

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan yang pesat dalam segala aspek kehidupan mendorong masyarakat untuk memperluas interaksinya antara satu dengan yang lain agar kebutuhan hidupnya dapat tetap terpenuhi. Tersedianya berbagai macam alat transportasi baik di darat, laut maupun udara merupakan salah satu faktor yang mempermudah seseorang berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Pesawat terbang merupakan salah satu jenis transportasi udara dan merupakan pilihan yang cukup digemari apabila dibandingkan dengan jenis transportasi lain seperti kapal ataupun kereta api. Keunggulan dari pesawat terbang yakni terletak pada kecepatannya. Berdasarkan alasan efisiensi waktu dan kenyamanan untuk berpergian maka mayoritas orang yang ingin berpindah dari satu tempat ke tempat lain akan memilih pesawat terbang sebagai alat transportasinya.

Tingginya permintaan atas tiket pesawat terbang tentu saja dibarengi dengan tanggapan positif maupun negatif dari para konsumennya. Tanggapan positif yang diberikan oleh para konsumen tentunya seputar kepuasan yang dirasakan oleh konsumen atas berbagai aspek yang diberikan oleh maskapai penerbangan tertentu. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen atas suatu maskapai penerbangan pada umumnya disebabkan oleh harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen, pelayanan yang baik dan ketepatan jadwal penerbangan. Aspek-aspek yang menjadi alasan kepuasan konsumen dalam

menggunakan suatu maskapai penerbangan seharusnya menjadi informasi penting bagi maskapai penerbangan yang bersangkutan untuk membawa perusahaan ke arah yang lebih baik.

TABEL 1.1
JUMLAH PENUMPANG TAHUN 2015

No	Maskapai Penerbangan	Jumlah Penumpang Tahun 2015
1	LION AIR	26,48 juta penumpang
2	GARUDA	19,96 juta penumpang
3	AIR ASIA	3,66 juta penumpang

SUMBER :

<http://angkasa.co.id/info/lion-air-juara-angkut-penumpang-domestik/>

Sebagai maskapai dengan jumlah penumpang terbanyak pada tahun 2015 maka tampak bahwa permasalahan yang dialami oleh Lion Air pada tahun 2015 seperti ditemukannya pilot yang menggunakan obat terlarang dan juga *delay* yang masih sering terjadi tidak menyebabkan menurunnya angka penjualan tiket pesawat lion air¹. Keberadaan tanggapan positif tentunya selalu melekat erat dengan tanggapan negatif yang diberikan oleh konsumen. Pada umumnya tanggapan negatif ataupun komplain yang diberikan oleh konsumen atas suatu maskapai penerbangan yakni berkaitan dengan penerbangan yang tidak sesuai dengan jadwal penerbangan yang seharusnya atau bahkan dibatalkan. Komplain seperti yang tersebut di atas tentunya memberikan kerugian yang cukup besar bagi konsumen tersebut baik dari segi waktu maupun biaya. Keadaan seperti ini kemudian menjadi sebuah hal

¹<https://www.tiket2.com/blog/maskapai-ini-mengangkut-penumpang-terbanyak-di-indonesia-ini-sebabnya/>

yang perlu mendapat perhatian lebih bagi pihak maskapai penerbangan maupun pihak lainnya yang bersangkutan.

Seperti yang dilansir pada berita yang dimuat dalam liputan6.com pada tanggal 20 Februari 2015 dengan judul Tak Hanya di Jakarta, di Yogya pun Lion *Delay*, dalam artiket tersebut dinyatakan bahwa sudah menjadi rahasia umum bahwa maskapai penerbangan Lion Air merupakan sebuah maskapai penerbangan dengan rekor *delay* yang cukup tinggi dibandingkan dengan maskapai penerbangan lainnya. Seringkali *delay* yang dilakukan oleh Lion Air berlangsung selama berjam-jam dan membawa banyak kerugian bagi para pihak, terutama dalam hal waktu. Kerugian yang di alami oleh para penumpang akibat ketidaktepatan Lion Air dalam memenuhi jadwal penerbangan memiliki tingkat yang berbeda antara satu penumpang dengan penumpang lainnya.

Selain kerugian dari segi waktu, para penumpang Lion Air yang mengalami *delay* juga mengalami kerugian dari segi biaya. Seringkali *delay* yang terjadi menyebabkan penumpang mengalami kerugian di masa mendatang atau kerugian karena gagal memperoleh keuntungan yang seharusnya diperoleh. Penumpang pesawat terbang memiliki berbagai macam alasan untuk melakukan perjalanan, salah satunya adalah urusan bisnis. Penumpang yang melakukan perjalanan karena urusan bisnis akan lebih sensitif terhadap waktu sehingga sangat terganggu dengan *delay* yang terjadi. Banyak penumpang yang mengalami kerugian akibat dari *delay* Lion Air karena tidak mendapatkan ganti kerugian yang semestinya seperti yang di

ungkapkan pada news.okzone.com pada tanggal 01 Desember 2015 dengan judul berita “Uang Kompensasi Tidak Sesuai, Penumpang Lion Air Protes”.

