

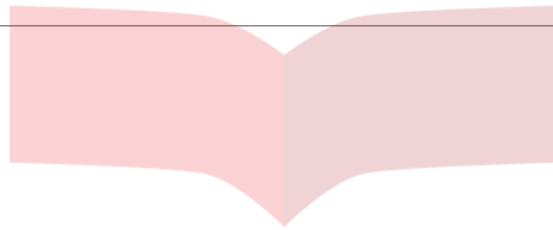
ANALISIS WEB QUALITY LION AIR PADA TAHUN 2013

Adi Kuncoro¹, Heppy Millanyani², S.sos.³

¹Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom

Abstrak

...



Telkom
University

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Observasi

1.1.1 Gambaran Umum PT Lion Mentari Airlines

PT Lion Mentari Airlines, beroperasi sebagai Lion Air adalah maskapai penerbangan swasta terbesar di Indonesia, dimana maskapai penerbangan ini menguasai sebagian besar pangsa pasar domestik. Berkantor pusat di Jakarta, Indonesia, Lion Air terbang ke kota-kota di Indonesia, Singapura, Vietnam, Malaysia dan Arab Saudi. Basis utama dari maskapai penerbangan ini adalah Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta, Jakarta. Maskapai ini mengoperasikan penerbangan penumpang berjadwal dengan jaringan yang luas dari Jakarta ke 56 tujuan (per Juli 2010).

Bersamaan dengan sebagian besar maskapai penerbangan Indonesia lainnya, Lion Air (termasuk anak perusahaan Lion Air, Wings Air) berada dalam daftar maskapai penerbangan yang dilarang di Uni Eropa karena alasan keamanan pada Februari 2012.

(Sumber : http://id.wikipedia.org/wiki/Lion_Air)

Tabel 1.1
Profil Lion Air

Didirikan	19 Oktober 1999
Hub	Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta
Kota fokus	Balikpapan, Banda Aceh, Banjarmasin, Denpasar, Makassar, Manado, Medan, Padang, Palembang, Pekanbaru, Surabaya, Tarakan, Yogyakarta
Program penumpang setia	Lion Pasport Club
Lounge penumpang	Lion King Lounge
Anak perusahaan	Wings Air Lion Bizjet Batik Air Malindo Airways
Ukuran armada	91
Kota tujuan	79
Slogan perusahaan	<i>We make people fly</i>
Kantor pusat	Jakarta, Indonesia

Orang penting	Rusdi Kirana (presiden direktur)
Situs web	lionair.co.id

Sumber: http://id.wikipedia.org/wiki/Lion_Air

1.1.2 Misi

1. Pelayanan yang konsisten, keselamatan dan keamanan merupakan pondasi dasar dari segala hal di Lion Air.
2. Komitmen dan dedikasi kami dalam mengaplikasikan pondasi-pondasi tersebut tercermin dalam kesuksesan maskapai kami.

1.1.3 Logo Perusahaan

Gambar 1.1
Logo Lion Air



Sumber: http://id.wikipedia.org/wiki/Lion_Air

1.1.4 Fasilitas dan Rute Penerbangan

a. Fasilitas

Seiring berkembangnya kapasitas armada Lion Air, keselamatan dalam segala aspek pengoperasian dan perawatan pesawat terbang tetap menjadi prioritas utama. Untuk mendukung armada yang bertambah besar, Lion Air telah menyediakan fasilitas seluas 4 hektar yang didedikasikan untuk keselamatan dalam pengoperasian dan perawatan, dan untuk mendukung fasilitas hanggar yang ada sekarang di Bandung.

Dikenal sebagai Lion Village, fasilitas ini terletak di dekat bandara dan menyediakan fasilitas latihan seperti simulator Boeing 737-900ER. Di dalam kompleks tersebut terdapat fasilitas toko dimana dapat ditemukan roda, rem, interior kabin dan perlengkapan avionik. Sebagai toko *one-stop*, di dalam gudangnya juga dapat ditemukan suku cadang, ban dan mesin. Juga disediakan akomodasi asrama bagi para pramugari dan staf bandara.

