6	4	13	13	15	15	16	16	16	16
27	Star Air	6	5	7	7	3	0	3	0	-	-	-	-
28	Top Air	-	-	-	-	2	2	2	0	-	-	-	-
29	Travel Express	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2
30	Trigema Air Service	4	4	5	4	8	8	8	8	9	9	10	10
31	Wings Abadi	3	2	5	5	10	10	11	11	11	11	16	7

Sumber: Direktorat Angkutan Udara

Keterangan: tanda (-) artinya adalah keterangan tidak didapat.

Setiap perusahaan maskapai penerbangan memiliki metode atau cara yang berbeda-beda dalam usaha menarik dan menciptakan kepuasan pelanggan. Ada maskapai penerbangan yang mempromosikan jasa penerbangan mereka dengan menonjolkan keamanan dan kenyamanan, ada yang menonjolkan pelayanan dan

keramahan para pegawainya, ada juga maskapai penerbangan yang menonjolkan kemurahan harga tiket pesawat mereka dan lain sebagainya. Dengan bermacam-macam usaha tersebut, masyarakat dapat memilih maskapai penerbangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Menjawab adanya kebutuhan masyarakat yang membutuhkan tiket pesawat dengan harga yang terjangkau, beberapa perusahaan maskapai penerbangan muncul dengan konsep penerbangan dengan biaya murah atau *Low Cost Airlines (LCA)*<sup>3</sup>. Diharapkan dengan penerbangan berbiaya murah, harga tiket dapat ditekan menjadi lebih murah, sehingga memungkinkan bagi semua masyarakat Indonesia baik tua-muda, balita-lansia, sehat maupun cacat dapat memanfaatkan jasa penerbangan dengan harga terjangkau.

LCA terbang ke tujuan dengan jarak pendek (biasanya kurang dari 1500km) dan hanya menggunakan 1 (satu) jenis pesawat. Pada laporan analisis Cranfield University (2000) dikemukakan bahwa kebanyakan perusahaan penerbangan memilih boeing 737 agar ada fleksibilitas, baik dalam jumlah kru yang besar, jumlah pilot lebih banyak dari jumlah pesawat, lebih sedikit *stand by crew* yang ditentukan dari jenis pesawat, biaya pelatihan dan perawatan yang lebih rendah.<sup>4</sup>

Menurut Cranfield College, dengan menawarkan harga tiket yang murah, tentunya dibutuhkan pemanfaatan pesawat yang lebih tinggi. Pertama, LCA cenderung untuk memiliki jumlah kursi yang lebih banyak dipesawatnya. Kedua,

---

<sup>3</sup> “Tren Penerbangan LCC Tetap Jadi Andalan”, Marketing Edisi 12/V/Desember 2005

<sup>4</sup> Cranfield College of Aeronautics, *Europe's Low Cost Airlines. An Analysis of the economics and operating characteristics of Europe's charter and low cost scheduled carriers*. Air Transport Group, Cranfield University, Cranfield, 2000.

LCA tidak menyediakan makanan dan minuman tambahan (*no free food and beverage*) yang tujuannya untuk mengurangi waktu berbenah sehingga kru yang dibutuhkan diatas pesawat lebih sedikit. Ketiga, LCA tidak menyediakan nomor kursi kepada pelanggan yang tujuannya untuk mendorong mereka lebih cepat ke terminal keberangkatan untuk mencari tempat duduk yang nyaman diatas pesawat. Keempat, sistem pemesanan tiket secara *on-line*, tanpa *point reward* pelanggan (*frequent flyer point*) sehingga menghilangkan biaya untuk *men-set up* dan *maintain* program tersebut, dan lain sebagainya.

Maskapai-maskapai penerbangan yang menerapkan konsep *Low Cost Airlines* berusaha memaksimalkan keuntungan melalui harga hematnya dengan strategi pelayanan yang sederhana. Keistimewaan yang menonjol dari LCA adalah kemampuan mereka mengkombinasi sistem distribusi yang inovatif seperti internet dan dengan yang bersifat lebih tradisional seperti melalui telepon dan agen perjalanan. Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya bahwa dengan teknologi yang standar, setiap perusahaan biasanya mempunyai kemampuan untuk menciptakan kualitas produk yang hampir sama dengan pesaing sehingga semakin banyak jumlah produk dan merk sejenis yang ditawarkan dan semakin ketat pula persaingan yang harus dihadapi oleh para perusahaan jasa penerbangan.

