

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA *BUS RAPID TRANSIT (BRT)*
TRANS SEMARANG DENGAN METODE *HETEROGENEOUS CUSTOMER
SATISFACTION INDEX DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS***

Zulaycha Fatmawati¹⁾, Aries Susanty^{2)*}

Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik – Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang Semarang 50239
Email: ¹⁾ zulaychaf@gmail.com

ABSTRAK

Kualitas layanan adalah aspek yang sangat mempengaruhi pilihan pengguna perjalanan. Pelanggan yang memiliki pengalaman yang baik dengan pelayanan akan mungkin menggunakan pilihan transportasi tersebut untuk selanjutnya, sementara pelanggan yang mengalami masalah dengan pelayanan tidak akan menggunakan pilihan transportasi tersebut untuk selanjutnya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel apa saja yang mempunyai nilai layanan rendah dan harus segera diperbaiki. Ukuran sampel dari responden adalah sebanyak 100 orang pengguna BRT Trans Semarang yang berada pada pemberhentian tertentu. Semua responden diberikan kuesioner yang terkait dengan atribut pelayanan yang diberikan oleh pihak BRT Trans Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai CSI yang diperoleh yaitu sebesar 50,8% dan nilai HCSI sebesar 50,5% yang tergolong dalam kriteria kurang puas. Adapun atribut-atribut yang perlu dilakukan perbaikan berdasarkan hasil IPA yaitu kebisingan bus, ruang tunggu di setiap pemberhentian, kebersihan kursi, lantai, dan jendela, kebersihan exterior bus, tingkat polusi kendaraan.

Kata Kunci: Kualitas, Transportasi, *Customer Satisfaction Index (CSI)*, *Heterogeneous Customer Satisfaction Index (HCSI)*, dan *Importance Performance Analysis (IPA)*

ABSTRACT

User Satisfaction Analysis of Bus Rapid Transit (BRT) Trans Semarang with Heterogeneous Customer Satisfaction Index and Importance Performance Analysis. The quality of services is the aspects that are really affecting choice travel users. Customers who has the good experience by the service will be use the transportation choice again, while customers who have trouble with services will not use the transportation choice again. The research was conducted to obtain variable what has poor value service and must be immediately repaired. The sample size of the respondents as many as 100 the user BRT trans semarang in particular dismissal. All respondents given the questionnaire associated with attribute services provided by the BRT Trans Semarang. The result showed that value CSI obtained is as much as 50,8 % and value HCSI of 50,5 % that characterizes criteria are not satisfied. As for attributes needs to be done improvement based on the results of IPA that is noise bus, the waiting room in every dismissal, cleanliness seats, the floor, and windows, cleanliness exterior bus, the pollution vehicles .

Keywords: Quality , Transportation, *Customer Satisfaction Index (CSI)*, *Heterogeneous Customer Satisfaction Index (HCSI)*, and *Importance Performance Analysis (IPA)*

PENDAHULUAN

Kualitas layanan adalah aspek yang sangat mempengaruhi pilihan pengguna perjalanan. Pelanggan yang memiliki pengalaman yang baik dengan pelayanan akan mungkin menggunakan pilihan transportasi tersebut untuk selanjutnya, sementara pelanggan yang mengalami masalah dengan pelayanan tidak akan menggunakan pilihan transportasi tersebut untuk selanjutnya. Untuk alasan ini, meningkatkan kualitas layanan penting untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pengguna baru (Eboli dan Mazzulla, 2009). Apalagi dibarengi dengan fakta bahwa Semarang merupakan salah satu kota besar yang ada di Indonesia, Kota Semarang juga merupakan kota wisata yang cukup dikenal, dan diminati oleh wisatawan baik dari dalam kota maupun luar kota bahkan tidak sedikit pula wisatawan mancanegara yang tertarik untuk mengunjungi Kota Semarang. Demikian pula jumlah penduduk yang ada di Kota Semarang maupun para pendatang dari luar kota ke Semarang yang semakin tahun semakin bertambah, oleh karena itu kebutuhan sarana transportasi khususnya bus kota di dalam melayani penumpang armadanya masih terbatas, bila dibandingkan dengan jumlah penduduk yang juga semakin meningkat tingkat aktivitasnya.

