

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan sarana transportasi udara di Indonesia mengalami peningkatan disetiap tahunnya. Sejak tahun 2011, terdapat perubahan tren penumpang yang lebih memilih untuk menggunakan transportasi udara dibandingkan transportasi darat dan laut (www.bps.go.id, diunduh pada tanggal 15 November 2014). Hal tersebut juga didukung dari data departemen perhubungan Indonesia mengenai jumlah penumpang pesawat udara sejak tahun 2009-2014.

Berdasarkan data departemen perhubungan Indonesia, jumlah kedatangan dan keberangkatan penumpang pesawat udara di Indonesia terus mengalami peningkatan sejak tahun 2009-2014. Tercatat jumlah kedatangan penumpang sepanjang tahun 2009-2014 hampir mencapai delapan puluh juta penumpang, sementara untuk keberangkatan naik hingga enam puluh juta orang. Peningkatan jumlah penumpang pesawat terbang di Indonesia juga diikuti dengan perkembangan maskapai penerbangan di Indonesia. Indonesia memiliki empat belas maskapai penerbangan terjadwal yang beroperasi secara domestik maupun internasional. Maskapai penerbangan tersebut antara lain, Lion Air, Garuda Indonesia, Indonesia Air Asia, Sriwijaya Air, Mandala Air, Wings Air, Kalstar Aviation, Express Air, Citilink, TransNusa, Batik Air, Susi Air, Aviastar, dan Sky Aviation (www.dephub.go.id, diunduh pada tanggal 18 Juni 2015).

Dengan jumlah maskapai penerbangan yang cukup banyak, maka pengelola maskapai penerbangan harus tanggap dalam menganalisa situasi pasar dan konsumen. Sehingga hal tersebut bisa membuat maskapai penerbangan bertahan dengan adanya persaingan. Salah satu cara yang digunakan oleh maskapai penerbangan adalah menawarkan biaya yang terjangkau bagi para konsumen. Pada industri penerbangan, terdapat dua kategori pelayanan yang diberikan yakni *full service* dan *low cost carrier*. Sementara itu, dari keempat belas maskapai yang beroperasi di Indonesia sebelas diantaranya masuk pada kategori *low cost carrier* (www.dephub.go.id, diunduh pada tanggal 18 Juni 2015). Hal tersebut menunjukkan

bahwa kompetisi maskapai penerbangan untuk kategori *low cost carrier* memiliki persaingan yang tinggi.

Di Indonesia terdapat dua pemain besar dalam industri penerbangan salah satunya adalah Lion Group. Sejak tahun 2011 Lion Group berhasil menguasai pangsa pasar dengan 44,8% pada tahun 2012 dan terus bertahan hingga 2014, serta menjadi maskapai yang memiliki jumlah rute yang mendominasi di Indonesia. Maskapai penerbangan Lion Air yang merupakan bagian dari Lion Group, juga berhasil menguasai pangsa pasar untuk kategori penerbangan *low cost carrier*. (www.centreofaviation.com, diunduh pada tanggal 15 November 2014). Hal ini didukung dengan data pada tabel 1.1 dibawah ini, yang menunjukkan pertumbuhan jumlah penumpang maskapai penerbangan *low cost carrier*

Tabel 1.1 Jumlah Penumpang Maskapai Penerbangan *Low Cost Carrier*

Maskapai Penerbangan	2010	2011	2012	2013
Lion Air	20.5	25.9	30.2	34.1
Indonesia Air Asia	3.9	5.0	5.8	7.9
Citilink	1.1	1.6	2.9	5.3
Wings Air	0.8	2.1	2.7	3.6
Mandala	3.5	0	0.3	1.9
Lion Grop	21.5	28.1	32.9	37.7
Total (juta)	29.9	34.7	41.9	52.8