Oleh sebab itu, perusahaan jasa penerbangan harus mampu untuk memberikan sesuatu yang lebih kepada konsumen dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Salah satu bentuk nilai lebih tersebut adalah dengan menetapkan harga tiket yang murah. Pada akhirnya, penetapan harga tiket tersebut tentunya akan mendapatkan respon yang berbeda-beda dari tiap konsumen.

Air Asia tampil sebagai sebuah maskapai penerbangan yang mengedepankan konsep *low cost* sebagai strategi bisnisnya dengan menjaga biaya tetap rendah sampai di tingkat minimum. Air Asia berusaha menjaga biaya tersebut dengan cara sebagai berikut:

1. Dengan meniadakan makanan, sehingga dapat mengurangi harga tiket. Namun bagi mereka yang membutuhkan makanan dapat membelinya di dalam pesawat.
2. Sebagian besar penerbangannya membutuhkan waktu 3 sampai 3,5 jam perjalanan, yang memungkinkan AirAsia menggunakan awak kabin yang sama untuk penerbangan balik dari tujuan kedatangan kembali ke tujuan pemberangkatan sambil membawa penumpang baru. Strategi ini menurunkan biaya gaji awak kabin.
3. Tidak ada biaya yang dimasukkan untuk akomodasi awak kabin pada tujuan kedatangan karena mereka kembali ke rumah dihari yang sama, setelah 8 sampai 10 jam, kisaran lama waktu yang sama dengan jam kerja kantor, sehingga tidak ada biaya tambahan yang dimasukkan sebagai gaji tambahan untuk awak kabin.
4. Pelanggan didorong untuk membeli tiket pada internet untuk menghindari kebutuhan akan konter tiket dan staf tiket, sehingga menghemat sewa tempat dan gaji staf. Tidak ada tiket yang dikeluarkan, hanya kode tiket dan rincian penerbangan yang dapat dicetak sendiri oleh pelanggan.
5. Bahan bakar menghabiskan 60% total biaya operasional AirAsia, ini merupakan pengeluaran terbesar. Oleh karena itu, maskapai penerbangan ini membayar bahan bakar di depan untuk menjaga harga terendah, sehingga meminimalkan resiko kenaikan harga bahan bakar.
6. AirAsia mendapatkan banyak publisitas gratis di media karena kisah keberhasilannya. Sehingga publisitasnya tidak harus dibeli dengan uang (gratis).<sup>5</sup>

Maraknya penerbangan yang berlomba-lomba menggunakan low cost sebagai daya tarik untuk memikat konsumen, ternyata tidak ditemui di beberapa maskapai penerbangan besar, seperti Garuda Indonesia. Garuda Indonesia tetap

---

<sup>5</sup> Sen Ze and Jayne Ng, *The Air Asia Story*. Jakarta: PT Cahaya Insan Suci, 2007, hal. 19-29

dengan penerbangan normalnya yang menggunakan harga normal untuk harga tiketnya. Dengan memberikan pelayanan yang penuh untuk konsumen, seperti *point reward* (poin hadiah) pelanggan, pelayanan makanan didalam pesawat, memberikan keamanan yang terbaik dengan melakukan peremajaan pesawat agar konsumen merasa aman.

Tertarik dengan pembahasan mengenai perbedaan harga tiket dari Air Asia dan Garuda Indonesia, dan pengaruh metode reservasi terhadap pengenaan harga tiket penerbangan dari kedua maskapai ini, mendorong peneliti untuk mengangkat tema penelitian yang bertajuk ”Analisis Perbandingan Pengaruh Pilihan Metode Reservasi Tiket Pesawat terhadap Tingkat Harga pada Penerbangan *Low Cost Airlines (LCA)* dan penerbangan *Full Service Airlines (FSA)* di Jakarta (Studi Pada Jasa Penerbangan AirAsia dan Garuda Indonesia”.

## **B. Pokok Permasalahan**

Kebebasan telah membawa banyak keuntungan bagi konsumen baik dalam hal peningkatan kualitas yang ditawarkan oleh perusahaan penerbangan dan juga pengurangan harga secara drastis. Tetapi aspek utama yang menarik adalah pasar bebas telah menjadi pintu masuk bagi industri perusahaan penerbangan berbiaya rendah. Keistimewaan pengoperasian penerbangan yang memberikan harga murah dari *Low Cost Airlines (LCA)* adalah keunggulan biaya dibanding dengan perusahaan penerbangan tradisional.<sup>6</sup> Namun hal demikian tidak seluruhnya terjadi di maskapai lain, seperti Garuda Indonesia yang tetap mempertahankan

