

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini jenis transportasi udara telah menjadi pilihan utama bagi para pengguna jasa angkutan penerbangan. Hal ini disebabkan oleh keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh jenis transportasi ini, antara lain adalah kecepatan, kenyamanan dan keamanan. Luasnya wilayah Indonesia yang terdiri dari ribuan pulau besar-kecil memang sangat membutuhkan jasa pelayanan udara. Dengan adanya operator jasa penerbangan maka semua wilayah tersebut akan mudah dijangkau sehingga dapat memacu berputarnya roda ekonomi pada suatu daerah, yang akhirnya akan berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan di Indonesia.

Perubahan peraturan atau deregulasi dibidang transportasi udara pada era reformasi ini, telah merangsang pertumbuhan maskapai atau operator-operator penerbangan baru, sehingga persaingan dalam merebut pangsa pasar menjadi semakin tajam (lihat tabel daftar perusahaan penerbangan di Indonesia lampiran 11 hal 109). Keadaan ini memacu PT. Merpati Nusantara Airlines sebagai maskapai penerbangan domestik terbesar berusaha untuk tetap menjadi pilihan pengguna jasa penerbangan dengan lebih kompetitif dalam berbagai hal. Sejalan dengan visi PT. Merpati Nusantara Airlines yaitu "*menjadi airlines pilihan utama di Indonesia*", maka visi tersebut haruslah diterjemahkan menjadi sebuah misi yang sangat jelas dengan mengutamakan adanya perolehan penumpang yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Visi ini juga dapat diartikan bahwa nama atau *brand* PT. Merpati Nusantara Airlines selalu berada dalam hati dan benak konsumen, sehingga dapat menjadi *market leader* khususnya pada rute-rute domestik.

Hal ini tentu tidaklah mudah mengingat banyaknya operator penerbangan baru yang terus menerus bertambah sebagai akibat dari berbagai kemudahan yang diberikan pemerintah untuk mendapatkan *Air Operator Certificate (AOC)*. Kemudahan untuk pengadaan armada pesawat terbang

yang murah, gencarnya promosi serta kemampuan agen penjualan dari para pemain baru dalam bisnis jasa transportasi udara juga merupakan faktor-faktor yang harus diperhitungkan dengan cermat, oleh manajemen PT. Merpati Nusantara Airlines.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh lembaga peneliti MARS, diketahui *Top Of Mind (TOM)* merek dan iklan serta persepsi merek terbaik PT. Merpati Nusantara Airlines pada tahun 2003 menurun dibandingkan dengan tahun 2002. Penurunan *Top Of Mind (TOM)* tersebut masing-masing sekitar 11,5% (merek), 25,5% (iklan) dan 10,4% (persepsi merek), sehingga perlu meningkatkan upaya marketing antara lain dengan meningkatkan promosi dengan menonjolkan keunggulan yang dimiliki¹.

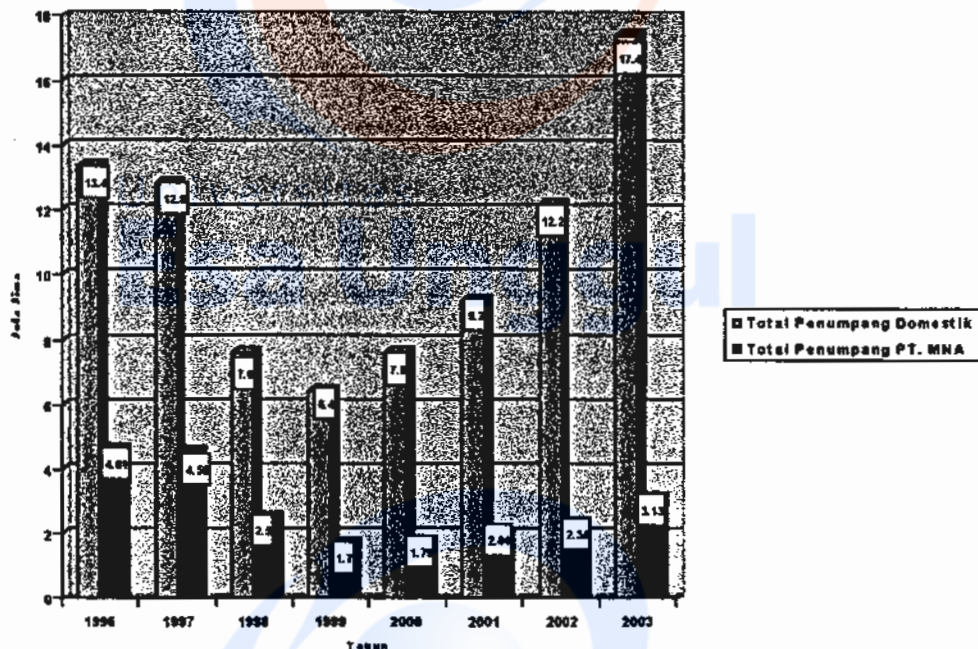
Dalam kondisi ekonomi serta politik yang belum begitu kondusif, PT. Merpati Nusantara Airlines harus melakukan berbagai kiat serta terobosan-terobosan agar mampu menjadikan visi perusahaan menjadi kenyataan. Sesuatu yang mudah untuk diucapkan, akan tetapi pada kenyataannya jumlah perolehan penumpang yang ada tidaklah menggembirakan sebagaimana dengan harapan.