Sumber: www.centreofaviation.com

Dari tabel 1.1 diatas dapat dijelaskan bahwa Lion Air mendominasi jumlah penumpang dan mengalami peningkatan disetiap tahunnya, dibandingkan maskapai penerbangan lainnya. Selain itu, tabel tersebut menunjukkan pertumbuhan jumlah penumpang maskapai penerbangan *low cost carrier*. Keberhasilan Lion Air dalam mendominasi jumlah penumpang tidak lepas dari banyaknya jumlah rute serta jadwal penerbangan. Tetapi, berdasarkan data dari YLKI, Lion Air masuk dalam lima besar maskapai penerbangan yang paling banyak dikomplain oleh penumpang dengan menempati peringkat pertama. Tercatat sepanjang tahun 2012-2014, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) menerima pengaduan dari penumpang Lion Air sehubungan dengan pelayanan yang buruk dari maskapai tersebut. Beberapa masalah mengenai pelayanan buruk dari maskapai Lion Air adalah keterlembatan keberangkatan, kegagalan *check-in* keberangkatan, jadwal penerbangan, pemesanan tiket, bagasi, hingga pada *in-flight services*. Bahkan Lion Air telah mendapat teguran dari Menteri Perhubungan Indonesia untuk

meningkatkan ketepatan waktu penerbangan yang selama ini dinilai terlambat. Tercatat juga, berdasarkan hasil survei dari *Australia Airline Rating*, maskapai penerbangan Lion Air Indonesia masuk dalam kategori lima besar maskapai penerbangan terburuk di dunia. Penilaian ini didasarkan pada dua aspek yaitu *product quality* dan *safety* (www.airlineratings.com, diunduh pada tanggal 13 Juli 2015)

Hal tersebut menarik untuk diteliti, melihat data jumlah komplain Lion Air yang bertolak belakang dengan jumlah penumpang yang diperoleh. Tentunya, perlu untuk mengetahui pentingnya penanganan *complain handling* bagi Lion Air. Apalagi, untuk rute-rute dikota besar seperti Surabaya, Lion Air perlu berkompetisi dengan maskapai penerbangan lainnya. Seperti pada tabel 1.1 Air Asia Indonesia juga terus mengalami peningkatan penumpang sejak 2010-2013. Selain itu, penerbangan lainnya juga menawarkan harga bersaing yang bisa membuat penumpang beralih pada maskapai penerbangan lainnya (www.indo-aviation.com, diunduh pada tanggal 16 Maret 2015).

Dengan jumlah rute dan pangsa pasar yang besar, pelayanan yang diberikan oleh Lion Air seharusnya sesuai dengan kemampuannya dalam melayani setiap penumpang. Hal ini karena pelayanan pada sektor jasa merupakan hal yang sangat penting dan memiliki keberlanjutan. Pelayanan yang diberikan tidak hanya pada proses pembelian tetapi juga fokus pada proses setelah pembelian. Hal ini penting untuk dilakukan karena kegagalan pelayanan terhadap konsumen bisa terjadi dan perlu untuk diselesaikan (Tax *et al.*, 1998). Jika hal tersebut tidak mampu diselesaikan, maka akan membuat pelanggan merasa dirugikan dari tindakan perusahaan tersebut.

Perilaku pelanggan sebagai respon atas kegagalan pelayanan tersebut bisa berupa *retaliatory behavior* dan *demands for reparation*. Menurut Bechwati dan morrin (2003), *Retaliatory behavior* merupakan tindakan pelanggan untuk menghukum atau menyebabkan ketidaknyamanan kepada perusahaan atas tindakan perusahaan yang tidak adil. Sementara itu, *demands for reparation* adalah permintaan secara postif yang dilakukan pelanggan kepada perusahaan untuk penanganan masalah yang telah terjadi (Gregoire & Fisher, 2008). Hal ini penting untuk diteliti karena bisa mengetahui sejauh mana tindakan pelanggan Lion Air atas

masalah yang terjadi. Pada penelitian ini, konsep dari *retaliatory behavior* dan *demands for reparation* berada pada tahapan *intention* atau minat penumpang untuk melakukan tindakan tersebut. Sesuai dengan penjelasan Pinder (1998), *intention* atau minat seseorang akan berdampak pada tindakan nyata yakni perilaku. Sehingga, pada penelitian ini perusahaan akan bisa mengetahui *retaliatory behavior* dan *demands for reparation* yang bisa saja terjadi akibat dari kegagalan pelayanan dalam mengatasi masalah yang terjadi