---

<sup>6</sup> Pender, L. and Baum, T, *Have the Frills really left the European Airline Industry?.* *International Journal of Tourism Research*, 2000, 2:423-436.

konsep *full service* untuk harga tiketnya. Garuda Indonesia beranggapan, dengan selalu mengedepankan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan membuat Garuda Indonesia tidak perlu ikut-ikutan maskapai lain untuk menerapkan *low cost* dan menjadikan dirinya sebagai *budget airlines*

Adapun permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perbandingan harga tarif tiket Air Asia yang menggunakan konsep *low cost* dan Garuda Indonesia yang menggunakan konsep *full service* dengan metode reservasi yang digunakan dalam pemesanan tiket?
2. Bagaimana pengaruh variabel-variabel metode reservasi dan waktu reservasi terhadap harga tiket murah untuk konsep *low cost* dari Air Asia dan konsep *full service* dari Garuda Indonesia?

### **C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian**

Tujuan umum dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perbandingan harga tarif tiket Air Asia yang menggunakan konsep *low cost* dan Garuda Indonesia yang menggunakan konsep *full service* dengan metode reservasi yang digunakan dalam pemesanan tiket.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel seperti metode reservasi dan waktu reservasi terhadap harga tiket.

Adapun signifikansi dari penelitian ini adalah:

1. Signifikansi akademis  
Memberikan masukan bagi perkembangan ilmu dalam bidang pemasaran
2. Signifikansi praktis
  - a. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar.
  - b. Memberikan manfaat dalam mengembangkan dan memperluas wawasan di bidang pemasaran.

#### **D. Sistematika Penelitian**

Skripsi yang berjudul “Analisis Perbandingan Pengaruh Pilihan Metode Reservasi Tiket Pesawat terhadap Tingkat Harga pada Penerbangan *Low Cost Airlines (LCA)* dan penerbangan *Full service Airlines (FCA)* di Jakarta (Studi Pada Jasa Penerbangan AirAsia dan Garuda Indonesia)”, terdiri atas 5 (lima) bab, yaitu:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam Bab Pendahuluan, penulis memaparkan latar belakang permasalahan, yang merupakan gambaran perkembangan perusahaan penerbangan yang mengidentifikasikan dirinya sebagai perusahaan yang menerapkan konsep *Low Cost Airlines* dan perusahaan yang menerapkan konsep *Full Service Airlines*. Peneliti tertarik untuk membahas topik permasalahan mengenai penerapan *Low Cost Airlines* dengan membahas perusahaan penerbangan

yang menawarkan penerbangan murah (*Low Cost Airlines*) dan penerapan *Full Service Airlines* dengan membahas perusahaan yang menawarkan penerbangan dengan harga normal (*Full Service Airlines*). Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah bagaimanakah pengaruh variabel-variabel seperti metode reservasi dan waktu reservasi terhadap harga yang ditawarkan oleh beberapa perusahaan jasa penerbangan. Dalam bab ini dijelaskan pula mengenai tujuan dan signifikansi dari penelitian yang dilakukan, serta sistematika penulisan skripsi ini.

## BAB II KERANGKA TEORI dan METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, penulis mengemukakan definisi-definisi teoritis dan konseptual yang mendukung penulisan skripsi ini. Adapun definisi teoritis mendukung penulisan skripsi ini melalui tinjauan pustaka dan konstruksi model teoritis yang mencakup yang mencakup teori yang berkaitan dengan konsep *low cost Airlines* dan *full service airlines*, saluran distribusi, waktu reservasi, dan penetapan harga. Pada bagian selanjutnya dari bab ini, peneliti menyajikan operasionalisasi konsep berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan. Kemudian pembahasan pendekatan penelitian, metode penelitian yang digunakan, lokasi dan waktu penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan data serta teknik dalam menganalisa data-data yang berhasil dikumpulkan oleh penulis selama melakukan penelitian.

### BAB III GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Dalam Bab ini, penulis akan memaparkan gambaran umum perusahaan yang menerapkan *Low Cost Airlines*, pada penelitian ini penulis membahas Air Asia dan perusahaan yang menerapkan *Full Service Airlines* yang dalam kesempatan ini penulis akan membahas Garuda Indonesia.

### BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi pembahasan hasil penelitian, pendekatan, metode penelitian yang digunakan, lokasi dan waktu penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan data serta teknik dalam menganalisa data-data yang berhasil dikumpulkan oleh penulis selama melakukan penelitian.

### BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dalam bagian ini, penulis memberikan simpulan dari penelitian yang dilakukan dengan menyertakan rekomendasi sebagai bahan masukan bagi perusahaan.