Konsep BRT merupakan sistem angkutan massal yang terintegrasi di setiap koridor, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan transportasi dalam kota. *Bus Rapid Transit* atau disingkat BRT adalah sebuah sistem bus yang cepat, nyaman, aman dan tepat waktu dari infrastruktur, kendaraan dan jadwal. Angkutan massal Bus Rapid Transit (BRT) di kota Semarang, diluncurkan pada tanggal 2 Mei 2009 yang bertepatan dengan peringatan HUT kota Semarang ke-462 di halaman Balai Kota.

Kepuasan pelanggan merupakan ukuran kinerja perusahaan sesuai dengan

kebutuhan customer (Hill dkk., 2003), namun hingga pada saat ini pelayanan angkutan umum yang ada di Kota Semarang masih belum menunjukkan adanya pelayanan yang baik sesuai permintaan. Perencanaan sistem angkutan umum Kota Semarang yang kurang tertata dengan baik merupakan salah satu penyebab pelayanan yang kurang baik. Kota Semarang juga menghadapi problem klasik transportasi, yakni kemacetan lalu lintas dan buruknya fasilitas angkutan umum.

Keluh kesah di antaranya disampaikan Heni Purwanti (32) penumpang BRT yang ditemui di *shelter* Karangayu, Minggu (13/4). Menurut warga Boja, Kabupaten Kendal ini BRT sudah tak senyaman dulu. Penumpang terlalu bedesak-desakan di dalam bus dan sumpek. "Dulu nyaman sekali, setiap dapat bus selalu ada tempat duduk. Tapi sekarang penumpangnya selalu membeludak," ujarnya (Suaramerdeka.com, 2014). Hal tersebut dapat dilihat dari data pada Tabel 1, yang memperlihatkan adanya kenaikan jumlah penumpang hampir di setiap bulan.

Tabel 1. Data Jumlah Penumpang BRT Trans Semarang

No	Bulan	Tahun	Jumlah Penumpang
1	Februari		407.712
2	Maret		490.960
3	April		463.855
4	Mei		498.708
5	Juni		446.523
6	Juli	2014	381.488
7	Agustus		468.162
8	September		477.066
9	Oktober		518.491
10	Nopember		545.268
11	Desember		647.028
12	Januari	2015	668.114
13	Februari		686.286

Pengamat Transportasi dari Unika Soegodjoprano Semarang, Joko Setijowarno mengatakan, selama ini pemkot hanya mengukur keberhasilan bus Trans Semarang hanya dari sisi kuantitas. Misalnya sudah memenuhi RPJMD (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah) 3 koridor hingga 2015. Tapi menutup mata dengan kualitasnya. "Misal, armada kurang dan makin buruk, tiket elektronik tidak maksimal, penumpang tidak mendapat kepastian menunggu di *shelter*, sopir tidak nyaman kemudikan bus, masih ada yang turunkan penumpang tidak pada selternya, dan persoalan lainnya," bebernya (Suaramerdeka.com, 2014)

Untuk mengetahui hasil penilaian dalam skala besar dan mengetahui aspek apa saja yang sangat mempengaruhi nilai kepuasan pelanggan *Bus Rapid Transit* (BRT) Trans Semarang, sehingga pihak *Bus Rapid Transit* (BRT) Trans Semarang dapat melakukan perbaikan, maka perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut. Oleh karena itu, untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan *Bus Rapid Transit* (BRT) Trans Semarang, dilakukan penelitian dengan mengambil judul "Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) Trans Semarang dengan Metode *Heterogeneous Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis*".

Tujuan Penelitian

1. Mengukur kualitas layanan pada *Bus Rapid Transit* (BRT) Trans Semarang dengan metode *Heterogeneous Customer Satisfaction Index* dan metode *Importance Performance Analysis*
2. Menganalisis atribut apa saja yang mempunyai tingkat kepuasan rendah, namun memiliki tingkat kepentingan tinggi

3. Memberikan rekomendasi perbaikan pada atribut layanan *Bus Rapid Transit* (BRT) Trans Semarang yang mempunyai tingkat kepuasan rendah, namun memiliki tingkat kepentingan tinggi.