Respon pelanggan untuk melakukan *retaliatory behavior* dan *demands for reparation* atas kegagalan pelayanan yang tidak adil, dimediasi oleh variabel *perceived betrayal*. *Perceived betrayal* merupakan kepercayaan pelanggan bahwa perusahaan secara sengaja melanggar norma pada konteks hubungan antara pelanggan dan perusahaan. Pada tahapan *perceived betrayal* akan menimbulkan tindakan yang sulit untuk memaafkan dan melupakan kegagalan pelayanan perusahaan dalam menangani masalah yang terjadi. Pada konteks jasa, tindakan penghianatan meliputi situasi dimana pelanggan percaya bahwa perusahaan telah berbohong, mengambil keuntungan, mencoba untuk mengeksploitasi, melanggar kepercayaan, tidak menepati janji, serta menutup informasi penting terhadap pelanggan (Gregoire & Fisher, 2008). Menangani permasalahan atas kegagalan dalam pelayanan terhadap pelanggan adalah hal yang sangat penting. Penanganan pengaduan pelanggan yang tepat dan efektif atas kegagalan pelayanan akan memberikan dampak yang sangat baik dalam mencegah hal-hal yang dapat merugikan perusahaan atas tindakan pelanggan tersebut (Tax *et al.*, 1998).

Penanganan permasalahan kegagalan pelayanan pada tahap pemulihan merupakan hal penting. Pada tahapan pemulihan, pelanggan akan melakukan tindakan pengaduan atau komplain terhadap perusahaan. Pada tahapan ini, peranan dari norma keadilan sesuai dengan literatur pemulihan, pelanggaran terhadap norma tersebut akan memberikan pengaruh terhadap *perceived betrayal*. Pelanggaran terhadap norma keadilan yang dimaksud dikenal dengan *fairness judgments* yang terkonsep dalam tiga faktor yaitu *distributive fairness*, *procedural fairness*, dan *interactional fairness* (Gregoire & Fisher, 2008).

Menurut Barclay *et al.*, (2005) *Distributive fairness*, *procedural fairness*, dan *interactional fairness* akan memberikan pengaruh pada *perceived betrayal* pada

proses penyelesaian masalah tersebut. Beberapa penelitian sebelumnya mendukung bahwa perusahaan harus meningkatkan *distributive fairness*, *procedural fairness*, dan *interactional fairness* sehingga akan menurunkan tindakan negatif yang akan dilakukan oleh pelanggan atas kegagalan pelayanan yang terjadi sebelumnya. Pada tahapan ini, sangat penting bagi perusahaan untuk menangani dan meminimalisasi terjadinya tindakan yang akan merugikan. Tahapan ini, perusahaan akan berhadapan langsung dengan pelanggan dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi, sehingga penting untuk fokus dan membahas ketiga faktor tersebut (Gregoire *et al.*, 2010).

Konteks pembahasan dalam penelitian ini, melibatkan hubungan antara pelanggan dan perusahaan. Hubungan yang kuat antara pelanggan dan perusahaan khususnya pada bidang jasa merupakan sebuah aset penting bagi perusahaan (Rigby *et al.*, 2002). Hal ini juga didukung oleh De Wulf *et al.*, (2001) bahwa hubungan yang kuat antara perusahaan dan pelanggan akan memberikan keuntungan bagi perusahaan, sehingga penting untuk tetap membangun dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan. *Relationship quality* memiliki peran penting pada tahapan pemulihan dari tindakan komplain atau pengaduan yang dilakukan oleh pelanggan karena kegagalan pelayanan.