Program-program keselamatan seperti ALAR, CRM, SMS, FOQA dan FLOE telah sepenuhnya dilaksanakan dan peralatan ACARS akan dipasang di armada Boeing 737-900ER kami. Ditambah lagi dengan diimplementasikannya system komputerisasi TRAX (perawatan) dan GENEVA (pengoperasian) telah menambah kesadaran para karyawan akan keselamatan.

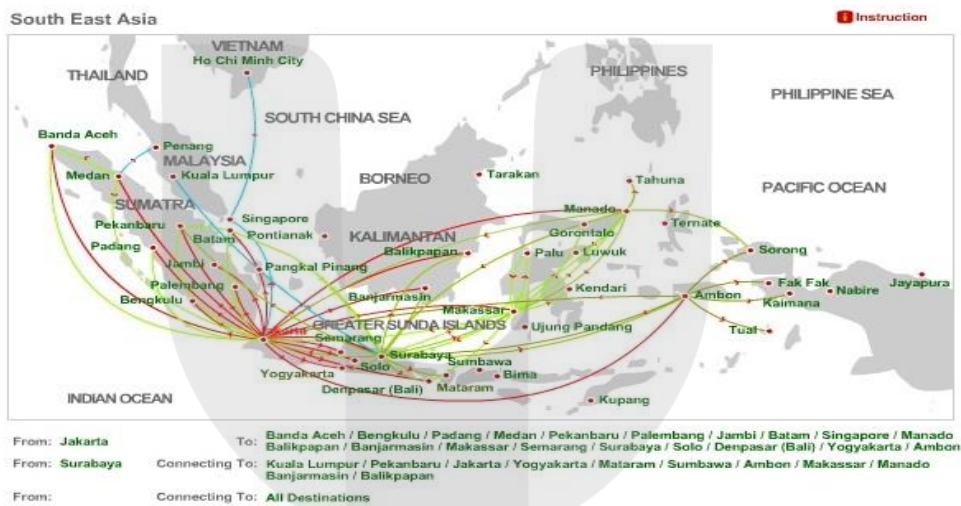
Bersama dengan perluasan armada, Lion Air juga mengambil langkah untuk melatih pilot-pilot terbaik dan meningkatkan keahlian mereka untuk menangani pesawat terbang terbaru dan lebih mutakhir. Karena itu, kami mendirikan Lion Air Flying School yang akan menghasilkan pilot Abinnitio. Kami juga mempertimbangkan kandidat-kandidat pilot yang dapat memenuhi persyaratan Lion Air.

(sumber: <http://lionair.co.id/>)

b. Rute Penerbangan

Lion Air menghubungkan anda kelebih dari 36 tujuan penerbangan dan mengoperasikan hingga 226 penerbangan tiap harinya. Segera, anda akan dapat terbang melalui wilayah Asia Pasifik bersama Lion Air.

Gambar 1.2
Rute Penerbangan



(Sumber: <http://lionair.co.id/>)

1.2 Latar Belakang Objek Observasi

Lion Air hadir untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari masyarakat Indonesia yang ingin berpergian dari satu kota ke kota lain, dari satu pulau ke pulau lainnya dengan biaya yang terjangkau dan waktu tempuh yang jauh lebih cepat dibandingkan dengan menggunakan alat transportasi lain. Namun dengan adanya peluang tersebut menimbulkan maskapai penerbangan lain yang semakin banyak. Berikut adalah daftar maskapai penerbangan di Indonesia yang bertarif murah:

