

ANALISA KINERJA PELAYANAN ANGKUTAN BUS DAMRI KOTA SORONG BERDASARKAN PERSEPSI PENGGUNA (STUDI KASUS : TRAYEK SORONG – AITINYO)

Yunita Aprilia ¹, Elfiyusriningsi Syara ², Andi Rahmat ³

^{1,2,3} Program Studi/Jurusan/Departemen Penulis, Aviliasi/Asal Institusi
 Alamat Institusi

*Email:yunitaaprilia@gmail.com,elfiyusriningsisyara@unimudasorong.ac.id,andi_rahmat@unimuda
 dsorong.ac.id*

ABSTRAK

Seiring berkembangnya Kota Sorong yang begitu pesat transportasi umum sangat berperan penting dalam kebutuhan Masyarakat karena dapat memberikan kontribusi positif terhadap keberlangsungan ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan hidup. Fasilitas transportasi umum yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat di Kota Sorong sendiri yaitu dengan memanfaatkan moda transportasi umum yang salah satunya berupa angkutan bus DAMRI. Metode yang digunakan untuk menentukan sampel yaitu Teknik *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 161 responden dengan penyebaran kuisioner yang berisikan 21 butir pernyataan. dari perhitungan menggunakan metode *customer satisfaction index (CSI)* pada 3 variabel yaitu pelayanan (X1), fasilitas (X2), kepuasan konsumen (Y) berdasarkan persepsi pengguna bus DAMRI diperoleh nilai skor keseluruhan sebesar 79,26%. Hasil penelitian tingkat kepuasan berdasarkan 3 variabel menunjukkan bahwa pengguna jasa bus DAMRI merasa puas dengan kinerja pelayanan dan fasilitas yang telah disediakan oleh pihak DAMRI.

Kata Kunci : Bus DAMRI, Kenyamanan Konsumen, Pelayanan, Fasilitas.

ABSTRACT

As the city of Sorong develops so rapidly, public transportation plays an important role in the community's needs because it can make a positive contribution to economic, socio-cultural and environmental sustainability. Public transportation facilities that are widely used by people in Sorong City itself are by utilizing public transportation modes, one of which is DAMRI buses. The sample used purposive sampling technique with a sample of 161 respondents. The results of calculations using the customer statistical index (CSI) method on 3 variables, namely service (X1), facilities (X2), consumer satisfaction (Y) based on the perception of DAMRI bus users, obtained an overall score of 79.26%. The results of research on satisfaction levels based on 3 variables show that DAMRI bus service users are satisfied with the service performance and facilities provided by DAMRI.

Keywords: DAMRI Bus, Consumer Comfort, Service, Facilities.

Pendahuluan

Latar Belakang

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di Kota Sorong, pemerintah daerah menyediakan jasa layanan transportasi umum bus DAMRI guna mempermudah aktivitas pergerakan masyarakat untuk menjangkau titik lokasi tertentu yang telah di jadwalkan, dioperasikan dengan rute yang telah ditetapkan, dan dikenakan tarif untuk setiap perjalanan yang ditempuh.

Adanya jasa pelayanan angkutan umum bus DAMRI ini, diharapkan mampu menangani kebutuhan pergerakan masyarakat dengan pelayanan yang dapat memenuhi kepuasan bagi pelanggan. Karena faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas suatu perusahaan yang menyediakan jasa adalah Perusahaan yang mampu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan (Kotler dalam Diana, 2012:148).

Kualitas pelayanan menjadi suatu cara untuk menilai antara persepsi dengan pelayanan yang diberikan sesungguhnya. Selain pelayanan, fasilitas juga menjadi faktor yang juga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap penyedia jasa mulai dari fasilitas yang mendukung kenyamanan dan keamanan konsumen.

Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yaitu jika kinerja dibawah harapan konsumen, maka pelayanan disebut kurang memuaskan, tetapi jika kinerja sesuai dengan apa yang diharapkan maka konsumen akan puas dan apabila kinerja dapat

melebihi ekspektasi pelanggan maka pelayanan yang diberikan sangat memuaskan.

