

**ANALISIS PENGARUH PELAYANAN ANGKUTAN UMUM TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN
JASA TRANSPORTASI KOTA
(Sebagai Alternatif Mengatasi Kemacetan di Kota Semarang)**

Oleh :

Arief Yulianto dan Dwi Ananta Devy
Dosen Tetap Universitas Negeri Semarang

ABSTRACT

Purpose – The aim of this paper is to analyze impact service of mass transportation to consumer decision making, using the service quality model by Parasuraman and to determine the relative importance attributed to take consumer behavior. Design/methodology/approach – A sample of 100 respondent who get the mass transportation by accidental sampling in 3 day. Findings – Four factors are perceived as important perceptions of service of mass transportation, (1) safety (2) comfortable (3) useable (4) secure. Research limitations/implications – basic for local government to make policy at mass transportation. Originality/value –government have to strategic policy to model of mass transportation.

Keywords : Mass transportation, Service Quality Model

PENDAHULUAN

Fenomena kemacetan merupakan peristiwa alamiah yang terjadi di kota besar, sebagai akibat dari bertambahnya kaum urban dan penduduk tanpa diimbangi dengan fasilitas *public mobile*. (Suara Merdeka, Jumat, 23 Juni 2000). Kemacetan lalu lintas dan buruknya fasilitas angkutan umum sehingga perlu dilakukan reformasi untuk menciptakan pelayanan transportasi yang nyaman, aman dan efisien. Jika hal ini tidak segera dilakukan maka akan terus menerus terjadi seperti ini. (Suara Merdeka, 21 April 2006)

Pemerintah Kota Semarang pada tahun 2004 menambah jumlah angkutan umum dan meremajakan angkutan umum dengan tujuan meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan angkutan umum sehingga jumlah kendaraan pribadi yang ada di jalan dapat diminimalisir. Pada tahun 2003 Dinas Perhubungan melakukan program peremajaan angkutan umum yang sudah berumur lebih dari 10 tahun (Suara Merdeka, 28 Januari 2004). Namun dari observasi awal yang dilakukan peneliti, diketahui fenomena (1) menurunnya minat konsumen menggunakan angkutan umum, (2) dari data sekunder bahwa terjadi kenaikan jumlah kepemilikan kendaraan bermotor pribadi. (3) pengemudi angkutan umum tidak mampu mencapai target yang telah ditetapkan oleh pemilik.

Dalam jasa transportasi, kualitas pelayanan merupakan kunci utama yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan (Girish Prayag, 2006), terutama dalam pelayanan publik kepada masyarakat sebagai konsumen (Alexandria Brysland,

Adrienne Curry). Parasuraman (1999) mengatakan bahwa kualitas jasa yang diberikan kepada konsumen dapat terukur melalui analisis Servqual yang terdiri dari fisik (*tangible*), keandalan (*reliable*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Oleh karena itu dalam penelitian ini ingin mengetahui apakah minat masyarakat dalam menggunakan angkutan umum dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan oleh kru angkutan umum yang meliputi aspek fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan atau jasa (*service quality*) dibangun atas adanya perbandingan 2 faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan/diinginkan (*expected service*).

Service quality dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh (Parasuraman, et.all, 1998) dalam buku (Lupiyoadi, 2001 : 148). Sedangkan menurut Wayckof (dalam Lovelock, 1988, Tjiptono, 1996 : 59) kualitas jasa pelayanan bank adalah tingkat keunggulan yang diharapkan konsumen dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen, dengan kata lain ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan bank yaitu harapan konsumen (*Expectation*) dan kinerja bank yang dirasakan konsumen (*Performance*).

Sementara menurut Cronin dan Taylor (1992) kualitas pelayanan bank merupakan kinerja aktual bank yang diberikan kepada konsumennya. Berdasarkan konsep servqual yang dikemukakan Parasuraman et.al (1988 : 16), kualitas jasa pelayanan bank pada dasarnya adalah hasil persepsi dalam benak konsumen. *Perceived service quality* ini terbentuk dalam benak konsumen setelah membandingkan antara kinerja pelayanan bank yang mereka terima dengan yang mereka harapkan (*servqual = service performance – service expectation*). Perbandingan antara persepsi dan harapan bisa memunculkan 3 kemungkinan yaitu persepsi lebih besar daripada harapan konsumen, yang berarti konsumen merasa sangat puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan bank, persepsi lebih kecil daripada harapan konsumen yang berarti harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan bank tidak tercapai. Jika persepsi sama dengan harapan konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan bank dapat dikatakan konsumen puas (Sugiarto, 1999 : 66).

