

Persepsi Waktu Tunggu: Penerapan Prinsip *Occupy* Dan *Certainty* Dalam *Psychological Of Queuing*

Duwi Nuryani, Gumgum Gumelar, Herdiyan Maulana
Fakultas Psikologi Universitas Negeri Jakarta

Abstrak

Bagaimana manusia mempersepsikan waktu menunggu adalah salah satu hal penting dalam kehidupan kita sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan persepsi terhadap waktu tunggu berdasarkan aplikasi dua prinsip dalam psikologi menunggu, yaitu prinsip *occupy* dan *certainty*. Penelitian eksperimen ini dilakukan dengan melibatkan 70 partisipan. Subjek dibagi menjadi dua kelompok yang sama dengan cara random sampling. Kemudian masing-masing kelompok mendapatkan perlakuan yang berbeda yang terkait dengan prinsip menunggu untuk menguji persepsi mereka terhadap waktu menunggu dan respon afektifnya. Perlakuan pertama adalah dengan memberi alokasi waktu tertentu sementara perlakuan lainnya adalah dengan memberikan aktivitas (*occupation*) selama menunggu dilakukan. Hasil dari uji T dengan sampel independen menunjukkan bahwa terhadap perbedaan persepsi waktu menunggu berdasarkan dua kelompok yang berbeda dengan memberlakukan dua prinsip menunggu yang juga berbeda. Hasil dari uji statistik menunjukkan skor uji T adalah 2.344 dengan df (68) dan skor 2.000. dimana ini berarti 2.344 lebih besar dari 2.000, maka kelompok dengan perlakuan prinsip *occupy* mempersepsikan waktu tunggu lebih lama dibandingkan waktu tunggu sebenarnya. Sementara pada kelompok *certainty* menunjukkan skor yang mendekati waktu tunggu secara aktual, namun demikian kedua kelompok eksperimen memiliki persepsi waktu tunggu yang melebihi waktu tunggu sebenarnya.

Kata Kunci: *persepsi waktu tunggu, occupy, certainty*

Abstract

Perceived waiting time is a serious concern in our life, especially when we're queuing. This research is intended to investigate the differences of perceived waiting time based on application two principles in Psychological of Queuing. Those principles are occupy and certainty. A comparative research study was conducted with 70 participants. The subjects were divided in two groups equally with simple random sampling. Then, they got difference treatments to examine their perception of wait time and affective responses. One treatment was about giving the certain waiting time and the other was about giving occupation during waiting time (example: reading). The result of Independent Sample T-Test shows that there was difference of perceived wait time based on two groups (occupy and certainty). The result of T-score was 2,344 and df(68) score was 2,000. It meant that $2,344 > 2,000$. So that, Occupy's perceived wait time was longer than the actual elapsed time. The certainty group showed the scores close to the actual elapsed time. But, both of groups had some overestimated perceive wait times.

Keywords: *perceived waiting time, occupy, certainty*

Pendahuluan

Pertumbuhan populasi masyarakat di suatu negara akan berdampak pada banyak hal, termasuk tingkat konsumerisme. Masyarakat berperan sebagai konsumen

tentu memiliki kebutuhan-kebutuhan dan akan berusaha memenuhinya. Oleh karena itu, salah satu perilaku alamiah pada setiap manusia ialah perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif memiliki arti bahwa manusia berusaha memenuhi kebutuhan-kebutuhan

guna menunjang kelangsungan hidup. Oleh sebab itu, muncul berbagai fenomena menarik terkait perilaku konsumen yang dapat diteliti. (Robins, 2003).

Salah satu contoh fenomena menarik yang berhubungan dengan perilaku konsumen adalah fenomena antrian. Antrian berasal dari kata dasar antri. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, antri merupakan kegiatan berdiri dalam barisan dengan urutan tertentu untuk memperoleh pelayanan. Dalam ilmu psikologi, antri merupakan contoh dari perilaku sosial yang lazim terjadi di kalangan masyarakat. Terkait dengan konteks pencapaian kepuasan konsumen, memberikan layanan antrian yang baik menjadi tantangan bagi perusahaan. Jumlah masyarakat yang terus bertambah membuat tingkat pemenuhan kebutuhan naik. Metode antri lazim digunakan sebagai konsekuensi dari jumlah konsumen yang berlebih dan terbatasnya loket atau penyedia layanan.

