

ANALISIS KUALITAS LAYANAN MASKAPAI PENERBANGAN BERTARIF RENDAH BERDASARKAN PERBEDAAN KARAKTERISTIK PENUMPANG

AN ANALYSIS ON THE SERVICE QUALITY OF THE LOW COST AIRLINES BASED ON THE DIFFERENT CHARACTERISTICS OF PASSENGERS

Ronald Sukwadi*, Nico Marco**

**Program Studi Teknik Industri, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya - Jakarta
*ronaldmanutd@yahoo.com,**ronald.sukwadi@atmajaya.ac.id**

Abstrak

Kualitas layanan merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang prima menjadi sangat penting karena maskapai berusaha untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggannya, serta sebagai penentu utama kinerja maskapai. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis atribut layanan pada tiga maskapai bertarif rendah dengan menggunakan tujuh dimensi kualitas maskapai yang dikembangkan oleh Gilbert dan Wong, ANOVA, dan IPGA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang berarti terkait dengan kualitas layanan ketiga maskapai tersebut, namun terdapat perbedaan yang berarti pada kualitas layanan berdasarkan tingkat pendapatan, pendidikan, dan kewarganegaraan penumpang

Kata kunci: Kualitas layanan, maskapai bertarif rendah, ANOVA, IPGA

Abstract

Service quality is a crucial factor affecting customer satisfaction. High service quality is paramount to acquire and retain customers at the same time to serve as the main indicator of the airline performance. This research empirically investigates the service quality attributes at three low cost carriers in Indonesia using 7-airline service quality dimension instrument developed by Gilbert and Wong (2003), analysis of variance (ANOVA), and Importance Performance Gap Analysis (IPGA). The results suggested that there were no significant differences regarding the service quality between Indonesia AirAsia, Lion Air, and Citilink. Significant differences were found in the service quality based on the passengers' income, education, and nationality.

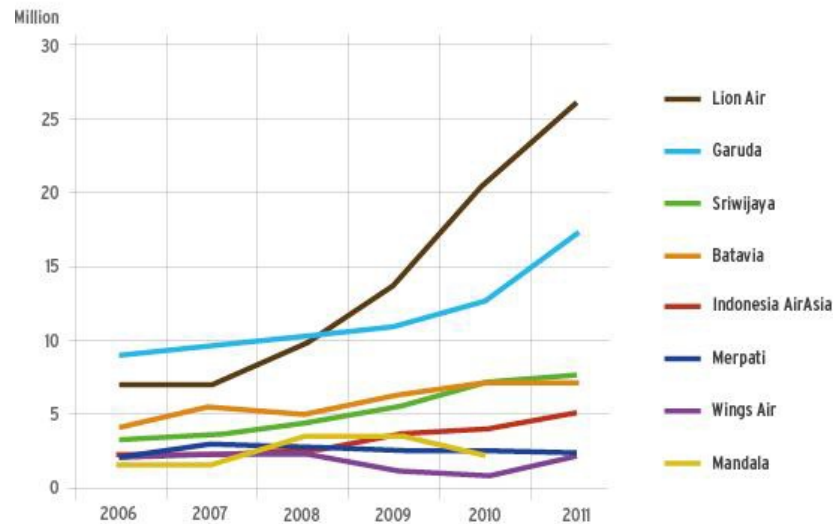
Keywords: service quality, low cost carrier, ANOVA, IPGA

Tanggal Terima Naskah : 21 September 2014
Tanggal Persetujuan Naskah : 14 Oktober 2014

1. PENDAHULUAN

Industri penerbangan yang ada di Indonesia sedang mengalami kemajuan yang cukup pesat. Hal ini disebabkan oleh bertambah banyaknya kebutuhan akan transportasi yang cepat dan cukup handal disertai pertumbuhan ekonomi bangsa Indonesia. Menurut Natalisa dan Subroto [1], seiring dengan kebutuhan pembangunan ekonomi, kemajuan

teknologi dan berbagai kehidupan masyarakat sebagai pengaruh dari globalisasi, telah mengubah iklim bisnis penerbangan komersial di Indonesia. Kemajuan industri penerbangan di Indonesia dapat dengan mudah dilihat dari pertumbuhan jumlah penumpang seperti yang ditampilkan oleh CAPA (*Centre for Aviation*) pada Gambar 1. Dari gambar 1 dapat dilihat bahwa pertumbuhan jumlah penumpang semakin tinggi dari tahun ke tahun.