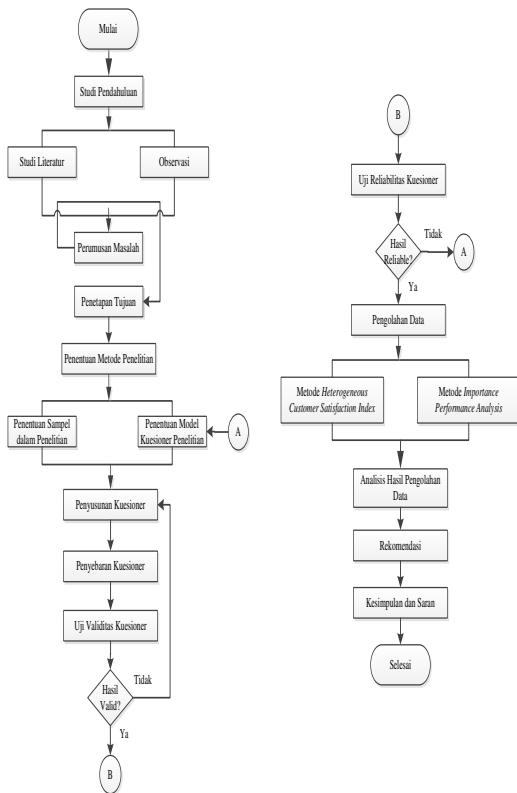
METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian merupakan dasar acuan dalam melakukan penelitian sehingga proses penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan sistematis, terarah dan memudahkan dalam menganalisa permasalahan yang ada.

Obyek dalam penelitian ini adalah BRT Trans Semarang. Responden yang dipilih memiliki kriteria rutin menggunakan BRT Trans Semarang sebagai sarana perjalanan, sehingga diharapkan dapat menilai kualitas layanan BRT Trans Semarang. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada 100 responden yang dianggap mewakili populasi penumpang BRT Trans Semarang.

Kuesioner terbagi menjadi dua bagian besar. Bagian pertama berisi pertanyaan mengenai data demografi responden. Bagian kedua berisi 32 atribut pertanyaan yang berkaitan dengan kualitas layanan yang disediakan oleh pihak BRT Trans Semarang dan akan dievaluasi berdasarkan sumber jurnal (Eboli dan Mazzulla, 2009) sebagai rujukan.

Pada bagian ini, responden diminta memilih satu dari sepuluh pilihan jawaban yang dituliskan dalam skala pengukuran *Likert* 1 sampai 10, masing-masing menunjukkan sangat tidak puas (1) sampai sangat puas (10) (untuk menilai tingkat kepuasan) serta sangat tidak penting (1) sampai sangat penting (10) (untuk menilai tingkat kepentingan) dari setiap pernyataan dalam kuesioner. Penelitian yang dilakukan mengikuti alur metodologi penelitian pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah suatu pernyataan sudah tepat untuk digunakan dalam mengukur suatu aspek tertentu. Validitas ditunjukkan dengan besarnya nilai korelasi. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai korelasi hitung $>$ nilai korelasi tabel ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$). Pada penelitian ini, jumlah responden (n) sebanyak 100 responden dengan tingkat kepercayaan 95% sehingga didapatkan nilai korelasi tabel (r_{tabel}) = 0,195. Berdasarkan hasil perhitungan, korelasi antar masing-masing indikator terhadap total skor konstruk dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, yaitu $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi konstruk/variabel penelitian. Suatu variabel dikatakan *reliable* (handal) jika jawaban responden terhadap petanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Tingkat reliabilitas suatu konstruk/variabel penelitian dapat dilihat dari hasil statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,70$.

Berdasarkan hasil perhitungan, seluruh variabel dapat dikatakan reliabel, yaitu memiliki *Cronbach Alpha* (α) $\geq 0,70$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner tersebut akan memberikan konsistensi hasil pengukuran yang sama jika dilakukan dalam konteks waktu yang berbeda. Oleh karena itu, masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Menghitung *Heterogeneous Customer Satisfaction Index* (HCSI)

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh indikator yang mencangkup pengukuran kualitas layanan dengan mempertimbangkan beberapa aspek-aspek layanan. Namun, heterogenitas ini tidak dapat diperhitungkan dalam perhitungan CSI. Untuk mengatasi kekurangan ini, *importance weight* dapat diperbaiki tergantung dari dispersi tingkat kepentingan dari nilai rata-rata. Setelah itu, nilai kepuasan dapat diperbaiki menurut dispersi tingkat kepuasan dari nilai rata-rata. Penyesuaian ini ditunjukkan untuk menghitung indikator yang baru,