Bagi kehidupan masyarakat modern, fenomena antri bisa terlihat dimana saja, bahkan sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Perilaku antri mudah ditemukan di lingkungan penyedia layanan kepentingan publik. Beberapa tempat yang sudah lama menerapkan sistem antrian yakni bank, supermarket, rumah sakit, bioskop, bandara, rumah makan, dan lain-lain. Hampir semua tempat tersebut merupakan tempat yang selalu ramai dikunjungi masyarakat setiap hari. Oleh sebab itu, mengantri menjadi suatu kegiatan yang biasa.

Bila dicermati lebih lanjut, beberapa sistem antrian sudah terbilang canggih melibatkan peralatan mutakhir. Tujuannya adalah untuk mempermudah bahkan mempercepat antrian. Satu hal yang sering terlewat ialah, tidak semua orang suka menunggu. Permasalahan mengenai lama waktu tunggu adalah salah satu hal yang banyak dikeluhkan. Terlebih lagi bila jumlah konsumen tidak sebanding dengan jumlah sarana atau loket penyedia barang dan jasa.

Upaya yang mungkin dilakukan adalah berusaha membuat pengantri merasa nyaman dan terkondisikan dengan baik walau tetap harus menunggu. Bila berbicara mengenai unsur manusia, prinsip-prinsip dasar psikologi salah satu pedoman bantuan. Bila perasaan pengantri sulit untuk dikontrol, aspek psikologis lain masih bisa diakali. Salah satu aspek psikologis yang sangat

penting ialah persepsi. Persepsi adalah interpretasi terhadap berbagai sensasi sebagai representasi dari obyek-obyek eksternal. (Walgito, 2003).

Dalam situasi antrian, persepsi memainkan peran yang cukup besar selama menunggu. Pengalaman tidak menyenangkan ketika menunggu antrian merupakan hasil dari persepsi. Persepsi yang paling sesuai dengan konteks menunggu tidak jauh dari seputar masalah waktu. Berbicara mengenai persepsi akan waktu, maka tidak lepas dari istilah *subjective* dan *objective time*. *Subjective time* berkaitan dengan proses seseorang menyadari perjalanan waktu melalui serangkaian peristiwa, sedangkan *objective time* adalah perjalanan waktu yang sesungguhnya. Proses menunggu atau mengantri mengandung unsur waktu. Perasaan tidak menyenangkan ketika mengantri salah satunya berkaitan dengan cara seseorang memaknai waktu dalam konteks menunggu. Para ahli psikologi mendalami pembahasan mengenai persepsi akan waktu dan dikaitkan dengan bidang psikofisik. Akan tetapi beberapa tokoh lain mengupas persepsi akan waktu dengan cara berbeda. Salah satu tokoh yang terkenal adalah Maister (2005) yang mengemukakan teori mengenai *Psychological of Queuing* (Psikologi Antrian).

Teori *Psychological of Queuing* yang dibahas oleh David Maister terdiri dari dua hukum yang dikenal dengan istilah *Two Laws of Service*. *First Law Of Service* dari David Maister berbicara mengenai ekspektasi versus persepsi konsumen. Teorinya seperti ini: bila konsumen menerima pelayanan yang lebih baik dari apa yang diharapkan, maka konsumen akan merasa senang, puas dan pelayanan dirasa sangat bermanfaat. Sebaliknya, bila pelayanan yang diterima tidak sebanding dengan ekspektasi atau harapan konsumen maka akan menimbulkan persepsi yang kurang baik. Sementara itu, *Second Laws of Service* membahas hal-hal yang lebih detail. *Second Laws of Service* lebih membahas tentang kesan dan persepsi yang muncul berdasarkan pengalaman menunggu antrian. David Maister mengemukakan delapan konsep terkait psikologi antrian.

Dari delapan konsep yang diutarakan oleh David Maister, ada dua butir konsep yang sering diaplikasikan dalam kehidupan sehari-

hari. Kedua konsep tersebut adalah konsep *unoccupied versus occupied* dan konsep keempat yakni *uncertain versus certain*. *Unoccupied versus occupied* memaparkan bahwa orang yang tidak memiliki kegiatan selama menunggu akan terasa lebih lama daripada orang yang memiliki kegiatan. Bayangkan saja berada di dalam antrian bus transjakarta yang tengah padat. Seseorang yang tidak melakukan kegiatan apapun akan tampak lebih menunjukkan perasaan tidak nyaman daripada pengantri yang melakukan kegiatan seperti menelepon atau membaca. Hal ini juga berlaku pada konsep *uncertain versus certain*. Seseorang akan merasa lebih nyaman bila menunggu dengan kepastian yang jelas daripada tidak ada kepastian. Contoh dalam kehidupan sehari-hari mengenai konsep ini sangat mudah yakni tergambar pada sistem antrian dengan menggunakan nomor antrian dan yang tidak menggunakan nomor antrian. Faktanya, kedua konsep dari Psikologi Antrian tergambar dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan kegiatan mengantri.