Tabel 1.2
Daftar Maskapai Penerbangan di Indonesia Bertarif Murah

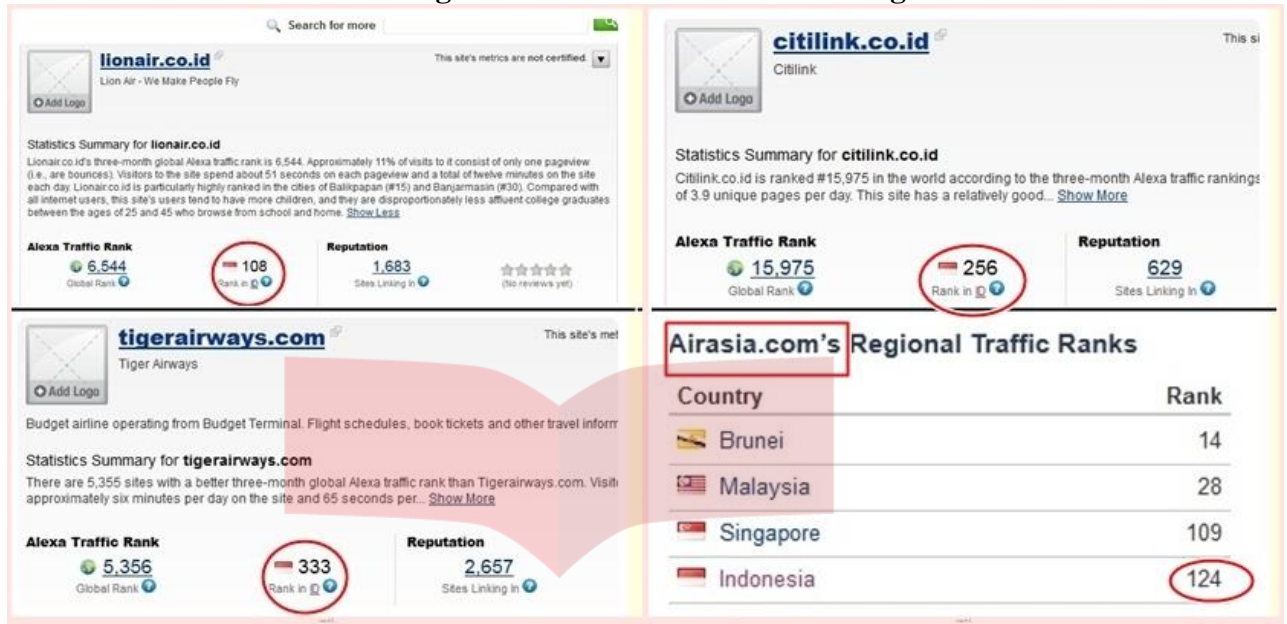
Citilink	Lion Air
Indonesia Air Asia	Mandala Airlines (Tiger Airways)

(Sumber: http://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_maskapai_penerbangan_bertarif_rendah)

Terdapat tiga pesaing Lion Air yakni Citilink, Air Asia, dan Mandala Airlines. Keempat maskapai penerbangan tersebut termasuk Lion Air, memiliki persamaan dalam menawarkan harga yang terjangkau kepada konsumennya. Secara langsung bahwa target pasar dari keempat maskapai penerbangan diatas adalah masyarakat menengah kebawah. Untuk menyiasati persaingan tersebut, Lion Air melakukan kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran ini berfungsi sebagai ujung tombak dari suatu perusahaan kepada konsumennya. Didalam kegiatan pemasaran terdapat bauran pemasaran salah satunya adalah promosi. Promosi merupakan salah satu hal yang penting dalam kegiatan pemasaran karena dengan adanya promosi, konsumen akan mengetahui jasa dari Lion Air. Promosi yang dilakukan oleh Lion Air diantaranya melalui pemasaran langsung (*direct marketing*).

Menurut Kotler dan Keller (2009:240) pemasaran langsung adalah penggunaan saluran langsung kekonsumen untuk menjangkau dan mengirimkan barang dan jasa kepada pelanggan tanpa menggunakan perantara pemasaran. Salah satu kegiatan pemasaran langsung yang dilakukan oleh Lion Air adalah melalui *website* yang dapat diakses oleh masyarakat seluruh dunia. Menurut Morissan (2010:137) *website* merupakan suatu halaman di internet yang dapat menampilkan teks, suara, grafik, foto dan video yang menjadi instrumen komersial di internet. Dengan melihat jumlah pengguna internet di Indonesia berdasarkan tahun 2004 yang dikumpulkan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), diperkirakan mencapai 12 juta pengakses. Cara akses mencakup baik yang terhubung dari perumahan, perkantoran, sekolah, hingga warung internet (Morissan, 2010: 139). Dengan begitu banyak yang mengakses internet maka hadirnya *website* menjadi penting karena dapat menjangkau konsumen seluruh dunia.