Maka, berdasarkan latar belakang tersebut penulis akan mengkaji berdasarkan judul “Evaluasi Kinerja Pelayanan Angkutan Bus DAMRI Kota Sorong Berdasarkan Persepsi Pengguna“.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kepuasan pengguna terhadap pelayanan Bus DAMRI ?
2. Bagaimana fasilitas pendukung terminal Pool Bis Perintis DAMRI yang telah disediakan ?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja DAMRI ?

Batasan Masalah

Upaya untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah sehingga dapat mempermudah proses penelitian. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Olah data menggunakan SPSS
2. Olah data menggunakan metode *CSI*
3. Olah data menggunakan metode *IPA*

TINJAUAN PUSTAKA

Transportasi

Transportasi merupakan suatu kegiatan mengangkut atau memindahkan muatan seperti benda dan penumpang dari satu lokasi ke

lokasi lainnya, yang sangat penting bagi perekonomian dan pembangunan fasilitas yang dapat menunjang perkembangan dan pertumbuhan lingkungan suatu usaha.

Angkutan Umum

Angkutan umum menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 41 tahun 1993 Tentang Angkutan Jalan Angkutan Umum adalah pemindahan orang dan atau barang dari satu lokasi ke lokasi lainnya dengan menggunakan kendaraan bermotor yang disediakan yang dipergunakan untuk umum dengan dipungut biaya (bayaran).

Angkutan Perintis

Angkutan perintis merupakan salah satu transportasi yang menjadi Solusi untuk untuk wilayah – wilayah terpencil atau yang belum berkembang guna membuka aksesibilitas dan konektivitas dengan daerah lainnya, dan meningkatkan mobilitas penduduk di wilayah – wilayah tersebut (Sylvania, 2022).

Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator kepuasan konsumen menurut teori Kotler dalam jurnal Suwardi (2011), dapat dilihat dari:

- 1) Re-purchase : membeli Kembali, Dimana pelanggan tersebut

merasa puas atau senang dan akan kembali menggunakan jasa perusahaan tersebut.

- 2) Menciptakan Word-of-Mouth : dalam hal ini, pelanggan akan memberikan tanggapan atau penilaian yang baik tentang jasa perusahaan kepada orang/konsumen yang lain.
- 3) Menciptakan citra merek : pelanggan lebih tertarik dengan merek jasa Perusahaan yang diminati dan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.

Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama : membeli produk/jasa lain dari Perusahaan yang sama.

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi yang akan dilaksanakannya penelitian ini berada di Pool Bis Perintis Kota Sorong, Jalan Basuki RahmatdKM 10 Kota Sorong Papua Barat Daya. Dengan pengguna trayek Sorong – Maybrat.

Lokasi penelitian terdapat pada gambar 1 peta lokasi dibawah ini:



Gambar 1. Peta Lokasi

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna jasa bus DAMRI di kota Sorong dengan rute yang akan di bahas dalam penelitian ini yaitu trayek Sorong – Maybrat. Dengan jumlah populasi penumpang bus DAMRI per hari sebanyak 57 orang.

Sampel

Rumus Slovin yang akan digunakan untuk mengetahui berapa jumlah sampel penumpang yang akan menjadi responden adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{267}{1 + (26)(0,05)^2} = 160.119$$

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{267}{1 + 160.119} = 1.657$$

$$n = \frac{267}{1.657} = 61.134$$

$$n = 161.134 \approx 161 \text{ responden}$$

Jadi, sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 50 responden.

Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari Data primer (*primey data*) yaitu sebuah data yang

langsung dari responden dan diberikan kepada pengumpul data atau peneliti, dan data sekunder (*secondary data*) merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data atau peneliti, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen yang digunakan untuk mendukung informasi yang didapatkan.

Pengambilan data dilakukan melalui penyebaran kuisisioner dengan

pernyataan yang sebelumnya telah disusun oleh penulis yang kemudian akan dibagikan kepada responden pengguna Bus DAMRI. Hasil penelitian kemudian diolah menggunakan rumus-rumus yang telah ditentukan. Setelah itu ditabulasikan kedalam bentuk tabel.