Dalam kehidupan sehari-hari, teori yang dipaparkan oleh Maister ini menjadi pertimbangan untuk perbaikan sistem layanan antrian. Selain mengatur antrian dengan nomor urut, pemberian media hiburan sebagai pengalih perhatian menjadi tren saat ini. Hal ini terbukti dari maraknya sistem pelayanan antrian yang memberikan fasilitas tambahan seperti televisi, majalah, buku, dan poster-poster menarik. Keberadaan fasilitas-fasilitas tambahan tersebut bertujuan untuk mengisi kekosongan waktu selama menunggu sekaligus mengantisipasi perasaan dan persepsi negatif yang dapat muncul.

Untuk sebagian orang, pemberian sarana hiburan mampu memberikan dampak yang positif. Hal ini sejalan dengan konsep David Maister mengenai *unoccupied versus occupied*. Akan tetapi, cara tersebut belum terbukti mampu menghasilkan kepuasan yang lebih maksimal dibandingkan dengan metode lainnya. Sebagian orang lain bisa saja tidak membutuhkan hiburan melainkan kepastian terhadap nasib antrian yang dialami. Oleh karena itu, contoh metode pemberian nomor urut dan kepastian waktu tunggu yang jelas juga patut dipertimbangkan.

Berdasarkan pemaparan di atas,

penulis terdorong untuk mengetahui lebih dalam mengenai pengaruh metode-metode tersebut terhadap persepsi konsumen khususnya dalam *setting* antrian. Persepsi yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen layak untuk menjadi sorotan dalam konteks Psikologi Antrian. Persepsi yang relevan ialah persepsi mengenai waktu tunggu. Persepsi akan waktu tunggu dalam sebuah sistem antrian yang memberikan kepastian (*certainty*) dan menyediakan sarana hiburan (*occupy*) kemungkinan memiliki hasil yang berbeda.

Dalam penelitian kali ini, peneliti tergerak untuk melakukan sederhana terkait penerapan konsep *Second Laws of Service* dalam kehidupan sehari-hari. Apakah prinsip *certainty* atau *occupy* yang lebih mempengaruhi persepsi konsumen terhadap waktu tunggu antrian? Bila membandingkan pengaruh dari adanya pemberian perlakuan A dan tidak adanya pemberian perlakuan A telah banyak dibahas, maka peneliti ingin membandingkan dua hal yang tidak berkaitan. Bila disimbolkan, prinsip *occupy* adalah A dan *certainty* adalah B.

Metode

Desain Penelitian

Pemelitian ini merupakan penelitian eksperimen dengan *two independent group design*, yaitu penelitian eksperimen yang melibatkan dua kelompok independen (kelompok *occupy* dan *certainty*). Subjek dibagi ke dalam kelompok *occupy* dan *certainty* secara random.

Variabel Independen (manipulasi)

Pada penelitian ini, fokus utama yang hendak dicapai ialah untuk membandingkan dua penerapan prinsip atau metode terhadap satu variabel terikat (persepsi waktu tunggu). Dua prinsip yang diterapkan pada metode antrian dan selanjutnya dibandingkan adalah prinsip *occupy* dan *certainty* dalam *Psychological of Queuing*. Kedua prinsip tersebut (*occupy* dan *certainty*) dialami oleh sejumlah subjek yang telah dibagi ke dalam dua kelompok. Penerapan prinsip *occupy* diwujudkan dengan memberikan fasilitas bacaan ketika responden atau subjek menunggu. Sementara itu, penerapan prinsip *certainty* diwujudkan dengan memberikan kepastian waktu tunggu kepada

subjek yang diuji. Selanjutnya, akan dilihat pengaruh dari masing-masing penerapan terhadap persepsi waktu tunggu responden atau subjek yang diteliti. Selanjutnya, hasil dari penerapan kedua prinsip tersebut akan dibandingkan dan dianalisis untuk kemudian ditarik kesimpulan.

Penelitian ini terdiri dari dua bentuk penerapan cara atau prinsip yang berbeda selama menunggu sebuah antrian. Kedua metode menggunakan tipe *single channel* atau layanan tunggal. *Singel channel* memiliki arti bahwa hanya terdapat satu loket layanan yang digunakan dalam penelitian ini. Subjek akan secara bergantian memasuki ruang tunggu. Maka, pada suatu waktu hanya ada satu orang di dalam ruang penelitian yang akan ditemani oleh peneliti dan asisten II. Subjek atau responden akan dipanggil berdasarkan urutan daftar nama yang telah tersedia. (Latipun, 2002)

Subjek

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 70 orang. Subjek untuk kelompok *occupy* dan *certainty* masing-masing terdiri dari 35 orang. Seluruh subjek merupakan mahasiswa Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta. Seluruh subjek penelitian masuk ke dalam kategori dewasa awal dengan rentang usia 18–20 tahun

Prosedur Penelitian

Penelitian 1 (*Prinsip Occupy*)

Subjek yang terpilih melalui proses sampling sederhana akan memasuki ruang tunggu satu per satu. Subjek akan dipanggil dengan menggunakan pesan singkat (SMS). Sebelum memasuki ruang tunggu, subjek akan diminta untuk menitipkan barang bawasanya kepada asisten peneliti I, termasuk semua alat yang dapat menunjukkan waktu (jam, *handphone*). Selanjutnya subjek akan menunggu giliran di ruangan yang dilengkapi dengan fasilitas bahan bacaan berupa koran tabloid, dan majalah.

Sementara subjek mengisi waktu dengan membaca, asisten peneliti II yang bertugas sebagai orang pertama berada di tempat pengerjaan kuesioner selama 3,5 menit. Setelah 3,5 menit berlalu, asisten II meninggalkan ruang pengerjaan dan giliran

subjek yang sebenarnya pun tiba. Setelah selesai, subjek akan mengisi kuesioner yang telah disediakan. Pemberian kuesioner ini bertujuan untuk melihat pengaruh metode *occupy* (membaca) terhadap persepsi waktu tunggu. Kuesioner telah diformat ke dalam bentuk *google.docs*. Selama pengerjaan kuesioner tidak ada batasan waktu hanya saja waktu tetap dihitung.

Setelah mengisi kuesioner, subjek akan diberi penjelasan mengenai proses yang baru saja dilalui. Subjek diminta untuk merahasiakan prosedur serta segala sesuatu terkait penelitian ini kepada teman lain yang belum mengerjakan kuesioner. Proses ini akan berlangsung secara berulang hingga seluruh subjek untuk kelompok pertama habis.

Penelitian 2 (*Prinsip Certainty*)

Pengambilan sample pada kedua ini sama dengan pertama. Responden atau subjek dipilih secara random dengan asumsi bahwa semua subjek memiliki probabilitas yang setara. Prosedur awal sebelum memasuki ruang tunggu penelitian juga sama seperti metode sebelumnya. Subjek akan diminta mengisi lembar daftar persetujuan dan menitipkan barang-barang bawaan kepada asisten I.

Pada penelitian kedua ini ada sedikit perbedaan dengan yang sebelumnya. Penelitian yang kedua lebih fokus pada pemberian kepastian informasi mengenai waktu tunggu subjek. Subjek akan diberitahu berapa lama waktu tunggu yang akan dijalani. Ketika berada di ruang tunggu subjek akan diberi kepastian waktu tunggu selama 3 menit. Akan tetapi, partisipan tidak mendapat fasilitas hiburan atau sarana pengisi waktu luang di dalam ruang tunggu. Partisipan yang menjadi responden atau subjek penelitian hanya akan dipersilakan duduk di kursi tunggu yang telah tersedia sampai gilirannya tiba.

Sebelum subjek masuk, di dalam sudah ada asisten II yang kembali menjadi orang pertama sehingga terdapat jeda waktu tunggu antrian untuk orang selanjutnya. Waktu tunggu untuk kedua kelompok subjek sama, yaitu 3,5 menit. Setelah waktu tunggu yang dihitung dengan stopwatch selesai, maka tiba giliran subjek yang sebenarnya untuk mengisi kuesioner di laptop yang telah disediakan. Kuesioner

disajikan dengan menggunakan aplikasi *google.docs* yang terkoneksi dengan internet. Setelah selesai mengisi semua item kuesioner, maka subjek boleh meninggalkan ruang penelitian.

Pengukuran

Pengukuran *subjective time* menggunakan kuesioner. Subjek diminta untuk memperkirakan jumlah waktu tunggu selama proses eksperimen. Selain skor *subjective time*, di dalam kuesioner juga terdapat beberapa pertanyaan penting lain yang dapat memperkuat kesimpulan, seperti: (a) Apakah perkiraan waktu tunggu Anda (*subjective time*) sesuai dengan waktu tunggu yang sebenarnya (*objective time*)? (b) Apakah waktu tunggu yang dialami terasa cepat? (c) Bagaimana penilaian Anda terhadap kegiatan menunggu berdasarkan kedua penerapan prinsip *occupy* dan *certainty*? Di dalam kuesioner, penilaian terhadap kegiatan menunggu disusun menggunakan skala semantik diferensial dengan rentang skor nilai 1-6 dan terdiri dari 6 jenis pernyataan yang berkaitan dengan perilaku menunggu antrian. responden yang memberikan nilai 1 berarti memiliki persepsi yang negatif terhadap waktu tunggu yang

dialami. di sisi lain, semakin tinggi skor yang diberikan maka semakin positif penilaian responden terhadap waktu tunggu

Analisis Data

Setelah memperoleh data dari kedua kelompok, maka data tersebut akan diolah dan dianalisis. Penelitian ini bersifat komparatif dengan membandingkan dua kelompok subjek yang tidak berhubungan. oleh karena itu, teknik uji hipotesis yang dapat digunakan adalah *Independent Sample T-Test* dengan syarat data berdistribusi normal dan homogen (Usman, 1995). Selanjutnya, untuk mempermudah proses pengolahan data maka peneliti menggunakan *software* analisis data statistik yakni SPSS versi 16.

Hasil

Selanjutnya, jawaban terkait *subjective time* kedua kelompok yang diperoleh dari pertanyaan pada kuesioner direkapitulasi dan dibandingkan. Adapun hasil rekap jawaban responden mengenai persepsi waktu tunggu berdasarkan kedua metode antrian ialah sebagai berikut:

Tabel 1: Rekap Frekuensi Skor *Subjective time* Kedua Kelompok

Rentang Persepsi Waktu Tunggu (<i>Subjective time</i>)	Jumlah Responden (<i>Occupy</i>)	Jumlah Responden (<i>Certainty</i>)
0 – 100 Detik	1	2
100 – 200 Detik	8	16
200 – 300 Detik	8	7
300 – 400 Detik	15	10
400 – 500 Detik	2	0
500 – 600 Detik	1	0
Total:	35	35

Skor *subjective time* tersebut merupakan data primer yang akan dianalisis untuk selanjutnya dibandingkan hasil dari kedua kelompok. Hasil perbandingan akan menunjukkan ada atau tidaknya perbedaan persepsi waktu tunggu pada kedua kelompok. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian komparatif ini adalah *independent sample t-test* (Seniati, dkk 2005).

Perbandingan persepsi waktu tunggu (*subjective time*) kelompok *occupy* dan

certainty menunjukkan perbedaan yang signifikan dengan nilai *t* hitung sebesar 2,344. hasil uji *t* tersebut dibandingkan dengan nilai *t* tabel *df*(68) yakni sebesar 2,000. Bila dirumuskan, *t* hitung (2,344) > *t* tabel (2,000). Hal ini berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi waktu tunggu responden di kelompok *occupy* dan kelompok *certainty*.

Jawaban kedua kelompok untuk pertanyaan mengenai kesesuaian antara *subjective* dan *objective time* berbeda.

Data responden di kelompok *occupy* menunjukkan bahwa 60% responden tidak yakin persepsi waktu tunggu (*subjective time*) yang telah dibuat sesuai dengan durasi waktu tunggu yang sebenarnya (*objective time*). Sementara itu, 40% responden yakin persepsi waktu tunggu yang telah dibuat sesuai dengan durasi waktu tunggu yang sebenarnya. Di kelompok responden *certainty*, data menunjukkan bahwa 43% responden tidak yakin persepsi waktu tunggu yang telah dibuat sesuai dengan durasi waktu tunggu yang sebenarnya. Di sisi lain, 57% responden merasa tidak yakin.

Pertanyaan penting selanjutnya ialah pertanyaan mengenai lamanya waktu tunggu

yang dirasakan oleh responden pada kedua kelompok. Hasil dari responden di kelompok *occupy*, 57% (sebanyak 20 orang) menyatakan waktu tunggu terasa cepat, 14% merasa ragu-ragu dan 29% merasa waktu tunggu-nya lama. sementara itu, hasil dari kelompok *certainty* menunjukkan bahwa 37% responden merasa waktu tunggu terasa cepat, 20% merasa ragu-ragu dan 43% menyatakan waktu tunggu terasa lama.

Data pendukung lain yang juga menunjukkan persepsi waktu tunggu responden adalah dari skor penilaian terhadap pengalaman menunggu. Hasil penilaian waktu tunggu dari kedua kelompok dapat dilihat pada diagram berikut:

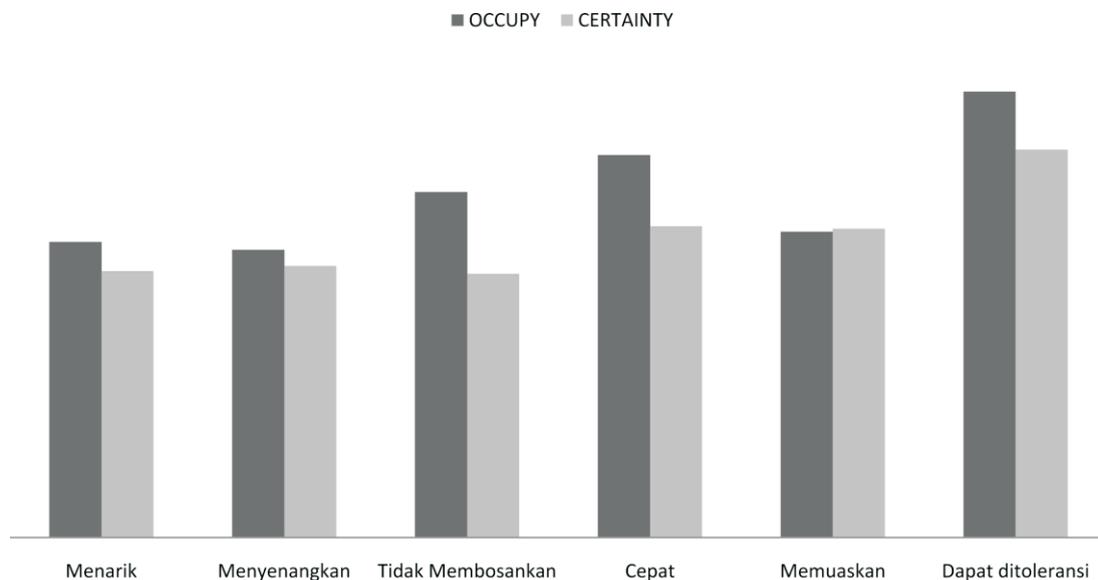


Diagram 1. Persepsi penilaian terhadap waktu tunggu

Pembahasan

Berdasarkan uji hipotesis menggunakan Independent Sample T-Test, maka diperoleh hasil bahwa ada perbedaan yang signifikan pada persepsi waktu tunggu berdasarkan penerapan prinsip *Laws of Service* dalam Psikologi Antrian. Besar signifikansi perbedaannya adalah 0,022. Sedangkan hasil skor Uji T adalah sebesar 2,344 untuk *level of confidence* 95%. Hal ini membuktikan bahwa hasil penelitian menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a).

Hal ini sejalan dengan data-data pendukung dari pertanyaan yang menunjukkan beberapa perbedaan skor rata-rata kedua kelompok uji. Berdasarkan data

subjective time yang tercatat, sebagian besar subjek memberikan respon yang *overestimated* atau berada di atas patokan waktu sesungguhnya yakni *objective time*. Hal ini pernah dialami pula oleh Gerrit Antonides yang meneliti tentang evaluasi waktu tunggu berdasarkan kegiatan menunggu operator telepon.

Selain itu, berdasarkan hasil responden terhadap penilaian kegiatan menunggu yang dilakukan, maka penerapan prinsip *occupy* memiliki skor penilaian yang lebih besar. Temuan ini dapat memberikan gambaran mengenai kondisi subjek pada saat penelitian. Subjek yang menerima metode berdasarkan prinsip *occupy* lebih merasakan hal positif dibandingkan dengan subjek di kelompok *certainty*. Dan hasil ini

juga memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Gilmer. Gilmer (dalam Hapsari, 2004) menyatakan bahwa persepsi dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain faktor belajar, motivasi, dan pemerhati perseptor atau pemersepsi ketika proses persepsi terjadi. Dan karena ada beberapa faktor subyektif yang mempengaruhi, maka kesan yang diperoleh masing-masing individu akan berbeda satu sama lain. Itu dibuktikan bahwa dengan adanya *occupancy* maka memberikan dampak pada factor subyektif dalam persepsi menunggu.

Di satu pihak, dalam hal kedekatan skor *subjective time*, persepsi kelompok *certainty* lebih mendekati keakuratan dengan *objective time*. Hal ini dikarenakan subjek di kelompok dua memperoleh kepastian waktu tunggu, walau ternyata tidak semua orang meyakini bahwa waktu tunggu sebenarnya sama dengan perkiraan yang dibuat oleh responden. Lihat saja selisih mean pada kedua kelompok. Kelompok *occupy* memperoleh mean sebesar 274,77 sedangkan kelompok *certainty* memperoleh mean 224,34. Di sini sudah terlihat kelompok mana yang rata-ratanya lebih mendekati skor *objective time* (210 detik). Subjek pada kelompok dua juga tampak lebih tenang karena telah mengantongi kepastian waktu tunggu di awal menunggu. Bila dibandingkan dengan subjek pada kelompok *occupy*, respon awal subjek setelah diharuskan menunggu antrian tidak sebaik respon di kelompok *certainty*. Beberapa subjek di kelompok *occupy* beranggapan bahwa waktu tunggu akan berlangsung lama karena sengaja diberi fasilitas hiburan berupa bahan bacaan (koran, majalah, dan tabloid). Walaupun pada akhirnya banyak subjek di kelompok *occupy* yang merasa waktu tunggu berjalan sangat cepat karena mereka mengisi waktu tunggu dengan sebuah kegiatan. Hal tersebut cukup membantu dalam proses mengalihkan perhatian subjek atau responden terhadap lamanya waktu yang berlalu. Sebaliknya, walaupun kelompok *certainty* telah memperoleh kepastian informasi waktu tunggu, ketenangan yang tampak di awal belum tentu sejalan dengan jawaban pada kuesioner. Tidak sedikit subjek kelompok *certainty* yang menilai waktu tunggu terasa cukup lama terlebih lagi dengan tanpa melakukan kegiatan apapun.

Sementara itu, dilihat dari hasil penilaian subjek terhadap waktu menunggu secara umum terlihat perbedaan yang cukup nyata. Total nilai untuk kelompok subjek *occupy* sebagian besar lebih tinggi daripada skor nilai kelompok *certainty*. Hasil dari kedua kelompok menunjukkan bahwa untuk enam kategori sifat (menarik, menyenangkan, tidak membosankan, cepat, memuaskan dan dapat ditoleransi), total penilaian tidak sama. Dari enam kategori, kelompok *occupy* memperoleh lima total skor kategori yang lebih tinggi dari kelompok *certainty*. Kesimpulannya, penilaian kelompok *occupy* lebih positif untuk lima kategori tersebut (menarik, menyenangkan, tidak membosankan, cepat, dan dapat ditoleransi). Di samping itu, kelompok *certainty* hanya unggul 1 poin pada total skor untuk kategori memuaskan.

Hasil penilaian subjek terhadap kegiatan menunggu secara umum memperlihatkan perbedaan yang cukup nyata. Total nilai untuk kelompok subjek *occupy* sebagian besar lebih tinggi daripada skor nilai kelompok *certainty*. Bila skor yang semakin tinggi menunjukkan persepsi yang lebih positif, maka total skor yang nilai yang lebih besar juga memiliki arti yang sama. Total skor atau nilai yang lebih besar menunjukkan responden di kelompok tersebut memiliki persepsi yang lebih positif. Bila merujuk pada interpretasi skor total tersebut maka Tabel 4 dengan jelas memperlihatkan persepsi kelompok *occupy* lebih cenderung positif dibandingkan kelompok *certainty*.

Berdasarkan pengujian data yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan yang signifikan pada persepsi waktu tunggu berdasarkan penerapan prinsip *Occupy* dan *Certainty* dalam *Psychological of Queuing*. Perbedaan tersebut signifikan dengan besar nilai uji t hitung $> t$ tabel. Singkatnya, t hitung (2,344) $> t$ tabel (2,000). Selain itu, perbedaan juga dapat terlihat melalui skor rata-rata kelompok. Skor rata-rata penilaian waktu tunggu pada kelompok *occupy* lebih tinggi daripada kelompok *certainty*.

Kelompok subjek yang menggunakan metode berdasarkan prinsip *occupy* memberikan penilaian yang lebih positif dibandingkan dengan yang lain. Pemberian fasilitas mampu menjadi pengalih perhatian para pengantri atau penunggu. Di satu sisi,

temuan lain menunjukkan bahwa penerapan prinsip *certainty* memberikan kesan pertama yang lebih positif. Hal ini disebabkan oleh adanya kejelasan dan informasi yang dibutuhkan oleh para penunggu. Ketika subjek memperoleh kepastian berapa lama harus menunggu, maka subjek akan menunjukkan ekspresi yang baik. Walau tidak semua subjek dapat memberikan toleransi waktu tunggu setelah mengetahui durasi waktu yang harus dihabiskan tanpa melakukan kegiatan.

Penutup

Penelitian ini memberikan sedikit gambaran kemungkinan suatu cara yang dapat digunakan untuk memanipulasi persepsi dan perasaan manusia khususnya konsumen. Bila sejauh ini pengembangan usaha mayoritas berbasis manajemen istem, maka hasil dari penelitian ini memberikan pandangan lain terkait dengan manajemen konsumen. Setiap manusia merupakan konsumen, sehingga semua orang butuh pelayanan. Saat ini, memang kedua prinsip tersebut telah dipergunakan di beberapa tempat. Namun, dengan munculnya hasil perbandingan ini, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan pihak-pihak yang ingin mengutamakan kepuasan konsumennya.

Pada faktanya, memang tidak ada siapa pun yang suka menunggu. Akan tetapi kondisi di lingkungan seringkali memaksa seseorang untuk berada pada situasi menunggu bahkan mengantri. Ketika menunggu inilah muncul kemungkinan ketidakstabilan emosi yang bisa berakibat tidak baik. Oleh karena itu, mencari metode pelayanan yang baik dengan mempertimbangkan faktor psikologis manusia merupakan salah satu pilihan yang tidak buruk. Untuk penelitian lanjutan mengenai tema ini, hendaknya mempertimbangkan beberapa prinsip lain yang terdapat dalam Psikologi Antrian. Dua prinsip ini hanya sebagian dari delapan prinsip yang ada di dalamnya. Oleh sebab itu, peneliti lain bisa mengembangkan dengan melakukan penelitian mengenai beberapa prinsip yang tersisa. Pengembangan juga dapat dilakukan dengan memodifikasi metode misalnya pemberian musik atau film.

Penelitian ini menggunakan *setting* laboratorium, ada baiknya peneliti lain

berusaha melakukan penelitian dengan *setting* lapangan *field study* agar terlihat lebih jelas kebermanfaatannya dan ketepatan di populasi maupun lingkungan masyarakat luas.

Terakhir, hasil penelitian ini menjadi sebuah keuntungan tersendiri bagi pihak penyedia layanan untuk memperoleh penilaian yang baik dari konsumen atau pengguna jasa. Oleh karena itu, industri bisnis yang menggunakan layanan antrian hendaknya mempertimbangkan metode antrian yang lebih mengutamakan kenyamanan konsumen. Kenyamanan akan menciptakan kepuasan dan selanjutnya memberikan loyalitas kepada penyedia barang atau jasa yang bersangkutan.

Daftar Pustaka

- Azwar, Sa. (2007). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal 41
- Latipun, (2002). *Psikologi Eksperimen*. Malang: Universitas Muhammadiyah. Hal 53-55
- Maister, D (2005). *The Psychology of Waiting Lines*. *Journal of Consumer Psychology*, 28(7), 1-9. September 15, 2012. www.davidmaister.com
- Nazir, M. (2009). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia. Hal. 58-60
- Robbins, S.P. (2003). *Perilaku Organisasi Jilid I*. Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia. Hal 223
- Seniati, L., Yu, A. & Bernadette. (2005). *Psikologi Eksperimen*. Jakarta: Indeks. Hal 56
- Usman H, (1995). *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara. Hal 133-135
- Walgito, B. (2003). *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: C.V Andi Offset. Hal 51-55