Perbedaan kedudukan antara maskapai tiket pesawat Lion Air (pelaku usaha) dengan penumpang yang membeli sendiri tiket pesawat Lion Air (konsumen) yakni terletak pada pengetahuan akan informasi penerbangan. Pihak maskapai Lion Air lebih mengetahui jadwal penerbangan yang pasti baik terkait *delay*-nya pesawat ataupun tidak sedangkan tidak demikian halnya dengan pihak penumpang. Perbedaan kedudukan di antara pelaku usaha dan konsumen ini yang kemudian menjadi landasan terbentuknya peraturan mengenai perlindungan terhadap konsumen. Indonesia mengatur perlindungan hukum terhadap konsumen dalam bentuk undang–undang yakni Undang–Undang Nomor 18 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

UUPK merupakan sebuah peraturan yang ditujukan untuk melindungi para konsumen dan dalam hal ini para penumpang pesawat terbang termasuk dalam konsumen yang dilindungi oleh UUPK. Berdasarkan hak–hak yang tertuang di dalam UUPK tersebut, maka tampak bahwa keberadaan UUPK berperan selain sebagai perlindungan terhadap konsumen yang mengalami kerugian, namun juga sebagai penyeimbang agar kedudukan di antara pelaku usaha dan konsumen (dalam hal ini maskapai penerbangan dan penumpang) menjadi seimbang.

Hak–hak yang dimiliki oleh para konsumen penumpang pesawat terbang yakni diatur di dalam Pasal 4 UUPK

Sebagai peraturan yang bersifat umum dan memaksa maka apabila para pelaku usaha tidak memenuhi hak-hak seperti yang diatur di dalam UUPK ini maka seharusnya diberi sanksi karena pada dasarnya tujuan diberlakukannya UUPK yakni untuk memberi perlindungan bagi para penumpang agar tidak mengalami kerugian pada saat membeli tiket pesawat Lion Air. Keberadaan UUPK ini kemudian dapat dijadikan sebagai suatu celah bagi pihak penumpang untuk mempertahankan hasilnya dalam memperoleh ganti kerugian.

Sebagai konsumen dari pesawat terbang maka para penumpang pesawat terbang yang secara umum dilindungi oleh UUPK juga dilindungi secara khusus dengan peraturan perundang-undangan mengenai penerbangan. Peraturan perundang-undangan terkait dengan penerbangan tersebut yakni Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2009 tentang Penerbangan dan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 89 Tahun 2015 Penanganan Keterlambatan Penerbangan (*Delay Management*) Pada Badan Usaha Angkutan Udara Niaga Berjadwal di Indonesia. Peraturan perundang-undangan tersebut, baik yang berlaku terhadap konsumen secara keseluruhan maupun terhadap penumpang pesawat terbang secara khusus memiliki tujuan yang sama yakni memberi perlindungan terhadap konsumen.

Perlindungan konsumen tidak hanya menjadi konsentrasi yang dilakukan di Indonesia melainkan juga beberapa negara lain misalnya seperti di Eropa maka perlindungan konsumen juga merupakan suatu hal yang penting dan menyangkut berbagai macam segi kehidupan. Hal ini ditegaskan di dalam

Member's Research Service (2015) yang merupakan penelitian yang dilakukan oleh para anggota EU yang menyatakan bahwa *“consumer protection policy faces a number of new challenges that are emerging with new technology : unsustainable and changing patterns of consumption; social exclusion in a number of areas; as well with the so-called consumer mood, that can sometimes be very unpredictable”*.

Tidak hanya negara Eropa tetapi negara – negara lain juga memberlakukan peraturan yang sama terhadap para konsumennya, yakni memberlakukan peraturan mengenai perlindungan konsumen. Demikian halnya dengan negara Kosova di dalam Government e-Portal (2009) yang menyatakan bahwa *“the consumer Protection Association informs consumer on their right, and draws up the list of retailers that have damaged consumers in the past years or have purposefully sold goods which were dangerous to the health and safety of consumers”*.

Apabila dikaitkan dengan banyaknya artikel yang mengungkapkan buruknya Lion Air dalam pengaturan jadwal penerbangan, khususnya untuk rute Jogja-Jakarta, seharusnya dapat mempengaruhi penumpang dalam menggunakan maskapai penerbangan Lion Air. Pada kenyataannya Lion Air yang sering melakukan *delay* dan mengabaikan kenyamanan pada penumpangnya tetap memiliki jumlah pembeli yang dapat mempertahankan keberlangsungan keberadaan maskapai Lion Air. Selain dilihat dari sisi bahwa pesawat Lion Air tetap dapat beroperasi dan melakukan semua penerbangan tanpa ada penundaan dengan alasan penumpang yang sedikit,

Lion Air juga dapat dinyatakan bertahan apabila dilihat dari jumlah jadwal penerbangan yang banyak dan sesekali mampu bersaing dengan harga yang sama dengan maskapai yang lain. Apabila dikaitkan dengan artikel yang ada, maka terdapat sebuah artikel yang berjudul 8 Fakta Menarik Lion Airlines yang dimuat di dalam tiketlionair.net yang menuliskan bahwa meskipun sering mengalami *delay* juga komplain dari berbagai pihak namun jumlah pembeli tiket Lion Air tidak menurun atau surut melainkan terus meningkat. Fakta ini dipertegas dengan pernyataan bahwa Lion Air merupakan maskapai penerbangan dengan jumlah penumpang terbanyak.