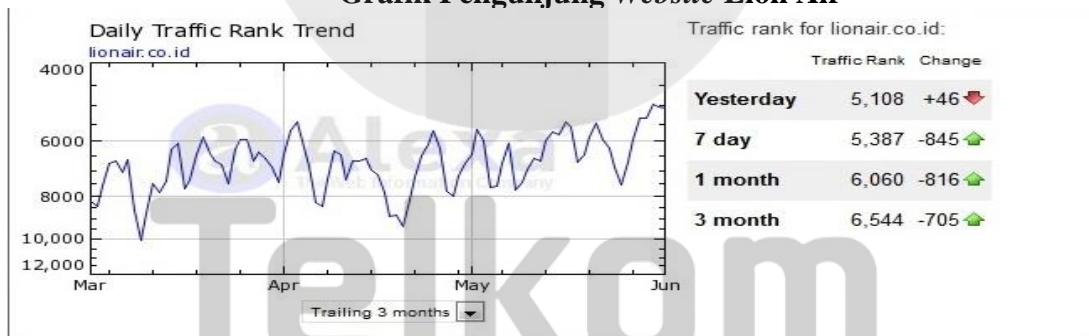
Gambar 1.3
Peringkat Website Lion Air dan Pesaing



Sumber: www.alexacom

Gambar diatas menunjukkan bahwa situs Web Lion Air menduduki peringkat 108 di Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa website Lion Air lebih banyak dikunjungi dibandingkan pesaingnya yakni Citilink berada pada peringkat 256, Air Asia berada pada peringkat 124, Mandala Air atau Tiger Airways berada pada peringkat 333.

Gambar 1.4
Grafik Pengunjung Website Lion Air



Sumber: www.alexacom

Dengan demikian peran website menjadi sangat penting bagi perusahaan, termasuk Lion Air karena dengan adanya website, Lion Air dapat menginformasikan jasa yang ditawarkan kepada konsumen, menimbulkan rasa tertarik terhadap jasa yang ditawarkan, menciptakan penjualan, serta menciptakan hubungan setelah penjualan. Dengan melihat latar belakang tersebut, peneliti merasa peran dari website Lion Air menjadi sangat penting. Dengan keadaan bahwa website Lion Air lebih baik dari website pesaingnya, dapat dijadikan suatu pembelajaran bagi pesaingnya, kenapa website tersebut diakses atau dikunjungi oleh masyarakat luas, karena dengan pengunjung website yang banyak akan menimbulkan peluang terjualnya jasa, terjualnya jasa akan menghasilkan keuntungan,

hal-hal tersebut menimbulkan ketertarikan peneliti terhadap *website* Lion Air, oleh sebab itu peneliti akan melakukan penelitian dengan judul : “**Analisis Web Quality Lion Air pada Tahun 2013**”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana kinerja *web quality* Lion Air ?
2. Hal-hal apa saja yang harus diperbaiki dan dipertahankan oleh Lion Air mengenai *website* nya?

1.4 Tujuan Observasi

Tujuan penelitian ini sesuai dengan perumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Mengetahui persepsi konsumen mengenai kinerja *web quality* Lion Air.
2. Mengetahui variabel dimensi *web quality* apa saja yang harus diperbaiki dan dipertahankan oleh Lion Air.