Jika dibandingkan dengan volume pasar penumpang udara domestik, maka terlihat jelas bahwa pertumbuhan perolehan penumpang pesawat terbang PT. Merpati Nusantara Airlines sangat landai. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar 1.1, serta pada lampiran 12, 13 hal 110 dan 111.

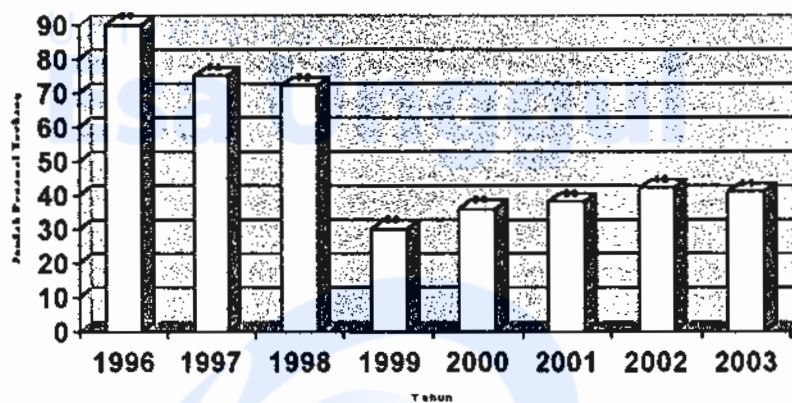
Jadi jelas bahwa angan-angan atau harapan untuk menjadi *airlines pilihan utama di Indonesia*, memang masih jauh dari kenyataan. Agar visi yang dituju perusahaan dapat tercapai, tentu banyak hal yang harus dibenahi sehingga misi yang dijalankan tidak menjadi sia-sia.

Berbagai kiat dilakukan demi efisiensi dan efektifitas antara lain telah mengakibatkan pihak manajemen mengambil keputusan untuk memangkas

¹ Marketing Research Specialist (MARS), *Brand Performance 2003-Kategori Jasa Penerbangan*, Mars, Jakarta, 2003, h. 65.



Gambar 1.1 Perbandingan Pertumbuhan Penumpang Udara Domestik dan PT. Merpati Nusantara Airlines Periode 1996-2003 (Sumber, PT MNA dan Departemen Perhubungan)



Gambar 1.2 Jumlah Armada Pesawat Terbang PT. Merpati Nusantara Airlines Periode 1996-2003 (Sumber, PT MNA)

armada pesawat terbang yang dioperasikan (gambar 1.2) dan berakibat pada pengurangan rute sebesar 30% dari 218 rute yang ada.

Walaupun dalam kondisi kurang mendukung, produktivitas pegawai untuk menghasilkan *revenue* terus meningkat (lihat lampiran 14 hal 112). Demikian juga pengelolaan asset perusahaan selama empat tahun terakhir yang semakin baik dan produktif (lihat lampiran 15 hal 113).

Sebagai perusahaan yang hampir setengah abad menekuni bisnis transportasi udara serta mempunyai jaringan terbesar di Indonesia sudah seharusnya PT. Merpati Nusantara Airlines mempunyai daya saing yang lebih tinggi dibanding dengan para pendatang baru dalam bisnis ini.

Terlepas dari berbagai persoalan internal yang dihadapi PT. Merpati Nusantara Airlines, sudah saatnya pihak manajemen perusahaan BUMN ini melakukan kajian yang lebih mendalam agar dapat mengetahui berbagai permasalahan yang menjadi penghambat tercapainya suatu visi dan misi perusahaan. Oleh karena itu penulis yang sehari-hari bertugas pada Divisi Operasi PT. Merpati Nusantara Airlines tergerak untuk melakukan penelitian yang di tuangkan dalam judul tesis :

“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP JUMLAH PEROLEHAN PENUMPANG PESAWAT TERBANG PADA PT. MERPATI NUSANTARA AIRLINES “.