Uji Persyaratan Instrumen

1. Uji Validitas

Untuk mengukur validitas kuisisioner dalam metode analisa data peneliti menggunakan rumus *product moment*, yaitu sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum Z_K F - (\sum Z_K)(\sum Z_F)}{\sqrt{\{n \sum Z_K^2 - (\sum Z_K)^2\} \{n \sum Z_F^2 - (\sum Z_F)^2\}}}$$

(sumber : (Sugiyono, 2005))

Keterangan :

Σ = Jumlah

R = Korelasi

N = Banyaknya sampel

X = Hasil – hasil skor angka variabel

Y = Hasil-hasil skor variabel terikat

Z^{xy} = Hasil Perkalian antara Variabel bebas dengan variabel terikat

Z^{y2} = Hasil perkalian kuadrat dari hasil nilai skor variabel terikat

Z^{x2} = Hasil perkalian kuadrat dari hasil nilai skor variabel bebas

2. Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini menggunakan teknik perhitungan reliabilitas koefisien *alpha cronbach*, yaitu :

$$r = \frac{[k]}{k-1} \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

keterangan :

r = koefisien reliabilitas instrument (*cronbach alpha*)

k = banyaknya butir pertanyaan
atau banyaknya soal

$Z\sigma b^2$ = total varians butir

σ_e^2 = total varians

Pengujian dilakukan dengan cara:

Jika $\alpha > 0,6$ artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*)

dan mengisyaratkan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara internal konsisten karena mempunyai reliabilitas yang kuat.

SPSS Versi 20.0 yang bertujuan agar dapat mengetahui setiap butir kepada responden apakah telah dinyatakan valid atau tidak. Dengan jumlah responden (50) dengan tingkat signifikan 5% (0,05), diperoleh r tabel sebesar 0,279. Apabila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka pernyataan dianggap valid. Hasil uji validitas yang diambil berdasarkan hasil kuisioner pada variabel Pelayanan (X1), variabel Fasilitas (X2), variabel Kepuasan Konsumen (Y) tercantum pada tabel 1, tabel 2, dan tabel 3 dibawah ini:

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan komputer program

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kuisioner Pelayanan (X1)

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Pelayanan (X1)	X1.1	0.806	0,154	Valid
	X1.2	0.701	0,154	Valid
	X1.3	0.814	0,154	Valid
	X1.4	0.826	0,154	Valid
	X1.5	0.645	0,154	Valid
	X1.6	0.659	0,154	Valid
	X1.7	0.556	0,154	Valid
	X1.8	0.423	0,154	Valid
	X1.9	0.547	0,154	Valid
	X1.10	0.355	0,154	Valid
	X1.11	0.737	0,154	Valid
	X1.12	0.656	0,154	Valid

Diketahui tabel 1 diatas merupakan besarnya koefisien korelasi dari pernyataan yang terdiri dari 6 butir

pernyataan untuk variabel Pelayanan (X_1).

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kuisioner Fasilitas (X2)

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
	X2.1	0.317	0,154	Valid

Fasilitas (X ₂)	X2.2	0.746	0,154	Valid
	X2.3	0.842	0,154	Valid
	X2.4	0.784	0,154	Valid
	X2.5	0.708	0,154	Valid
	X2.6	0.542	0,154	Valid

Diketahui tabel 2 diatas merupakan besarnya koefisien korelasi dari seluruh pernyataan yang terdiri dari 6 butir pernyataan untuk variabel Fasilitas (X₂).

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kuisisioner Kenyamanan Konsumen

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0.954	0,154	Valid
	Y.2	0.940	0,154	Valid
	Y.3	0.923	0,154	Valid

Diketahui tabel 3 diatas merupakan besarnya koefisien korelasi dari seluruh pernyataan yang terdiri dari 3 butir pernyataan Kenyamanan Konsumen (Y).

Dari hasil perhitungan keseluruhan mempunyai r_{hitung} lebih

besar dari r_{tabel} (0,154). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid dan butir pernyataan dinyatakan layak sebagai instrument untuk mengukur data penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan memiliki konsistensi atau tidak sebagai alat ukur. Jika memiliki koefisien *Cronch' alpha* sebesar >0,6

berarti variabel memiliki reliabilitas tinggi.