Gambar 1. Pertumbuhan penumpang maskapai penerbangan di Indonesia

Kemajuan industri penerbangan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan. Menurut Bloemer dan Kasper [2], kualitas layanan adalah bagaimana dan sejauh mana suatu layanan, proses layanan, atau organisasi dapat memenuhi harapan penggunaannya. Suatu maskapai penerbangan harus dengan terampil mempertahankan konsumennya untuk dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya [3]. Menurut Barnes dan Vidgen [4], konsumen adalah aspek jangka panjang di dalam dunia industri, dimana para perusahaan akan saling bersaing. Hal tersebut yang menjadikan alasan mengapa maskapai penerbangan terus melakukan perbaikan terhadap kualitas layanan. Kualitas layanan suatu maskapai penerbangan memiliki standar-standar yang harus dipenuhi dan juga diatur dalam peraturan tentang penerbangan [5], [6], [7]. Maskapai penerbangan bertarif rendah di Indonesia juga harus terus memperhatikan kualitas layanannya agar dapat menjadi perusahaan yang berkembang. Menurut Gilbert dan Wong [8], terdapat tujuh dimensi kualitas layanan pada maskapai penerbangan. Ketujuh dimensi tersebut adalah *assurance*, *flight patterns*, *reliability*, *responsiveness*, *employees*, *facilities*, dan *customization*.

Kualitas layanan yang diberikan oleh maskapai penerbangan akan sangat mempengaruhi keputusan pemilihan maskapai penerbangan dan loyalitas penumpang [2], [9]. Mengingat hal tersebut, maskapai penerbangan akan saling berlomba-lomba untuk memberikan kualitas layanan yang baik kepada pelanggannya [5], [10]. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atribut layanan yang menjadi prioritas penumpang dalam memilih maskapai penerbangan bertarif rendah dan bagaimana kinerja maskapai penerbangan bertarif rendah saat ini dari sudut pandang/persepsi penumpang yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

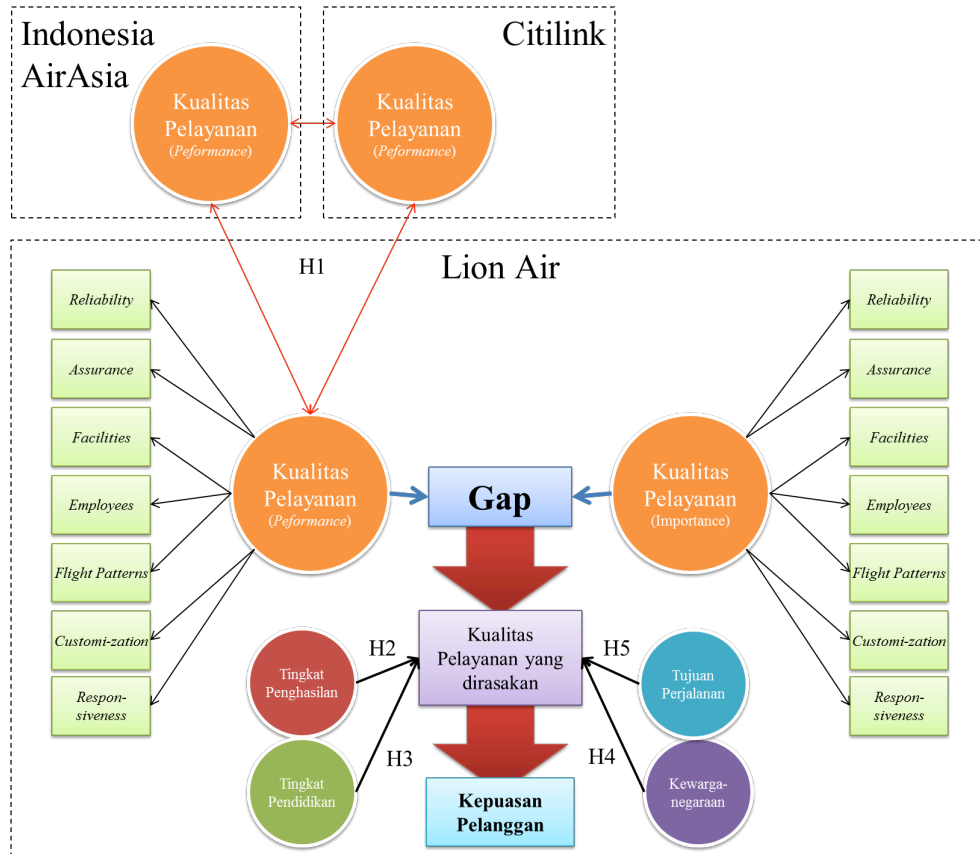
Objek penelitian adalah tiga maskapai penerbangan bertarif murah di Indonesia (Lion Air Indonesia, AirAsia, dan Citilink). Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada penumpang ketiga maskapai tersebut dengan teknik *purposive sampling*. Kuesioner terbagi menjadi tiga bagian besar. Bagian pertama berisi pernyataan mengenai data demografi responden. Bagian kedua berisi tentang prioritas dari ketujuh dimensi kualitas layanan menurut responden. Bagian ketiga berisi 26 pernyataan yang diturunkan dari tujuh dimensi kualitas layanan dari Gilbert dan Wong [8] yang menggambarkan harapan/ekspektasi dan persepsi responden (Tabel 1). Pada bagian ketiga ini, responden diminta memilih satu dari lima pilihan jawaban yang dituliskan dalam skala pengukuran *Likert* 1 sampai 5, masing-masing menunjukkan sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), sangat setuju (5) terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner. Sebanyak 500 kuesioner disebarluaskan secara langsung maupun secara *online*. Dari 500 kuesioner, diperoleh hanya 421 data yang dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 1. Dimensi dan indikator kualitas layanan maskapai penerbangan