Berdasarkan konsep *servqual* yang dikemukakan Parasuraman et.al, kualitas jasa pelayanan bank pada dasarnya adalah hasil persepsi dalam benak konsumen. *Perceived service quality* ini terbentuk dalam benak konsumen setelah membandingkan antara kinerja pelayanan bank yang mereka terima dengan yang mereka harapkan (*servqual = service performance – service expectation*). Perbandingan antara persepsi dan harapan bisa memunculkan 3 kemungkinan yaitu persepsi lebih besar daripada harapan konsumen, yang berarti konsumen merasa sangat puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan bank, persepsi lebih kecil daripada harapan konsumen yang berarti

harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan bank tidak tercapai. Jika persepsi sama dengan harapan konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan bank dapat dikatakan konsumen puas¹ Harapan konsumen dapat dijabarkan dalam dimensi kualitas jasa.

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan kualitas jasa layanan dibangun atas perbandingan antara harapan konsumen (*Expectation*) dan kinerja yang dirasakan konsumen (*Performance*). SERVQUAL dimensions atau *SERVICE QUALITY DIMENSIONS*, merupakan dimensi kualitas jasa dimana setiap jasa yang ditawarkan memiliki beberapa aspek yang dapat dipergunakan untuk mengetahui tingkat kualitasnya yang terdiri dari:

(1). *Tangible* (bukti fisik)

Dimana kemampuan perusahaan didalam menunjukkan eksistensi dirinya, misalnya dalam hal ini gedung, fasilitas teknologi, penampilan karyawannya, dan sebagainya lebih menekankan pada bukti secara fisik atau dapat diraba keberadaannya.

(2). *Reliability* (keandalan)

Merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan kepada pelanggan. Hal ini dapat berupa adanya perbaikan kinerja yang sesuai dengan harapan pelanggan.

(3). *Responsiveness* (daya tanggap)

Daya tanggap yang dimiliki oleh karyawan dan pimpinan perusahaan. Dimana perusahaan harus menunjukkan kemampuannya dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan jika pelanggan sedang memerlukan jasa yang dimaksudkan.

(4). *Assurance* (jaminan dan kepastian)

Hal ini berkaitan dengan pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa kepercayaan dari pelanggannya pada perusahaan. Didalamnya terdapat unsur etika karyawan, kredibilitas karyawan, rasa aman dari pelanggan, dan unsur etika yang dimiliki oleh karyawan.

(5). *Emphaty* (perhatian)

Merupakan pemberian perhatian yang bersifat individu kepada pelanggan dari perusahaan. Hal ini dimaksudkan agar pihak perusahaan dapat memahami lebih jauh tentang keinginan dan kebutuhan dari pelanggannya.

Pengambilan Keputusan Konsumen

Dalam pengambilan keputusan konsumen, faktor kepuasan konsumen menjadi perhatian yang serius. Keadaan ini tidak hanya terjadi sektor tetapi juga pada sektor public/ pemerintah, pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan persaingan. Menurut Kotler, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan Day, kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Wilkie (1990) mendefinisikannya sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu

produk atau jasa. Engel, et al (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

Sikap konsumen adalah aktivitas yang akan dilakukan oleh konsumen dalam rangka memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan yang ada (kognitif) kemudian dari sikap tersebut akan membentuk perilaku konsumen (aktivitas-psikomotor) Dalam hal perilaku, perusahaan hanya mampu memperoleh informasi karena tidak dapat mengendalikan langsung pada konsumen, Perilaku konsumen biasanya dibagi dua yaitu : perilaku yang tampak (jumlah pembelian, waktu, dengan siapa dan cara pembelian) dan tidak tampak (persepsi, ingatan informasi, perasaan kepemilikan, gengsi dan lain – lainnya). Sedangkan faktor yang mempengaruhi perilaku juga ada dua yaitu faktor sosial budaya (kelas sosial, struktur sosial, kelompok, dan referensi) dan faktor psikologis (motivasi, persepsi, proses belajar , kepercayaan, dan sikap).