Ada dua konsep yang menjadi *research gap* yang telah dibahas oleh beberapa peneliti sebelumnya yaitu "*love is blind*" dan "*love become hate*" (Gregoire & Fisher, 2008). "*Love is blind*" merupakan konsep yang menunjukkan ketika *relationship quality* antara pelanggan dan perusahaan tinggi, maka keinginan pelanggan untuk melakukan pembalasan lebih rendah atau pelanggan akan bersikap lebih toleransi atas kesalahan perusahaan. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gregoire *et al.*, 2008), menunjukkan hasil yang berlawanan terhadap konsep pada umumnya. Temuannya menunjukkan bahwa ketika hubungan antara perusahaan dan pelanggan tinggi, maka pelanggan akan cenderung untuk bersikap tidak toleransi atas ketidakadilan yang diterimanya. Hal ini membuat pelanggan merasa dikhinai dan cenderung bersikap lebih sensitif dalam mengavaluasi setiap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Konsep tersebut dikenal dengan "*love become hate*". Hal ini menjadi celah penelitian untuk perlu dilakukan pembahasan

serta penelitian lebih lanjut untuk mengakaji *research gap* dari *relationship quality* sebagai variabel moderasi pada penelitian ini.

Penelitian ini berdasarkan pada penelitian sebelumnya dengan topik yang sama oleh Gregoire dan Fisher (2008) yang dilakukan di Kanada. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Gregoire dan Fisher (2008) adalah *perceived betrayal* merupakan kunci motivasi yang mendorong pelanggan untuk melakukan pengembalian keadilan melalui tindakan *retaliatory* maupun *reparation*. Temuan lainnya menunjukkan bahwa *relationship quality* yang tinggi akan membuat pelanggan semakin merasa dikhianati jika perusahaan melanggar norma atau kegagalan dalam pelayanannya. Hasil tersebut kontradiksi dengan penelitian sebelumnya.

Pemilihan topik dari penelitian ini didasarkan pada pentingnya untuk membahas dan mengetahui pengaruh setiap variabel yang telah dijelaskan sebelumnya. Pada konteks jasa, pelayanan adalah hal yang penting dan kegagalan pelayanan yang disebabkan oleh perusahaan akan memberikan dampak yang tidak baik jika tidak segera diatasi (Tax *et al.*, 1998). Dari hasil beberapa penelitian sebelumnya menyatakan bahwa *relationship quality* memiliki peranan yang sangat penting dalam meminimalisasi *perceived betrayal* dari pelanggan yang akan berakibat pada tindakan *retaliation* dan *demands for reparation* (Bhattacharya & Sen, 2003; Gregoire & Fisher, 2006; Hess *et al.*, 2003; Mattila, 2001; Tax *et al.*, 1998). Temuan dari penelitian lain menunjukkan hal yang sebaliknya bahwa *relationship quality* tidak memiliki pengaruh dalam meminimalisasi *perceived betrayal* dari pelanggan (Mattila, 2004; Gregoire & Fisher, 2008). Sehingga dengan adanya *research gap* tersebut, pemilihan topik penelitian ini juga akan memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis terhadap objek dari penelitian ini yaitu maskapai penerbangan Lion Air di Indonesia.

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Penelitian ini hanya memiliki tujuh variabel yang terdiri dari tiga variabel independen, yaitu *distributive fairness*, *procedural fairness* dan *interactional fairness*, satu variabel moderasi, yaitu *relationship quality*,

satu variabel mediasi, yaitu *perceived betrayal* dan dua variabel dependen, yaitu *retaliatory behavior* dan *demands for reparation*.

2. Objek penelitian yang akan diteliti adalah maskapai penerbangan Lion Air. Subjek penelitian hanya dibatasi pada penumpang Lion Air berusia 18-60 tahun di Surabaya dan pernah melakukan komplain terhadap maskapai penerbangan Lion Air.