Berikut adalah tabel 4 hasil uji reliabilitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan konsumen :

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronch's alpha</i>	Nilai standarisasi	Keterangan
Pelayanan	0.872	0.12	Reliabel
Fasilitas	0.738	0.6	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0.932	0.3	Reliabel

Pada tabel 4 diatas menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronch's* pada masing-masing dimensi memiliki

nilai >0,6, maka dapat disimpulkan tiap item pernyataan dari 3 dimensi adalah variabel.

3. Analisis Tingkat Kepuasan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen menggunakan

pendekatan pada tingkat kepentingan agar dapat menentukan penilaian yang diberikan oleh konsumen, dan guna mencari tahu kekurangan dan kelebihan yang berikan suatu jasa kepada konsumen. Hasil dari perhitungan total *CSI* disajikan pada tabel 5 berikut :

Tabel 5 Rekapitulasi *CSI* Seluruh Variabel

Dimensi	Persepsi	Kepentingan	Nilai Kepuasan	Interpretasi
Pelayanan	47,81	51,84	79,67	Puas
Fasilitas	23,42	26,14	77,96	Puas
Kepuasan Konsumen	12,02	12,39	80,26	Puas
Rekapitulasi	83,25	90,37	79,26	Puas

Berdasarkan hasil dari keseluruhan 3 variabel pada tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel kepuasan konsumen (Y) dengan persentase tertinggi sebesar 80,26% , variabel pelayanan (X1) dengan

persentase sebesar 79,67% dan variabel fasilitas (X2) dengan persentase terendah sebesar 77,96%. Maka rekapitulasi hasil *CSI* dari 3 variabel dengan persentase 79,26% yaitu memuaskan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil dari perhitungan menggunakan metode *customer satisfaction index (CSI)* pada variabel konsumen (Y) berdasarkan persepsi pengguna bus DAMRI diperoleh nilai skor sebesar 80,26% dan termasuk dalam kategori puas, Hasil dari rekapitulasi perhitungan (*CSI*) pada 3 variabel yaitu pelayanan (X1), fasilitas (X2), kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai keseluruhan sebesar 79,26% dengan kategori memuaskan dan baik

dalam persepsi pengguna. Meskipun total keseluruhan variabel berdasarkan persepsi pengguna dalam kepuasan konsumen tergolong baik DAMRI harus tetap meningkatkan kualitas dari segi pelayanan maupun fasilitas guna untuk terus meningkatkan kepuasan konsumen agar lebih baik lagi.

Saran

1. Kepada petugas DAMRI maupun yang terkait untuk dapat memberikan pelayanan

semaksimal mungkin kepada pengguna DAMRI, seperti petugas harus sigap dalam memberikan segala informasi dan laporan jika adanya pengaduan pengguna, petugas juga harus memperhatikan kapasitas angkut agar tidak melebihi kapasitas yang telah berlaku.

2. Bagi pemerintah Kota Sorong khususnya pengelola sarana transportasi DAMRI untuk dapat meningkatkan kembali fasilitas yang telah disediakan, seperti disediakan ruang tunggu didalam ruangan agar memberikan kemajuan dalam segi kenyamanan untuk pengguna jasa bus DAMRI.
3. Diharapkan untuk dapat menambah ruang loket agar masing-masing loket terpisah dengan tiap trayek lainnya, hal ini dapat meningkatkan pelayanan yang diberikan DAMRI karena dapat memudahkan konsumen meng-antre sesuai dengan trayek perjalanan yang dipilih.
4. Diharapkan untuk toilet petugas dan pengguna DAMRI dapat dipisah agar dapat memberikan kenyamanan baik untuk petugas maupun konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Arpan, C. A. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan Bus Damri Cabang Lampung. *Gema - Volume XII, Nomor 1*, 2086-9592.

Hollenbeck, W. (1995). *Management Of Organization Behavior*.

New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Kotler, P. &. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Nasution, H. (2003). *Manajemen Transportasi*. Jakarta: Ghalia.

Philip Kotler, G. A. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Rosady, R. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Steenbrink, P. (1974). *Transport Network Optimization in the Dutch Integral Transportation Study 1 ed., Vol.8*. Dutch: Elsevier LTD.

Sugiyono. (2018). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (Mixed Methods)* . Bandung: Alfabeta.

Ulber & Silahi. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.

Warpani, S. (1990). *Merencanakan Sistem Perangkutan*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.