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yang menguraikan variabel dan indikator penelitian berdasarkan kecenderungan data secara prosentase

Teknik Pengambilan dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah primer yang berasal dari pengguna angkutan umum yaitu masyarakat, sebanyak 100 orang yang diambil dengan teknik *accidental random sampling*, yaitu dilakukan pada waktu sibuk (a) di pagi hari jam 06.30 – 08.00 (b) sore hari jam (15.00 – 17.00) yang dilakukan selama 3 hari yaitu pada tanggal Rabu tanggal 21, Kamis tanggal 22, dan Jumat tanggal 23 Juni 2006

Alat Pengambil Data

Dalam pengumpulan data dipergunakan kuesioner yang berisi pertanyaan tertutup berskala 5 serta pertanyaan terbuka untuk mengetahui justifikasi atau alasan pada pertanyaan tertutup.

Analisis Data

Data yang sudah terkumpul diolah dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang menggambarkan dan menerangkan tingkat pelayanan kepada pelanggan secara mutu dan kuantitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Sebagian besar responden pengguna jasa transportasi umum adalah berusia 31-40 tahun, yaitu sebanyak 39 persen. Responden yang berusia 21-30 tahun adalah sebanyak 35 responden atau 35 persen. Kemudian 17 persen atau 17 responden berusia kurang dari 20 tahun, sedangkan sisanya 9 persen atau 9 responden berusia lebih dari 40 tahun. Hal ini merupakan salah satu indikator bahwa semua lapisan umur masyarakat menggunakan jasa angkutan umum ini. Sehingga dengan adanya sasaran semua masyarakat disini perlunya reformasi angkutan umum di Semarang tidak hanya

bus/angkot namun perlu juga angkutan transportasi masal seperti kereta api. Di kota Semarang, kota penduduknya adalah Demak, Ungaran, dan Kendal

Sebagian besar responden (89,1%) menggunakan angkutan umum karena alasan murah, sedangkan alasan kedua selanjutnya yang menjadi prioritas adalah praktis. Sedangkan faktor prioritas yang mempengaruhi masyarakat menggunakan angkutan umum adalah kenyamanan (25%) dan hanya 6,7% responden yang asal memilih saja mode transportasi umum seperti bus, becak, ojek, dll. Hal tersebut sama dengan penelitian yang dilakukan Marsetyawan (2006) mengungkapkan bahwa faktor keamanan dan kenyamanan merupakan faktor yang paling berperan dalam pemilihan angkutan publik, disusul oleh perbedaan faktor pelayanan. Fitharia Elvira Sipahelut (2003) mengungkapkan bahwa faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, sikap dan keyakinan tentang keamanan sangat mempengaruhi konsumen di Surabaya dalam memilih angkutan umum.

Adapun tingkat pelayanan kepada pengguna angkutan umum adalah sebagai berikut :

1. Aspek Tangibles

Responden menganggap bahwa hanya fungsi rem yang dapat berfungsi dengan baik (90%), sedangkan mesin kurang memadai (80%) ; tempat duduk yang tidak nyaman (90%) dan fasilitas pendukung seperti lampu sign, klakson tidak berfungsi dengan baik (80%).

2. Aspek Responsiveness

94% responden tidak setuju apabila selama ini sopir/kernet dalam menjalankan kendaraan menaati peraturan lalu lintas yang berlaku. Banyak peristiwa kecelakaan lalu lintas di jalan terjadi karena faktor kelalaian pengemudi, misalnya berhenti yang mendadak tanpa adanya tanda lampu (sign lamp) sehingga ditabrak kendaraan dari belakang. Banyak penumpang angkutan umum yang mengeluhkan kondisi ini, dengan berhenti mendadak maka kenyamanan penumpang terganggu, responden menganggap bahwa sopir angkutan umum tidak mampu mengoperasikan kendaraan bermotor dengan wajar (65%). Banyak sopir angkutan yang mengemudikan kendaraan bermotor asal-asalan bahkan banyak yang bukan sopir asli dari angkutan tersebut (*pocokan*). Hal ini tentunya menjadi masukan bagi dinas perhubungan dan dinas terkait untuk senantiasa melakukan evaluasi/operasi lalu lintas bagi kendaraan umum.