Dimensi	Kode	Indikator
<i>Reliability</i>	R-1	Tepat waktu
	R-2	Layanan baik dari pemesanan tiket - bagasi
	R-3	Layanan baik pertama kali
	R-4	Makanan dan minuman berkualitas
<i>Assurance</i>	A-1	Kepercayaan kepada karyawan maskapai
	A-2	Keamanan
	A-3	Pengetahuan karyawan maskapai
<i>Facilities</i>	F-1	Kebersihan dan kenyamanan kabin
	F-2	Fasilitas hiburan selama perjalanan
	F-3	Kenyamanan ruang tunggu
	F-4	Fasilitas komunikasi saat perjalanan
<i>Employees</i>	E-1	Kesopanan karyawan maskapai
	E-2	Kerapihan penampilan karyawan maskapai
<i>Flight Patterns</i>	FP-1	Rute penerbangan langsung
	FP-2	Jadwal dan frekuensi penerbangan
	FP-3	Mitra dan jaringan penerbangan
<i>Customization</i>	C-1	Karyawan mengerti kebutuhan penumpang
	C-2	Perhatian karyawan maskapai
	C-3	Adanya program loyalitas penumpang
	C-4	Program layanan <i>via</i> internet
	C-5	Adanya paket akomodasi
	C-6	Kerjasama dengan agen perjalanan
<i>Responsiveness</i>	RS1	Layanan yang cepat dan tepat
	RS2	Sistem <i>check in</i> yang efisien
	RS3	Karyawan selalu membantu penumpang
	RS4	Penanganan keluhan

2.2 Pengembangan Hipotesis

Penelitian ini memuat beberapa hipotesis terkait dengan kualitas layanan yang diberikan oleh maskapai penerbangan (Gambar 2).



Gambar 2. Model pengembangan hipotesis

Adapun lima hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Terdapat perbedaan kualitas layanan yang signifikan antara maskapai Lion Air, Indonesia AirAsia, dan Citilink.

H2: Terdapat perbedaan persepsi penumpang yang signifikan dilihat dari tingkat penghasilan mengenai kualitas layanan pada maskapai Lion Air, Indonesia AirAsia, dan Citilink.

H3: Terdapat perbedaan persepsi penumpang yang signifikan dilihat dari tingkat pendidikan mengenai kualitas layanan pada maskapai Lion Air, Indonesia AirAsia, dan Citilink.