1.3 Rumusan Masalah

1. Apakah *distributive fairness* berpengaruh signifikan terhadap *perceived betrayal* pada penumpang maskapai penerbangan Lion Air di Surabaya?
2. Apakah *procedural fairness* berpengaruh signifikan terhadap *perceived betrayal* pada penumpang maskapai penerbangan Lion Air di Surabaya?
3. Apakah *interactional fairness* berpengaruh signifikan terhadap *perceived betrayal* pada penumpang maskapai penerbangan Lion Air di Surabaya?
4. Apakah *relationship quality* memoderasi hubungan *distributive fairness* terhadap *perceived betrayal* pada penumpang maskapai penerbangan Lion Air di Surabaya?
5. Apakah *relationship quality* memoderasi hubungan *procedural fairness* terhadap *perceived betrayal* pada penumpang maskapai penerbangan Lion Air di Surabaya?
6. Apakah *relationship quality* memoderasi hubungan *interactional fairness* terhadap *perceived betrayal* pada penumpang maskapai penerbangan Lion Air di Surabaya?
7. Apakah *perceived betrayal* berpengaruh signifikan terhadap *retaliatory of behavior* pada penumpang maskapai penerbangan Lion Air di Surabaya?
8. Apakah *perceived betrayal* berpengaruh signifikan terhadap *demand for reparation* pada penumpang maskapai penerbangan Lion Air di Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *distributive fairness* berpengaruh signifikan terhadap *perceived betrayal* pada penumpang maskapai penerbangan Lion Air di Surabaya

2. Untuk mengetahui apakah *procedural fairness* berpengaruh signifikan terhadap *perceived betrayal* pada penumpang maskapai penerbangan Lion Air di Surabaya
3. Untuk mengetahui apakah *interactional fairness* berpengaruh signifikan terhadap *perceived betrayal* pada penumpang maskapai penerbangan Lion Air di Surabaya
4. Untuk mengetahui apakah *relationship quality* memoderasi hubungan *distributive fairness* terhadap *perceived betrayal* pada penumpang maskapai penerbangan Lion Air di Surabaya
5. Untuk mengetahui apakah *relationship quality* memoderasi hubungan *procedural fairness* terhadap *perceived betrayal* pada penumpang maskapai penerbangan Lion Air di Surabaya
6. Untuk mengetahui apakah *relationship quality* memoderasi hubungan *interactional fairness* terhadap *perceived betrayal* pada penumpang maskapai penerbangan Lion Air di Surabaya
7. Untuk mengetahui apakah *perceived betrayal* berpengaruh signifikan terhadap *retaliatory of behavior* pada penumpang maskapai penerbangan Lion Air di Surabaya
8. Untuk mengetahui apakah *perceived betrayal* berpengaruh signifikan terhadap *demand for reparation* pada penumpang maskapai penerbangan Lion Air di Surabaya

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan di bidang manajemen, dalam hal ini yang berhubungan dengan variabel *distributive fairness*, *procedural fairness*, *interactional fairness*, *relationship quality*, *perceived betrayal*, *retaliatory behavior* dan *demands for reparation*.

2. Untuk memperkaya penelitian terdahulu mengenai *complain handling* dan memberikan kontribusi mengenai peranan *relationship quality* yang menjadi *research gap* pada penelitian ini.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi dasar dan data ilmiah bagi maskapai penerbangan Lion Air dalam mengatasi dan menyelesaikan permasalahan yang berhubungan dengan kegagalan dalam pelayanan yang diberikan. Juga, melalui penelitian ini diharapkan bagi industri penerbangan Indonesia bisa mengetahui bagaimana peran penting karyawan, serta pihak-pihak pengambil kebijakan dalam memperlakukan dan menyelesaikan setiap komplain dari para penumpang maskapai penerbangan tersebut.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan, maka penulisan penelitian ini disusun secara sistematika kedalam lima bab, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik yang bersifat teoritis maupun praktis serta sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori, model penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel serta metode analisis data.

BAB IV: ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang gambaran umum objek penelitian, analisis data, statistik deskriptif dan pembahasan.

BAB V: KESIMPULAN

Berisi tentang hasil simpulan, implikasi dan rekomendasi.