3. Aspek Assurance

Jaminan dalam hal ini adalah jaminan keamanan dan keselamatan. Berbagai survey transportasi (Bambang Susantono, 2006) baik di perkotaan maupun di pedesaan memperlihatkan bahwa para penumpang masih menempatkan aspek ini ke dalam dua hal utama dalam melakukan perjalanan setelah keselamatan. Kenyamanan ini dapat diartikan sebagai kenyamanan fisik maupun nyaman psikis. Seringkali orang menghindari angkutan umum bis ekonomi dan cenderung naik kereta dalam melakukan perjalanan luar kota adalah seringkali terjadi pemaksaan dan pemalakan dari penjahat yang menumpang di bis kota

94% penumpang (responden) setuju bahwa selama ini jarang terjadi kasus kejahatan di angkutan umum di kota Semarang. Hal ini disebabkan karena angkutan umum di kota Semarang mempunyai jarak tempuh yang cenderung pendek dan tidak bekerja

pada malam hari, maksimal sampai dengan pukul 22.00 WIB. Pengguna angkutan umum juga menganggap bahwa pengemudi kurang memperhatikan keselamatan penumpang (80%).

4. Aspek Reliabilitas

Faktor kelayakan merupakan aspek reliabilitas angkutan umum jalan sesuai dengan Peraturan pemerintah nomor 44 tahun 1993 adalah tentang pengemudi dan kendaraan ada yang harus dipenuhi agar dapat disebut layak yaitu mulai dari rangka dan landasan, lampu, rem, pintu, tinggi lantai hingga ban dan emisi gas buang namun ternyata banyak pengusaha angkutan umum menganggap hal tersebut sepele

65% responden menganggap angkutan umum tersebut adalah layak jalan terutama pada jalur angkutan umum yang telah mengalami peremajaan. Hal tersebut tentunya perlu dilakukan secara berkala untuk mendapatkan kelayakan yang dapat dilihat dari umur ekonomis kendaraan tersebut.

5. Aspek Empati

94% responden tidak setuju apabila selama ini sopir/kernet dalam menjalankan kendaraan menaati peraturan lalu lintas yang berlaku. Hal ini merupakan indikator kurangnya empati pengemudi bagi pengguna. Banyak peristiwa kecelakaan lalu lintas di jalan terjadi karena faktor kelalaian pengemudi, misalnya berhenti yang mendadak tanpa adanya tanda lampu (sign lamp) sehingga ditabrak kendaraan dari belakang. Banyak penumpang angkutan umum yang mengeluhkan kondisi ini, dengan berhenti mendadak maka kenyamanan penumpang terganggu.

Pembahasan

Pengambilan keputusan konsumen dalam memilih jasa transportasi ini, dipengaruhi oleh aspek utama yaitu :

(1). Keselamatan

Keselamatan tidak dapat ditawar lagi, berbagai data kecelakaan (Jasa Raharja, Kepolisian) yang selalu berbeda menunjukkan bahwa angka korban kecelakaan adalah sebesar 80 orang/hari. Mengelola keselamatan masyarakat yang menggunakan angkutan umum bukanlah hal mudah. Bahkan di Jakarta Bus Transjakarta yang disebut sebagai reformasi angkutan publik pun kerap over kapasitas tanpa melihat keselamatan penumpang. Pernah ada buswa masuk keempat banya ke dalam halte glodok (Kompas 11 Desember 2004). Kondisi keselamatan ini harus segera dipenuhi agar masyarakat tetap berminat menggunakan angkutan umum.

(2). Keamanan

Resiko umum dari kendaraan angkutan umum di jalan adalah terjadi tindak kejahatan. Tindak kejahatan tersebut akan menimbulkan dampak psikis bagi obyek. Prioritas keamanan ini perlu mendapat perhatian dari pengelola dan pemilik jasa angkutan umum

(3). Keterjangkauan

Variabel harga bagi seorang konsumen atau masyarakat merupakan variabel utama dalam memilih jasa transportasi kota. Pengalaman data empiris 10 tahun terakhir memperlihatkan tumbuhnya fenomena baru dalam transportasi, banyaknya

penyedia jasa transportasi ini sehingga harga dapat bersaing yang pada akhirnya akan menguntungkan konsumen. Karena sekarang monopoli jalur sudah tidak terjadi, misalnya jalur angkot sering juga dilalui oleh bus dalam kota bahkan ojek sehingga penumpang dapat memilih sendiri jenis angkutannya berdasarkan anggarannya.