H4: Terdapat perbedaan persepsi penumpang yang signifikan dilihat dari kewarganegaraan mengenai kualitas layanan pada maskapai Lion Air, Indonesia AirAsia, dan Citilink.

H5: Terdapat perbedaan persepsi penumpang yang signifikan dilihat dari tujuan perjalanan mengenai kualitas layanan pada maskapai Lion Air, Indonesia AirAsia, dan Citilink.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Demografi Responden

Tabel 2 berikut menyajikan data demografi responden dalam penelitian ini.

Tabel 2. Profil demografi responden (N=421)

Karakteristik	Jumlah
Jenis Kelamin	
<i>Pria</i>	240
<i>Wanita</i>	181
Pendidikan	
<i>SMA ke bawah</i>	135
<i>SI ke atas</i>	286
Kewarganegaraan	
<i>WNI</i>	358
<i>WNA</i>	63
Pendapatan/bulan	
<i>< 3 juta rupiah</i>	247
<i>3 juta-5 juta rupiah</i>	84
<i>> 5 juta rupiah</i>	63
Tujuan Perjalanan	
<i>Bisnis</i>	70
<i>Kunjungan kerabat</i>	71
<i>Liburan</i>	278

3.2 Uji ANOVA

Uji ANOVA dilakukan untuk membandingkan kualitas layanan pada ketiga maskapai penerbangan.

Tabel 3. Rekapitulasi hasil hipotesis 1

Kode	F	Sig	Kode	F	Sig
R-1	21,204	0,000	FP-2	2,485	0,084*
R-2	8,208	0,000	FP-3	6,313	0,002
R-3	3,619	0,027	C-1	4,504	0,011
R-4	3,817	0,022	C-2	1,219	0,296*
A-1	4,425	0,012	C-3	4,473	0,012
A-2	12,676	0,000	C-4	5,291	0,005
F-1	3,080	0,047	C-5	5,198	0,006
F-2	4,222	0,015	C-6	8,857	0,000
F-3	2,244	0,107*	RS-1	6,253	0,002
F-4	2,714	0,067*	RS-2	2,992	0,051*
E-1	1,381	0,252*	RS-3	,638	0,529*
E-2	0,031	0,970*	RS-4	2,943	0,053*
FP-1	3,059	0,048			