Shung *et, al* (2011) mengatakan di dalam penelitiannya bahwa niat beli memiliki implikasi yang luas dan sering memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku seseorang. Demikian pula halnya dengan Kotler dan Armstrong (2015) bahwa niat beli merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli produk dengan merek yang disukainya. Roslina (2009) menyatakan bahwa sebelum melakukan pembelian, pelanggan biasanya akan mengumpulkan informasi yang berasal dari lingkungannya, kemudian setelah semua informasi dikumpulkan, maka pelanggan akan mulai melakukan penilaian terhadap produk, melakukan evaluasi serta membuat keputusan pembelian setelah membandingkan serta mempertimbangkannya.

Berdasarkan latar belakang yang sudah disampaikan di atas yang melatar belakangi penulis untuk mengaitkan antara perlindungan konsumen yang diberikan oleh pemerintah kepada para konsumen dan hubungannya terhadap niat beli yang dilakukan oleh konsumen tersebut maka penulis akan

melakukan penelitian mengenai **Pengaruh Perlindungan Konsumen terhadap Niat untuk Membeli Tiket Pesawat Terbang Lion Air.**

B. Rumusan Masalah

Perlindungan konsumen merupakan suatu hal yang melekat pada setiap konsumen, namun seringkali kehadiran perlindungan konsumen ini tidak dipahami oleh para penumpang pesawat terbang. Penumpang yang dimaksud di dalam penelitian ini yakni penumpang yang membeli sendiri tiket pesawat terbangnya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengidentifikasi permasalahan yang akan diulas dan diteliti, adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh perlindungan konsumen terhadap niat untuk membeli tiket pesawat terbang Lion Air dengan rute penerbangan Jogja–Jakarta?
2. Apakah ada perbedaan persepsi antara perlindungan konsumen pesawat terbang Lion Air dengan rute Jogja-Jakarta berdasarkan jenis kelamin dan pendapatan?
3. Apakah ada perbedaan persepsi niat untuk membeli berdasarkan jenis kelamin dan pendapatan?

C. Batasan Masalah

Agar arah pembahasan lebih jelas dan tepat, maka penulis membuat batasan masalah sebagai berikut:

1. Meneliti terkait dengan pengaruh perlindungan konsumen terhadap niat untuk membeli tiket pesawat terbang Lion Air dengan rute penerbangan Jogja–Jakarta.
2. Meneliti secara spesifik pada maskapai penerbangan Lion Air dengan rute penerbangan Jogja-Jakarta.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi:

1. Bagi akademis penulisan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai pemahaman konsumen terhadap Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2009 tentang Penerbangan dan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 89 Tahun 2015 Penanganan Keterlambatan Penerbangan (*Delay Management*) Pada Badan Usaha Angkutan Udara Niaga Berjadwal di Indonesia serta pengaruhnya terhadap niat untuk membeli tiket pesawat Lion Air rute penerbangan Jogja–Jakarta.
2. Bagi pihak manajemen Lion Air diharapkan dapat menjadi landasan pemikiran dalam melakukan keputusan manajemen.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan diadakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh perlindungan konsumen terhadap niat untuk membeli tiket pesawat terbang Lion Air dengan rute penerbangan Jogja-Jakarta.
2. Mengetahui perbedaan persepsi antara perlindungan konsumen pesawat terbang Lion Air dengan rute Jogja-Jakarta berdasarkan jenis kelamin dan pendapatan
3. Mengetahui perbedaan persepsi terhadap niat untuk membeli berdasarkan jenis kelamin dan pendapatan.

F. Sistematika Penulisan

Bab 1. Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, metode pengambilan sampel, hipotesis, dan sistematika penulisan penelitian.

Bab 2. Landasan Teori

Bab ini berisi uraian teoritis yang berhubungan dengan penelitian dan konsep-konsep yang dipakai untuk menjadi dasar hipotesis.

Bab3. Metode Penelitian

Bab ini berisi mengenai metode yang digunakan untuk melakukan penelitian dalam pembuatan tesis.

Bab 4. Analisis Data

Bab ini berisi pengolahan data beserta analisis dan artinya. Analisis data berisi tentang analisis data kuantitatif dan kualitatif.

Bab 5. Penutup

Bab ini berisi kesimpulan, implikasi manajerial dan saran terhadap hasil penelitian.