1.5 Kegunaan Observasi

Kegunaan dari kegiatan observasi ini yaitu untuk mendapatkan hasil tingkatan terjadi selama ini dan di harapkan hasil dari observasi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak diantaranya :

1. Bagi penulis, menambah pengetahuan baru dan merealisasikan teori yang di peroleh selama perkuliahan di Institut Manajemen Telkom ke dalam kasus yang terjadi di lapangan secara nyata dan dapat menjadi rekomendasi untuk di realisasikan di dunia kerja. Serta penyusunan Laporan Tugas Akhir ini merupakan salah satu wujud kontribusi sebagai Mahasiswa Manajemen Pemasaran dalam mengembangkan konsep dan teori yang di peroleh selama kuliah dan memperoleh gelar Ahli Madya.
2. Bagi Pihak PT Lion Mentari Airlines, sebagai rekomendasi hasil pengamatan yang dilakukan penulis. Baik itu perbaikan strategi dan manajemen perusahaan atau keperluan lainnya.
3. Bagi Pembaca, sebagai referensi untuk pembuatan karya ilmiah selanjutnya. Dan hasil pengamatan dapat di rekomendasikan di lapangan secara nyata dan untuk di kembangkan kembali.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan suatu gambaran umum tentang penelitian yang akan dilakukan. Dengan sistematika sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang tinjauan objek studi, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

2. BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang tinjauan teori yang digunakan dalam melakukan penelitian, dan metodologi penelitian apa yang digunakan oleh peneliti serta pembahasan dari penelitian yang dilakukan.

3. BAB III KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan tentang kesimpulan akhir dari sebuah analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya serta saran-saran yang telah didapat dari analisis dan dapat dimanfaatkan oleh perusahaan berkaitan dengan analisis *Web Quality* PT Lion Mentari Airlines di Kota Bandung pada tahun 2013.



BAB III

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yang dapat memberikan jawaban terhadap rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas *website* Lion Air pada tingkat kenyataan dianggap baik oleh responden selaku pengunjung dari *website* Lion Air dengan persentase skor rata-rata sebesar 75.07%. Dengan kata lain seluruh dimensi *web quality* seperti kegunaan *website*, kualitas informasi, kualitas jasa interaksi, dan desain secara umum memiliki kinerja yang baik.
2. Berdasarkan hasil analisis statistika deskriptif terdapat dua poin penting yakni hal-hal apa saja yang harus diperbaiki dan hal-hal apa saja yang harus dipertahankan.
 - a. Hal-hal apa saja yang harus diperbaiki, seperti *website* memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengakses, kedetailan informasi di *website*, reputasi Lion Air, dan hadirnya *website* membuat terciptanya komunitas atau *member* "Lion Pasport Club".
 - b. Hal-hal apa saja yang harus dipertahankan, seperti pengoperasian *website* mudah dipelajari, pengakses tidak merasa kesulitan dalam menelusuri *website*, *website* Lion Air mudah digunakan, informasi di *website* Lion Air sesuai dengan jasa Lion Air, informasi di *website* Lion Air mudah dimengerti, dan hadirnya *website* membuat pelanggan lebih mudah berkomunikasi dengan Lion Air

1.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data statistika deskriptif bahwa hal-hal yang harus diperbaiki terdapat pada setiap dimensi. Saran untuk indikator yang harus diperbaiki adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kinerja *hyperlink* dalam suatu *website* agar komunikasi dan interaksi dari suatu informasi yang berada di *website* jelas dan dapat dimengerti oleh pengunjung *website*.
2. Menginformasikan segala bentuk informasi secara jelas dan sesuai dengan kenyataannya, menginformasikan secara jelas bukan berarti harus terperinci, karena *website* mempunyai kapasitas yang berbeda dari media lain seperti brosur atau majalah. Yang dimaksud jelas disini selain informasi juga dalam hal mencantumkan nomor telepon atau pun pihak-pihak siapa saja yang dapat dihubungi jika ada sesuatu hal yang mendesak.
3. Meningkatkan keamanan *online* seperti perangkat lunak *antivirus*, *firewall*, *password*, autentikasi biometrik, dan enkripsi. Keamanan tersebut digunakan untuk memberikan rasa aman kepada pelanggan dalam bertransaksi dan berinteraksi di *website* Lion Air.