* Terdapat perbedaan signifikan pada tingkat $\alpha=0.05$

Tabel 4. Rekapitulasi hasil hipotesis 2 – 5

	Tingkat Penghasilan (H2)			Tingkat Pendidikan (H3)			Kewarganegaraan (H4)			Tujuan Perjalanan (H5)		
	Lion Air	Indonesia AirAsia	Citilink	Lion Air	Indonesia AirAsia	Citilink	Lion Air	Indonesia AirAsia	Citilink	Lion Air	Indonesia AirAsia	Citilink
	Sig	Ket	Sig	Ket	Sig	Ket	Sig	Ket	Sig	Ket	Sig	Ket
R-1	0,153 *	0,326 *	0,583 *	0,189 *	0,821 *	0,509 *	0,402 *	0,302 *	0,521 *	0,193 *	0,244 *	0,000
R-2	0,584 *	0,152 *	0,678 *	0,464 *	0,120 *	0,180 *	0,817 *	0,030	0,168 *	0,503 *	0,564 *	0,000
I R-3	0,739 *	0,005	0,203 *	0,711 *	0,378 *	0,173 *	0,125 *	0,000	0,056 *	0,833 *	0,022	0,000
R-4	0,111 *	0,032 *	0,810 *	0,247 *	0,454 *	0,877 *	0,426 *	0,000	0,255 *	0,718 *	0,255 *	0,000
A-1	0,546 *	0,001	0,950 *	0,090 *	0,300 *	0,323 *	0,752 *	0,009	0,713 *	0,250 *	0,021	0,005
A-2	0,344 *	0,080 *	0,776 *	0,583 *	0,179 *	0,013	0,486 *	0,189 *	0,763 *	0,558 *	0,097 *	0,000
F-1	0,426	0,023	0,869 *	0,942 *	0,170 *	0,013	0,587 *	0,014	0,732 *	0,537 *	0,025	0,004
F-2	0,707 *	0,245 *	0,231 *	0,105 *	0,876 *	0,847 *	0,851 *	0,197 *	0,960 *	0,567 *	0,021	0,008
F-3	0,723 *	0,139 *	0,941 *	0,478 *	0,219 *	0,501 *	0,031	0,005	0,398 *	0,688 *	0,060 *	0,041
F-4	0,236 *	0,062 *	0,757 *	0,861 *	0,318 *	0,709 *	0,793 *	0,054 *	0,802 *	0,628 *	0,516 *	0,333 *
E-1	0,017	0,162 *	0,962 *	0,060 *	0,209 *	0,221 *	0,365 *	0,016	0,991 *	0,364 *	0,013	0,027
E-2	0,137 *	0,166 *	0,566 *	0,046	0,646 *	0,010	0,538 *	0,184 *	0,097 *	0,738 *	0,002 *	0,019
FP-1	0,543 *	0,346 *	0,808 *	0,051 *	0,620 *	0,947 *	0,194 *	0,008	0,934 *	0,852 *	0,094 *	0,001
FP-2	0,367 *	0,223 *	0,140 *	0,137 *	0,649 *	0,892 *	0,223 *	0,002	0,323 *	0,939 *	0,058 *	0,000
FP-3	0,994 *	0,016	0,942 *	0,461 *	0,883 *	0,947 *	0,047	0,029	0,194 *	0,790 *	0,002	0,000
C-1	0,308 *	0,250 *	0,807 *	0,360 *	0,445 *	0,386 *	0,527 *	0,150 *	0,961 *	0,391 *	0,044	0,013
C-2	0,468 *	0,136 *	0,675 *	0,147 *	0,622 *	0,127 *	0,966 *	0,045	0,882 *	0,918 *	0,014	0,005
C-3	0,616 *	0,246 *	0,547 *	0,541 *	0,309 *	0,823 *	0,499 *	0,013	0,308 *	0,772 *	0,250 *	0,000
C-4	0,147 *	0,384 *	0,928 *	0,185 *	0,960 *	0,934 *	0,260 *	0,003	0,579 *	0,119 *	0,037	0,004
C-5	0,352 *	0,498 *	0,461 *	0,314 *	0,921 *	0,424 *	0,790 *	0,184 *	0,506 *	0,903 *	0,189 *	0,025
C-6	0,904 *	0,092 *	0,443 *	0,602 *	0,991 *	0,164 *	0,217 *	0,013	0,549 *	0,932 *	0,015	0,002
RS-1	0,200 *	0,323 *	0,653 *	0,861 *	0,824 *	0,517 *	0,320 *	0,792 *	0,466 *	0,458 *	0,000	0,000
RS-2	0,120 *	0,001	0,919 *	0,566 *	0,754 *	0,694 *	0,327 *	0,061 *	0,927 *	0,517 *	0,004	0,003
RS-3	0,926 *	0,014	0,547 *	0,266 *	0,640 *	0,188 *	0,544 *	0,094 *	0,922 *	0,780 *	0,012	0,000
RS-4	0,265 *	0,054 *	0,905 *	0,701 *	0,693 *	0,760 *	0,409 *	0,018	0,432 *	0,764 *	0,098 *	0,018

* Terdapat perbedaan signifikan pada tingkat $\alpha=0.05$

3.3 Tingkat Kepentingan Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan

Dari hasil pengolahan data, dimensi kualitas layanan yang memiliki tingkat kepentingan paling tinggi adalah *assurance*(5,252) dan terendah adalah *customization* (3,525). Indikator kualitas layanan memiliki tingkat kepentingan paling tinggi adalah A2 yang terkait dengan rasa aman. Hal ini sejalan dengan hasil perhitungan rata-rata dimensi kualitas layanan dimana *assurance* memiliki tingkat kepentingan paling tinggi.