(4). Kenyamanan

Dalam suasana supply (pasokan) jauh lebih kecil daripada permintaan (demand), maka aspek ini tampaknya harus ditoleransi oleh para penumpang angkutan umum. Namun disini untuk mewujudkan pelayanan kepada masyarakat perlunya intervensi pemerintah untuk menetapkan standar pelayanan minimal kepada masyarakat.

SIMPULAN

Deskriptif pelayanan yang dilakukan oleh sopir/kernet berikut fasilitas yang disediakan dapat dikategorikan kurang baik. Sehingga konsumen selama ini dalam mempergunakan angkutan umum belum sesuai dengan harapan dan yang diperolehnya (ada kesenjangan) terutama pada aspek keamanan, kenyamanan, keterjangkauan dan keselamatan. Agar masyarakat mau beralih ke angkutan umum diharapkan pemerintah kota menyediakan angkutan umum yang mampu menyediakan keempat aspek tersebut. Dengan kondisi angkutan umum yang memadai dan layak, pengguna kendaraan pribadi akan beralih sehingga volume kendaraan yang ada di jalan akan berkurang. Dalam memberikan pelayanan, para sopir/kernet dihimbau untuk selalu mengutamakan variabel keselamatan dan keamanan serta kenyamanan bagi pengguna jasa transportasi publik ini. Untuk mengetahui variabel yang perlu dilakukan perbaikan adalah secara normatif adalah pada (1) perlunya sopir menaati peraturan lalu lintas, baik pada kelengkapan pengemudi maupun kelengkapan kendaraannya (2). Tidak perlunya ngetam terlalu lama di suatu tempat sehingga penumpang merasa tidak nyaman (3) adanya kursi atau tempat duduk yang tidak memadai. Hal ini yang perlu mendapatkan prioritas perbaikan dari pemilik kendaraan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abouhan, Alan; 1977; *Transportation Economics and Public Policy with Urban Extension*, Wiley Interscience Publication, John Eiley & Son Inc, New York.
- Abukasan & Delima, S; 1974; *Perencanaan Transport*, Dept Planologi ITB.
- Apriatni EP, dkk. *Peran Perngemudi Angkota pada Pelayanan Angkota di Kotamadia Semarang*. Semarang. Puslit Kajian Pembangunan Universitas Diponegoro..
- Bambang Susantono. *Masyarakat Transportasi Indonesia : Road Map Transportasi Indonesia, Mau Kemana?*
- Dinas Perhubungan Kota Semarang. *Data Angkutan Umum (kode trayek, trayek yang dilayani, jml kendaraan dan jarak tempuh)*.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Cetakan Ketiga*, Penerbit Andy Yogyakarta, 1997.
- Heru S, MSc, Dr, Ir, 1977; *Sistem Transportasi*, Penerbit Gunadarma.
- J. Supranto, 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Rineka Cipta.

- Kanafi, Adip; 1983; *Transprotation Demand Analysis*, Mc. Graw Hill Book Co, New York.
- Kompas. 11 Desember 2004. *Kisruhnya Angkutan Umum di Jakarta*.
- Kompas. 4 Juni 2003. *Bosannya Hadapi Kemacetan Jakarta*.
- Peraturan Pemerintah RI Nomor 44 tahun 1993, tentang kendaraan dan pengemudi
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 2*, Edisi Bahasa Indonesia, Prenhallindo.
- Pignataro, Louis J, 1973. *Transportation*, Prentice Hall. New York.
- Republika Online. 9 Mei 2006. *Angkutan Umum dilarang Ngetem*
- Sidney Siegel. 1997. *Statistik Non Parametrik untuk Ilmu-ilmu Sosial*, PT Gramedia Pustaka Utama.
- Singaribun & Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survey*, LP3ES, Jakarta.
- Suara Merdeka. 21 April 2006. *Tajuk Rencana : Merindukan Angkutan Umum Nyaman*
- Suara Merdeka. 28 Januari 2004. *Angkot Karangayu- Penggaron Terlalu Banyak*.
- Swardjoko Warpani, Ir, MTCP; 1981; *Perencanaan Transport*, Fakultas Teknik Institut Teknologi Bandung.
- Undang-Undang RI No 14 tahun 1992 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.
- Vincent Gaspersz. 1999. *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Bisnis*, Edisi Revisi dan Perluasan. PT Gramedia Pustaka Utama.