Jika memang hasil penelitian menunjukkan bahwa memang terdapat pengaruh yang signifikan, maka diharapkan manajemen PT. Merpati Nusantara Airlines dapat menindak lanjuti hasil penelitian ini demi tercapainya visi dan misi dari perusahaan.

B. Identifikasi Masalah

Seperti yang telah dipaparkan pada latar belakang permasalahan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah-masalahnya sebagai berikut :

- 1) Armada pesawat terbang yang berkurang.

- 2) Promosi yang cenderung menurun..
- 3) Jumlah perolehan penumpang pesawat terbang yang menurun.
- 4) Adanya Undang-Undang Anti Monopoli yang berakibat pada kemudahan dalam mendirikan perusahaan penerbangan.
- 5) Adanya penghapusan batas tarif terendah .
- 6) Diberlakukannya tarif referensi.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka penelitian ini akan dibatasi pada :

- 1) Pengaruh *utility* armada pesawat terbang terhadap jumlah perolehan penumpang pada PT. Merpati Nusantara Airlines.
- 2) Pengaruh promosi terhadap jumlah perolehan penumpang pada PT. Merpati Nusantara Airlines.
- 3) Pengaruh kemudahan pendirian perusahaan penerbangan terhadap jumlah perolehan penumpang pada PT. Merpati Nusantara Airlines.
- 4) Pengaruh penghapusan batas tarif terendah terhadap jumlah perolehan penumpang pada PT. Merpati Nusantara Airlines.
- 5) Pengaruh diberlakukannya tarif referensi terhadap jumlah perolehan penumpang pada PT. Merpati Nusantara Airlines.
- 6) Pengaruh armada pesawat terbang, promosi, agen penjualan, kemudahan mendirikan perusahaan penerbangan, penghapusan batas tarif terendah, dan diberlakukannya tarif referensi, secara bersama-sama terhadap jumlah perolehan penumpang pada PT. Merpati Nusantara Airlines.

D. Rumusan Masalah

Berpedoman pada identifikasi masalah dan batasan masalah maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

- 1) Apakah *utility* armada pesawat terbang mempengaruhi jumlah perolehan penumpang pada PT. Merpati Nusantara Airlines ?

- 2) Apakah promosi mempengaruhi jumlah perolehan penumpang pada PT. Merpati Nusantara Airlines ?
- 3) Apakah kemudahan mendirikan perusahaan penerbangan mempengaruhi jumlah perolehan penumpang PT. Merpati Nusantara Airlines?
- 4) Apakah penghapusan batas tarif terendah mempengaruhi jumlah perolehan penumpang PT. Merpati Nusantara Airlines?
- 5) Apakah diberlakukannya tarif referensi mempengaruhi jumlah perolehan penumpang PT. Merpati Nusantara Airlines?
- 6) Apakah armada pesawat terbang, promosi, kemudahan mendirikan perusahaan penerbangan, penghapusan batas tarif terendah, dan diberlakukannya tarif referensi, secara bersama-sama mempengaruhi jumlah perolehan penumpang PT. Merpati Nusantara Airlines?

E. Tujuan Penelitian

Dengan memperhatikan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut diatas, maka dapat dinyatakan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Menganalisis pengaruh *utility* pesawat terbang terhadap jumlah perolehan penumpang PT. Merpati Nusantara Airlines.
- 2) Menganalisis pengaruh promosi terhadap jumlah perolehan penumpang PT. Merpati Nusantara Airlines.
- 3) Menganalisis pengaruh kemudahan mendirikan perusahaan penerbangan terhadap jumlah perolehan penumpang PT. Merpati Nusantara Airlines.
- 4) Menganalisis pengaruh penghapusan batas tarif terendah terhadap jumlah perolehan penumpang PT. Merpati Nusantara Airlines.
- 5) Menganalisis pengaruh diberlakukannya tarif referensi terhadap jumlah perolehan penumpang PT. Merpati Nusantara Airlines.
- 6) Menganalisis pengaruh *utility* armada pesawat terbang, promosi, kemudahan mendirikan perusahaan penerbangan, penghapusan batas tarif terendah, dan diberlakukannya tarif referensi, secara bersama-sama terhadap jumlah perolehan penumpang PT. Merpati Nusantara Airlines.

F. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat untuk berbagai keperluan antara lain :

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi kepentingan PT. Merpati Nusantara Airlines, terutama agar dapat meningkatkan jumlah perolehan penumpang pesawat terbang.
- 2) Penelitian ini juga memberi peluang pada peneliti lain untuk mengembangkan penelitian ini lebih lanjut dan lebih mendalam.