Tabel 5. Tingkat kepentingan dimensi kualitas layanan

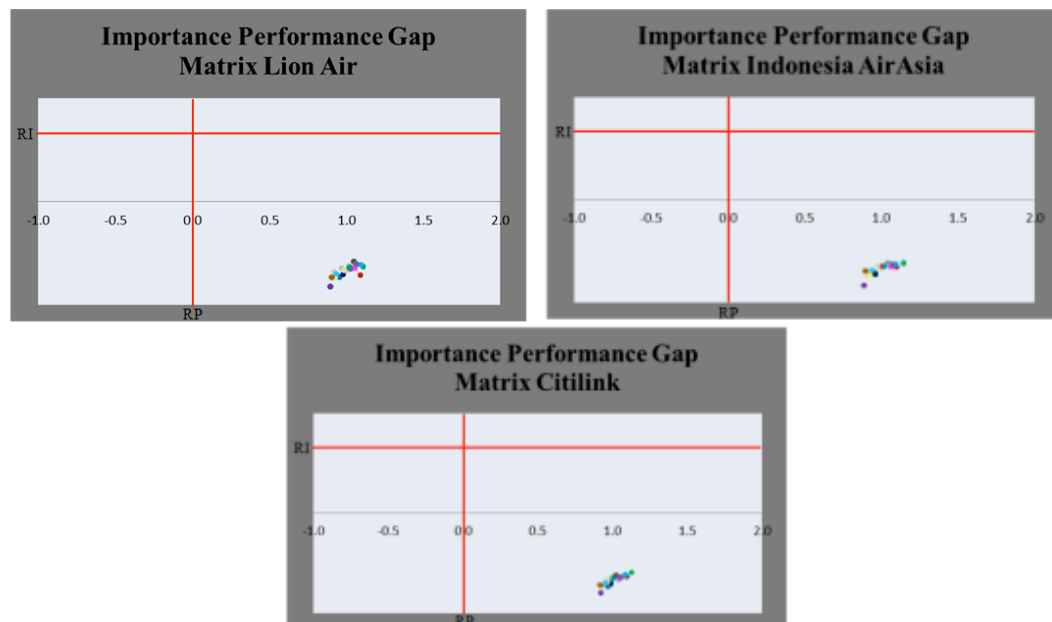
Dimensi	Nilai Rata-rata	Tingkat Kepentingan
<i>Assurance</i>	5,252	1
<i>Flight-Pattern</i>	4,780	3
<i>Reliability</i>	4,987	2
<i>Responsiveness</i>	4,259	5
<i>Employees</i>	3,987	6
<i>Facilities</i>	4,510	4
<i>Customization</i>	3,525	7

Tabel 6. Tingkat kepentingan indikator layanan

	Nilai Rata-Rata	Tingkat Kepentingan		Nilai Rata-Rata	Tingkat Kepentingan
R-1	5,040	3		FP-2	4,798
R-2	4,755	9		FP-3	4,610
R-3	4,819	7		C-1	4,527
R-4	4,356	20		C-2	4,249
A-1	4,717	12		C-3	4,228
A-2	5,185	1		C-4	4,278
F-1	5,074	2		C-5	4,413
F-2	4,442	18		C-6	4,259
F-3	4,530	15		RS-1	4,751
F-4	4,145	25		RS-2	4,874
E-1	4,698	13		RS-3	4,943
E-2	4,836	6		RS-4	4,727
FP-1	4,493	17			

3.4 Importance Performance Gap Analysis (IPGA)

Analisis *IPGA* dilakukan pada ketiga maskapai penerbangan untuk mengetahui bagaimana sikap persepsi penumpang maskapai terhadap harapannya. Pada maskapai Lion Air, Indonesia AirAsia, dan Citilink semua nilai persepsi penumpang masih memberikan *gap* yang bersifat negatif, yang menunjukkan bahwa harapan responden masih dibawah kualitas layanan yang diberikan seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Matriks IPGA Lion Air, Indonesia AirAsia, dan Citilink

Pada gambar di atas, terlihat bahwa semua dimensi kualitas layanan semua maskapai penerbangan masih berada di kuadran IV. Hal ini menunjukkan bahwa diperlukan alokasi pemindahan kuadran untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Prioritas alokasi kuadran pada setiap maskapainya dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Prioritas perbaikan indikator kualitas layanan setiap maskapai