Tabel 2. Tabel Ringkasan Perhitungan HCSI

No	Importance Weight (Wk)	Weighted Score	Corrected Importance (Wck)		Weight Wck	Corrected Satisfaction (Sck)		Weighted Score
			Ik/var(Ik)	Wck		Sk/var(Sk)	Sck	
1	0,028	0,147	20,143	0,017	12,398	4,206	0,073	
2	0,027	0,138	30,155	0,026	23,815	7,696	0,199	
3	0,029	0,142	22,174	0,019	10,100	3,141	0,060	
4	0,031	0,164	35,922	0,031	10,421	3,535	0,109	
5	0,030	0,127	40,628	0,035	21,920	5,999	0,209	
6	0,031	0,162	35,922	0,031	7,472	2,506	0,077	
7	0,032	0,168	38,821	0,033	4,119	1,384	0,046	
8	0,031	0,160	39,860	0,034	14,096	4,718	0,162	
9	0,032	0,166	35,155	0,030	5,232	1,751	0,053	
10	0,031	0,157	39,860	0,034	5,803	1,902	0,065	
11	0,032	0,166	31,900	0,027	3,913	1,292	0,035	
12	0,032	0,137	38,821	0,033	21,920	5,999	0,200	
13	0,032	0,139	39,491	0,034	15,406	4,276	0,145	
14	0,032	0,141	38,821	0,033	9,518	2,678	0,089	
15	0,034	0,171	37,738	0,032	5,093	1,633	0,053	
16	0,032	0,173	38,821	0,033	8,111	2,809	0,094	
17	0,032	0,169	38,821	0,033	6,572	2,221	0,074	
18	0,032	0,172	38,821	0,033	5,468	1,883	0,063	
19	0,031	0,161	33,800	0,029	9,080	2,999	0,087	
20	0,031	0,154	39,860	0,034	10,761	3,457	0,118	
21	0,032	0,167	41,879	0,036	7,984	2,652	0,095	
22	0,032	0,177	38,821	0,033	21,894	7,765	0,259	
23	0,031	0,159	39,860	0,034	24,021	8,010	0,274	
24	0,032	0,174	38,821	0,033	8,605	2,996	0,100	
25	0,029	0,148	38,786	0,033	39,212	12,722	0,424	
26	0,032	0,176	38,821	0,033	20,123	7,085	0,236	
27	0,034	0,184	28,370	0,024	8,881	3,110	0,076	
28	0,031	0,165	34,650	0,030	24,986	8,508	0,253	
29	0,032	0,178	38,821	0,033	21,978	7,808	0,260	
30	0,028	0,143	32,828	0,028	57,137	18,538	0,523	
31	0,031	0,160	39,860	0,034	30,115	10,100	0,346	
32	0,032	0,136	36,653	0,031	21,920	5,999	0,189	
Nilai CSI		5,081	1163,701		498,076	HCSI	5,050	

Pengolahan dengan *Importance Performance Analysis (IPA)*

Perhitungan *Importance Performance Analysis (IPA)* dilakukan dengan menghitung skor total kinerja pelayanan dan kepentingan pengguna BRT Trans Semarang. Selanjutnya dilakukan perhitungan nilai X (rata-rata skor kinerja) dan \bar{Y} (rata-rata skor kepentingan). Tujuan digunakannya diagram kartesius adalah untuk melihat secara lebih terperinci mengenai atribut-atribut yang perlu untuk dilakukan perbaikan dan atribut yang perlu dipertahankan oleh BRT Trans Semarang, dimana diagram kartesius ini terbagi dalam 4 kuadran, yaitu kuadran I, II, III, dan IV.

Adapun atribut yang harus diperbaiki pada kuadran I adalah kebisingan bus, ruang tunggu di setiap pemberhentian, kebersihan kursi, lantai, dan jendela, kebersihan *exterior* bus, tingkat polusi kendaraan.

Untuk atribut-atribut yang harus dipertahankan oleh pihak perusahaan setelah dilakukannya perhitungan menggunakan diagram kartesius adalah atribut-atribut yang berada pada kuadran II, karena pada atribut yang berada pada kuadran II dianggap pelanggan sudah dapat memenuhi apa yang mereka inginkan. Adapun atribut yang harus dipertahankan adalah bus datang tepat waktu sesuai jadwal yang tertera, kenyamanan kondisi bus (tidak terlalu sesak dan masih terdapat ruang untuk bergerak), kondisi ac (tidak terlalu panas dan tidak terlalu dingin), jangkauan harga tiket bagi semua kalangan masyarakat, terdapat jadwal dan peta rute di dalam bus, terdapat jadwal dan peta rute di pemberhentian (halte), pengguna BRT dapat mengakses informasi melalui telepon maupun internet, sopir berkompetensi dalam mengendarai bus, keamanan bus dari ancaman tindakan kriminal, bus berjalan pada kecepatan yang aman, petugas cepat tanggap terhadap penumpang, petugas BRT selalu mengingatkan hal-hal penting yang perlu diketahui penumpang seperti tujuan bis, Kemudahan pembelian tiket.