4. Lion Air sebaiknya memperhatikan atau meningkatkan *netiquette* (*network etiquette*), *netiquette* merupakan tata cara yang mengatur sikap dan perilaku dalam jaringan komputer atau internet. Lion Air harus bersikap empati dan solidaritas, teliti, berpenampilan baik ala internet, menghormati privasi, tidak menyalahgunakan kekuasaan, memaafkan kesalahan, dan berbagi pengetahuan.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Belch, George E. & Michael A. Belch (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective -8/E*. New York: McGraw-Hill.
- Daniel, Florian & Federico M Facca (2010). *Current Trends in Web Engineering. 10th International Conference on Web Engineering ICWE 2010 Workshops, Vienna, Austria, July 2010, Revised Selected Papers*. Springer.
- Dantes, Nyoman (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: ANDI
- Daryanto (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi Kedua Belas, Jilid 2). Jakarta: Erlangga.
- _____ & Kevin Lane Keller (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ketiga Belas, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- _____ (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ketiga Belas, Jilid 2), Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Christopher H & Lauren K Wright (2007), *Principle of Service Marketing and Management*.
- Morissan, M.A, (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Cetakan Kesatu), Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Oetomo, Budi S D, et al. (2007). *Pengantar Teknologi Informasi Internet: Konsep & Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Sarwono, Jonathan (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS): Tuntunan Praktis dalam Menyusun Skripsi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma (2006). *Research Methods for Business (Metodologi Penelitian untuk Bisnis)* (Edisi Keempat). Jakarta: Salemba Empat

Sugiyono (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Cetakan Kesatu). Bandung: Alfabeta.

Sunjoyo, Rony Setiawan, et al. (2013). *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset*. Bandung: Alfabeta.

Wahdi, Mohamad (2011). *Riset Pemasaran: Teori dan Aplikasi untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: CAPS.

Wijaya, Tony (2011). *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*. (Cetakan Kesatu). Jakarta: PT Indeks.

Zikmund, William G, et al. (2010). *Business Research Methods* (Edisi Kedelapan). South Western, Cengage Learning.

INTERNET

[Online]. http://id.wikipedia.org/wiki/Lion_Air [29 Mei 2013]

[Online]. http://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_maskapai_penerbangan_bertarif_rendah [29 Mei 2013]

[Online]. <http://lionair.co.id/Default.aspx> [29 Mei 2013]

[Online]. <http://lionair.co.id/flightroutes.aspx/> [29 Mei 2013]

[Online]. <http://www.alexa.com/siteinfo/lionair.co.id> [30 Mei 2013]

[Online]. <http://www.alexa.com/siteinfo/citilink.co.id> [30 Mei 2013]

[Online]. <http://www.alexa.com/siteinfo/airasia.com> [30 Mei 2013]

[Online]. <http://www.alexa.com/siteinfo/tigerairways.com> [30 Mei 2013]

[Online]. http://id.wikipedia.org/wiki/Pemrograman_web [10 September 2013]

JURNAL

Barnes, Stuart J & Vidgen, Richard (2003). Measuring Web site quality improvements: a case study of the forum on strategic management knowledge exchange. *Emerald*, 297-309.

SKRIPSI/TESIS

Bahtiar. *Analisis Pengaruh Kompetensi dan Transformasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT TELKOM Divisi Information System Center SUB Divisi yang Berlokasi di Jakarta (Tesis Pasca Sarjana Institut Manajemen Telkom, Bandung, 2011).*

Fajar, Aditya A. *Pengaruh Program INDOSAT Blackberry Community Terhadap Loyalitas Konsumen Blackberry INDOSAT (Tesis Pasca Sarjana Institut Manajemen Telkom, Bandung, 2011).*

Sinurat, Albert Edward M. *Pengaruh Iklim Organisasi dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan PT Multimedia Nusantara Strategic Business Unit METRASAT (Tesis Pasca Sarjana Institut Manajemen Telkom, Bandung, 2011).*

Yuliadi, Randy. *Pengaruh Kualitas Website Terhadap Minat Beli Produk JABEN Bandung (Skripsi Sarjana Institut Manajemen Telkom, Bandung, 2012).*



Telkom
University