	Lion Air		Indonesia AirAsia		Citilink	
	Dq	Rank	Dq	Rank	Dq	Rank
R-1	1,479	4	1,460	6	1,373	6
R-2	1,137	20	1,158	17	1,150	19
R-3	1,147	18	1,146	19	1,125	22
R-4	1,367	9	1,353	9	1,306	7
A-1	1,097	24	1,142	20	1,106	24
A-2	1,474	5	1,697	2	1,531	2
F-1	1,374	8	1,407	8	1,305	8
F-2	1,315	11	1,280	14	1,291	10
F-3	1,228	12	1,290	11	1,214	13
F-4	1,699	1	1,749	1	1,551	1
E-1	1,099	23	1,130	24	1,108	23
E-2	1,097	25	1,141	21	1,091	25
FP-1	1,149	16	1,153	18	1,233	12
FP-2	1,128	21	1,159	16	1,199	16
FP-3	1,146	19	1,132	22	1,128	20
C-1	1,147	17	1,169	15	1,186	18
C-2	1,380	7	1,457	7	1,487	3
C-3	1,536	2	1,511	3	1,408	5
C-4	1,412	6	1,509	4	1,292	9
C-5	1,342	10	1,291	10	1,266	11
C-6	1,528	3	1,502	5	1,443	4
RS-1	1,158	15	1,112	25	1,201	15
RS-2	1,218	13	1,286	12	1,197	17
RS-3	1,210	14	1,284	13	1,204	14
RS-4	1,128	22	1,131	23	1,126	21

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan kualitas layanan yang signifikan pada maskapai Lion Air, Indonesia AirAsia, dan Citilink. Persepsi penumpang terhadap kualitas layanan maskapai berbeda secara signifikan dilihat latar belakang tingkat penghasilan, tingkat pendidikan, dan kewarganegaraan. Namun tidak terdapat perbedaan persepsi yang signifikan antarpemumpang dilihat dari tujuan perjalanannya. Selain itu, kinerja maskapai penerbangan masih berada di bawah harapan penumpang pada semua indikator kualitas layanan yang diuji. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan pada setiap indikator kualitas layanan. Secara umum, prioritas perbaikan kualitas layanan pada semua maskapai penerbangan adalah perlu adanya fasilitas komunikasi saat penerbangan.

REFERENSI

- [1]. Natalisa, D. & Subroto, B. 2003. Effects of Management Commitment on Service Quality to Increase Customer Satisfaction of Domestic Airlines in Indonesia. *Singapore Management Review* Vol. 25: 85-104.
- [2]. Bloemer, J., & Kasper, H. 1995. The Complex Relationship between Consumer Satisfaction and Brand Loyalty. *Journal of Economic Psychology* Vol.16, No. 2: 183-201.

- [3]. Young, C., Cunningham, L., & Lee, M. 1994. Assessing Service Quality As An Effective Management Tool: The Case of the Airline Industry. *Journal of Marketing* Vol. 02: 76-96.
- [4]. Barnes, S.,& Vidgen. R. 2001. An Integrative Approach to the Assessment of E-Commerce Quality. *Journal of Electronic Commerce Research* Vol. 3 No.2: 114-127.
- [5]. Gourdin, K.N.,& Kloppenborg, T.J. 1991. Identifying Service Gaps in Commercial Air Travel: The First Step Toward Quality Improvement. *Transportation Journal* Vol. 31: 22-30.
- [6]. Oyewole, P. 2001. Consumer's socio-Demographic Characteristics and Satisfaction with Services in the Airline Industry. *Services Marketing Quarterly* Vol. 33: 61-80.
- [7]. Jiang, H.2012. Service Quality of Low-Cost Long-Haul Airlines - The Case of Jetstar Airways and Airasia X. *Journal of Air Transport Management* Vol. 26: 20-24.
- [8]. Gilbert, D.,& Wong, R.K. 2003. Passenger Expectations and Airline Services: A Hong Kong based Study. *Tourism Management* Vol. 24: 519-532.
- [9]. Clemes, M.D., Gan, C., Kao, T., & Choog, M. 2008. An Empirical Analysis of Customer Satisfaction in International Air Travel. *Innovative Marketing* Vol. 4: 49-62.
- [10]. Sultan, F. & Simpson, M.C. 2000. International Service Variants: Airline Passenger Expectations and Perceptions of Service Quality. *Journal of Services Marketing* Vol. 14: 188-216.