Atribut yang memiliki penilaian yang rendah karena atribut-atribut ini kurang dianggap penting oleh pelanggan dan perusahaan juga tidak memberikan pelayanan atau perhatian khusus, atribut ini dianggap tidak

memberikan dampak yang besar bagi perusahaan. Adapun atribut-atribut yang berada pada kuadran III adalah sebagai berikut jarak antar pemberhentian sudah cukup memenuhi kebutuhan, lokasi pemberhentian mudah dijangkau, jam operasional BRT sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat, kendaraan dalam kondisi bagus, petugas berpenampilan sopan dan ramah, kemudahan penyampaian keluhan bagi pengguna BRT.

Untuk atribut yang ada pada kuadran IV adalah atribut yang tidak dianggap penting bagi pelanggan, namun pihak perusahaan memberikan pelayanan yang berlebihan sehingga atribut ini dianggap berlebihan. Namun tidak menutup kemungkinan atribut ini juga akan mendapat perhatian yang lebih dari pengguna BRT Trans Semarang. Adapun atribut yang berada pada kuadran IV adalah sebagai berikut jumlah perjalanan bus per hari sudah cukup banyak, terdapat jadwal perjalanan bus, bus berangkat tepat waktu sesuai jadwal, kursi terasa nyaman saat dipakai untuk duduk, tempat pemberhentian (halte) aman dari ancaman tindak kriminal, petugas di halte mengetahui segala informasi tentang BRT, pihak BRT bertindak cepat dalam menanggapi keluhan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, ternyata masih terdapat kepentingan atau harapan pelanggan yang belum dapat terpenuhi oleh pihak BRT Trans Semarang, hal tersebut dapat kita ketahui dari nilai CSI yang diperoleh yaitu sebesar 50,8% dan nilai HCSI sebesar 50,5% yang tergolong dalam kriteria kurang puas. Hal ini berarti bahwa sebagian besar pengguna merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak BRT Trans Semarang.
2. Adapun atribut-atribut yang perlu dilakukan perbaikan yaitu atribut dengan tingkat kepentingan tinggi namun mempunyai tingkat kepuasan rendah dapat dilihat dengan jelas dari diagram kartesius, dimana terdapat lima atribut yang perlu secepatnya

dilakukan perbaikan, atribut-atribut tersebut adalah kebisingan bus, ruang tunggu di setiap pemberhentian, kebersihan kursi, lantai, dan jendela, kebersihan *exterior* bus, tingkat polusi kendaraan

3. Rekomendasi yang dapat diberikan untuk memperbaiki atribut layanan yang mempunyai nilai kepuasan rendah tersebut adalah sebagai berikut:
 - Bus hendaknya dilakukan servis secara berkala, sehingga mesin tetap terjaga dan tidak menimbulkan efek bising
 - Pihak BRT seharusnya lebih memperhatikan kondisi halte demi kenyamanan para pengguna, terutama halte yang berada pada lokasi-lokasi yang dianggap vital dan ramai
 - Bus seharusnya mempunyai jadwal dibersihkan secara berkala, sehingga kebersihan tetap terjaga
 - Pihak BRT seharusnya lebih memperhatikan efek lingkungan, melakukan perencanaan anggaran agar dapat mengganti bus dengan bahan bakar yang ramah lingkungan

DAFTAR PUSTAKA

Azwar, Azrul. 1996. *Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan*. Jakarta: Sinar Harapan

Eboli L., Mazzulla G. (2009), *A New Customer Satisfaction Index for Evaluating Transit Service Quality*, *Journal of Public Transportation*, 12(3), pp. 21-37, Center for Urban Transportation Research (CUTR), Tampa, Florida

Hill N., G. Brierley, and R. MacDougall. 2003. *How to Measure Customer Satisfaction*. Gower Publishing, Hampshire.

Irawan, H. 2004. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.

Montgomery, Douglas, C. 1990. *Introduction to Statistical Quality Control, Sixth Edition*. USA: John Wiley & Sons, Inc.

Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, and L.L. Berry. 1985. *A conceptual model of service quality and its implication for future research*. *Journal of Marketing* 49:41-50.

Rangkuti, Freddy. (2006). *Measuring Customer*

satisfaction. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Sugiyono. 2003. *Statiska Untuk Penelitian*. CV Alfabeta, Bandung

Suprapto, J. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia