

Analisis Faktor Tingkat Kepuasan Pelanggan Bus Patas Sugeng Rahayu Dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Fithri Estikhamah¹, Nugroho Utomo²

^{1,2} Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia
(¹fithri.ts@upnjatim.ac.id ; ²nugroho.ts@upnjatim.ac.id)

ABSTRAK

Dalam kondisi bisnis yang semakin ketat dalam berkompetisi, perusahaan otobus (PO) dituntut agar lebih kreatif dan inovatif dalam mencari ataupun mempertahankan konsumennya. Seperti PO.Sumber Group yang telah menyiapkan trayek PATAS dengan rute JOGJA/SEMARANG – SOLO – SURABAYA melewati jalur Karangjati pada awal tahun 2015 lalu, dengan nama **SUGENG RAHAYU by GOLDEN STAR**. Masih berada dalam manajemen GOLDEN STAR dan masih satu bendera dengan SUMBER GROUP. Berdasarkan hal itulah tujuan permasalahan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa persen tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja bus Patas Sugeng Rahayu. Dikarenakan sampel tidak terbatas maka diambil sampel sebanyak 100 responden. Dengan menggunakan kuesioner sebagai salah satu teknik pengumpulan data. Tehnik analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Hal ini didasarkan pada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan empati. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa, kepuasan pelanggan secara keseluruhan memiliki nilai sebesar 78.5%, hal ini berarti bahwa para pengguna/pelanggan bus puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bus Sugeng Rahayu. Meskipun hasil analisis menunjukkan nilai yang bagus tetapi perlu ada peningkatan kualitas layanan terutama kebersihan toilet di dalam bus.

Kata kunci: *Customer Satisfaction Index (CSI)*, kepuasan pelanggan, dimensi kualitas

ABSTRACT

In a situation of business competition is more advanced as it is today, bus company (PO) required to gets more creative and innovative in looking for or retain customers. As PO Sumber Group that has opened the route “PATAS” to track JOGYA / SEMARANG - SOLO - SURABAYA via Karangjati in early 2015 and by the name of SUGENG RAHAYU by GOLDEN STAR. Under SUMBER GROUP and under management Golden Star. Based on these problems purpose of this research is to determine what percentage of the level of customer satisfaction on the performance Sugeng Rahayu “Patas” bus. Due to the limited sample does not then take a sample of 100 respondents. Techniques of collecting data using questionnaires. Analysis techniques used is to use the Customer Satisfaction Index (CSI). It is based on five dimensions of service quality are *tangibles* (physical evidence), *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, and *empathy*. The results showed that overall customer satisfaction has a value of 78.5%, this means that customers are satisfied with the services provided by Sugeng Rahayu ”Patas” bus. Although the results of the analysis show a good value but there needs to be improvement of service quality, especially the cleanliness of toilets in the bus.

Keywords: Customer Satisfaction Index (CSI), customer satisfaction, quality dimension

I. PENDAHULUAN

Transportasi memiliki peran yang penting dalam suatu pembangunan dan perkembangan suatu wilayah erat kaitannya dengan mobilisasi pergerakan arus orang dan barang maupun jasa.[1]. Dalam memenuhi segala kebutuhan suatu daerah tidak dapat berdiri sendiri secara

total, karena itulah membutuhkan daerah lain sebagai pendukung, dimana sarana penghubungnya transportasi. Dengan tidak adanya sarana transportasi sebagai sarana penunjang, maka usaha mewujudkan tujuan pembangunan yang sesuai dengan harapan tidak akan dapat terpenuhi secara maksimal. Hal ini menyebabkan

perkembangan transportasi khususnya di kota Surabaya menjadi semakin pesat seiring dengan semakin tingginya kebutuhan masyarakat akan alat transportasi massal.

Salah satu contohnya adalah perusahaan otobus. Perusahaan otobus adalah perusahaan yang menyediakan jasa angkutan orang dengan kendaraan umum di jalan pada trayek antar kota dalam provinsi (AKDP) dan antar kota antar provinsi (AKAP) [2]. Semakin bertumbuhnya perusahaan-perusahaan otobus yang ada di Kota Surabaya mengakibatkan persaingan diantara perusahaan tersebut semakin jelas terlihat dalam rangka merebut konsumen. Dalam persaingan tersebut juga membawa dampak positif dan negatif. Salah satu yang membawa dampak positif adalah PO.Sumber Group yang telah membuka trayek PATAS untuk Jalur JOGJA/SEMARANG - SOLO - SURABAYA Via Karangjati pada awal tahun 2015 ini. Di bawah payung SUMBER GROUP dan di bawah manajemen Golden Star.

Salah satu faktor yang dapat menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa [3]. Penilaian mengenai kepuasan pelanggan merupakan suatu kebutuhan bagi manajemen. Penilaian kepuasan merupakan evaluasi bagi manajemen untuk meningkatkan pelayanan dan memenangkan persaingan. Sudah menjadi kebutuhan yang mendasar, baik bagi perorangan maupun perusahaan dalam meningkatkan produktivitas dan peningkatan kualitas pelayanan terhadap konsumen khususnya pada bisnis transportasi.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik mengkaji permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik pengguna bus patas Sugeng Rahayu?
2. Berapakah persen tingkat kepuasan pelanggan bus patas Sugeng Rahayu?

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengukur kepuasan pelanggan Bus Patas Sugeng Rahayu sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas layanannya. Kepuasan pelanggan secara keseluruhan dapat diukur menggunakan *Customer Satisfaction Index (CSI)* [4]. Untuk menciptakan nilai kepuasan bagi pelanggan dalam usaha pengendalian kualitas jasa, ada lima dimensi kualitas yang menjadi fokus pada kualitas pelayanan yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati) [5].

Kualitas Jasa / Pelayanan

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik [6]. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Dalam konteks kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan, telah

tercapai konsensus bahwa harapan pelanggan memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan. Harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut [7]. Suatu cara perusahaan jasa untuk tetap dapat unggul dan bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa, kemudian dibandingkan.

Menurut Kotler yang dikutip dari Buku *Total Quality Management* ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya [4] :

1. Sistem keluhan dan saran.

Organisasi yang berpusat pelanggan memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2. *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

3. *Lost customer analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya exit interview saja yang perlu, tetapi pemantauan customer loss rate juga penting, peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Indeks Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction Index)

Pengukuran terhadap indeks kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction Index) diperlukan karena hasil dari pengukuran tersebut dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran-sasaran ditahun-tahun mendatang [8]. Tanpa adanya indeks kepuasan pelanggan tidak mungkin top management dapat menentukan target dalam peningkatan kepuasan pelanggan. Selain itu indeks juga diperlukan karena proses pengukuran kepuasan pelanggan bersifat kontinue.

Cara menghitung indeks kepuasan pelanggan adalah:

1. Menghitung Weighting Factors (WF)
Yaitu fungsi dari media importance score atau skor median tingkat kepentingan masing-masing atribut dalam bentuk 5% dari total median importance score atau skor median tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji.
2. Menghitung Weighted Score (WS)
Yaitu fungsi dari median satisfaction score atau skor median tingkat kepuasan masing-masing atribut dikalikan dengan Weighting Factors (WF) masing-masing atribut.
3. Menghitung Weighted Median Total (WMT)
Yaitu total dari nilai Weighted Score (WS) keseluruhan
4. Indeks Kepuasan Pelanggan
Yaitu perhitungan dari Weighted Median Total (WMT) dibagi skala maksimum atau highest scale dikali 100%.

Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen, dengan kriteria sebagai berikut:

- | | |
|----------------|-------------|
| a. 0,81 – 1,00 | Sangat puas |
| b. 0,66 – 0,80 | Puas |
| c. 0,51 – 0,65 | Cukup puas |
| d. 0,35 – 0,50 | Kurang puas |
| e. < 0,50 | Kurang puas |

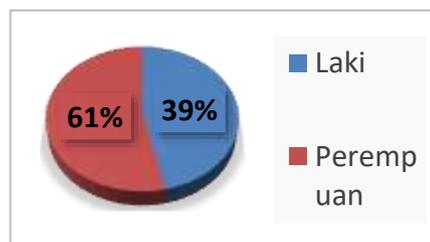
II. METODE

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah gabungan data kualitatif dan kuantitatif yang diperoleh melalui wawancara dan survey menggunakan kuesioner. Sedangkan instrument yang digunakan pada kuesioner ini menggunakan 14 item pertanyaan. Uji validitas merupakan suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (*content*) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian [9]. Sedangkan Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Setelah dilakukan *pilot study* dan didapatkan instrumen yang valid dan reliabel baru dilakukan *main study*, sedangkan penentuan jumlah responden yang dilibatkan dalam *main study* ini menurut **Steer Davies Gleave** mengungkapkan bahwa untuk mendapatkan hasil yang

lebih baikpun jumlah sampelnya bisa menggunakan antara 75 sampai 100 sampel [10] . Maka dari itu pada studi penelitian ini dilakukan dengan mengambil jumlah sampel sebanyak 100 responden.

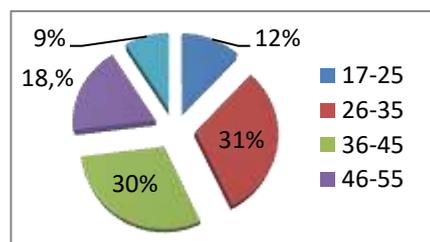
III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik demografi pelanggan berdasarkan hasil penelitian dibagi kedalam 4 kelompok, yaitu jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan per bulan. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa sebagian besar pelanggan bus patas Sugeng Rahayu adalah pengunjung wanita sebanyak 61 orang (61%) sedangkan pengunjung laki-laki yaitu sebanyak 39 orang (39 %). Data sebaran pelanggan menurut jenis kelamin dapat dilihat pada gambar berikut .



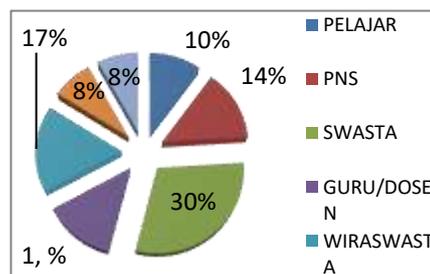
Gambar 1. Peresentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa sebagian besar pelanggan bus patas Sugeng Rahayu adalah penumpang dengan usia 26 – 35 tahun (31%) sedangkan pengunjung dengan usia > 55 tahun hanya 9%. Data sebaran pelanggan menurut usia dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 2. Peresentase Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar pelanggan bus patas Sugeng Rahayu adalah penumpang dengan jenis pekerjaan swasta (30 %). Data sebaran pelanggan menurut jenis pekerjaan dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. Persentase Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Pengujian Validitas

Pengujian Validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (instrumen) mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk menghitung nilai korelasi (r) antara data pada masing – masing pertanyaan dengan skor total. Uji validitas dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan *Microsoft Excel 2007*. Nilai korelasi yang dihitung dinyatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel, nilai r tabel adalah 0,1946. Berdasarkan dari hasil pengolahan, masing-masing atribut untuk tingkat kinerja dan kepentingan didapatkan bahwa kuesioner bersifat valid.

Uji Realibilitas

Realibilitas adalah nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur (instrumen) didalam mengukur gejala yang sama. Uji realibilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach's* dengan bantuan *Microsoft Excel 2007*. Hasil uji yang dilakukan menunjukkan bahwa peubah tersebut bersifat sangat reliabel. Berdasarkan teknik *Alpha Cronbach's* dihasilkan nilai untuk tingkat kepentingan sebesar 0,924 dan untuk tingkat kinerja sebesar 0,773. Nilai tersebut berada diatas nilai r tabel yaitu sebesar 0,1946 ; berarti dapat disimpulkan bahwa hubungan tersebut sangat reliable.

Indeks Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Index*)

Pengukuran *Customer Satisfication Index (CSI)* dilakukan untuk mengetahui kepuasan pelanggan dan dijadikan acuan dalam menentukan sasaran-sasaran di masa yang akan datang, Tanpa adanya CSI, kecil kemungkinan bagi pengelola dapat menentukan tujuan dalam peningkatan kepuasan konsumennya.

Pada tabel 1 menunjukkan nilai CSI sebesar **0,785**, yang mana nilai yang mana nilai tersebut berada pada interval nilai 0.66–0.80 yang berarti pelanggan “**Puas**” terhadap pelayanan yang diberikan oleh bus patas Sugeng Rahayu. Hasil ini menunjukkan tidak terdapat kesenjangan/*Gap* antara harapan pelanggan dengan kualitas pelayanan yang diterima pelanggan. Ini menunjukkan bahwa pelayanan yang telah diberikan oleh bus patas Sugeng Rahayu sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pengguna. Untuk itu masukan yang dapat diberikan adalah agar bus patas Sugeng Rahayu ini untuk tetap mempertahankan prestasi bila perlu ditingkatkan lagi untuk perbaikan kinerja yang masih kurang. Tindakan evaluasi dan perbaikan yang perlu ditingkatkan lagi adalah kebersihan didalam toilet agar lebih diperhatikan, karena masih terdapat armada bus yang toiletnya dalam keadaan tidak bersih.

Tabel 1. Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Atribut	Pernyataan	Skor Median Tingkat Kepentingan	Importance Weighting Factor (WF)	Skor Median Tingkat Kinerja	Weighted Score (WS)
1	Ketepatan jadwal perjalanan bus	4.59	0.072	3.98	0.29
2	Waktu pengoperasian bus yang sesuai dengan kebutuhan penumpang	4.42	0.070	3.78	0.26
3	Bus patas Sugeng Rahayu dapat diandalkan	4.53	0.071	4.06	0.29
4	Kean dan kesiapan petugas dalam menyediakan pelayanan bagi pelanggan hingga tuntas	4.49	0.071	3.97	0.28
5	Kean dan ketepatan petugas dalam memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan	4.47	0.070	3.97	0.28
6	Keamanan dari tindak kriminal selama dalam perjalanan	4.64	0.073	4.06	0.30
7	Kenyamanan pada saat naik turun bus	4.57	0.072	4.03	0.29
8	Ketersediaan asuransi atau jaminan keselamatan	4.26	0.067	3.47	0.23
9	Harga tiket yang ditawarkan	4.70	0.074	4.38	0.32
10	Kesopanan petugas dalam melayani penumpang	4.47	0.070	3.87	0.27
11	Kebersihan di dalam bus	4.72	0.074	4.14	0.31
12	Kebersihan toilet di dalam bus	4.53	0.071	2.88	0.21
13	Tempat transit untuk makan menarik	4.56	0.072	4.02	0.29
14	Armada bus menarik dan kondisinya bagus	4.59	0.072	4.30	0.31
TOTAL		63.54	1.00	54.91	3.93

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen bus patas Sugeng Rahayu secara keseluruhan puas. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang diperoleh berada diantara 66% - 80%, yaitu sebesar 78.5 %. Sehingga bus patas Sugeng Rahayu diharapkan tetap bisa mempertahankan prestasi tersebut. Tetapi meskipun meskipun hasil analisis menunjukkan nilai yang bagus tetapi perlu ada peningkatan kualitas layanan terutama kebersihan toilet di dalam bus. Sehingga dengan adanya upaya bus patas Sugeng Rahayu dalam memperbaiki kualitas layanannya maka kepuasan konsumen dapat meningkat.

Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya perlu dilakukan penambahan atribut agar diperoleh informasi kepuasan pelanggan lebih detail. Sedangkan untuk analisa pembahasan dapat ditambahkan dengan metode *Important Performance Analysis* (IPA) agar didapatkan hasil jenis pelayanan apa yang harus dipertahankan dan yang perlu ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] V. R. Putri and R. Karina M. R. Brahmana, "Strategi Pengembangan Usaha Transportasi Bus," *Agora*, vol. 3, no. 1, pp. 168–176, 2015.
- [2] D. W. Hariyono, "Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan Umum di Surabaya Implementation of Passenger Transport with Public Transport in Surabaya," vol. 2, no. 22, pp. 177–190, 1945.
- [3] I. Aditia and Suhaji, "Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada pandangan wangi semarang," *Ekonomi*, pp. 1–19, 2012.
- [4] S. Husna and A. Syukri, "Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Analisis Gap Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja," *J. Ilm. Tek. Ind.*, vol. 13, no. 2, pp. 103–111, 2014.
- [5] V. D. Mahardhika and Supriyono, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api Indonesia (Kai) Daerah Operasi 6 Yogyakarta," *Advance*, vol. 3, no. 1, pp. 1–12, 2016.
- [6] W. Mardikawati, "PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN, MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PELANGGAN BUS EFISIENSI (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap)," *J. Adm. Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 64–75, 2013.
- [7] R. Y. Wijayanti and I. Andriyanto, "PENGARUH HARAPAN, KEPUASAN DAN SARANA FISIK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi kasus pada Usaha Jasa Warnet di Kudus)," *BISNIS J. Bisnis dan Manaj. Islam*, vol. 4, no. 2, p. 35, 2016.
- [8] H. E. Lodhita, I. Santoso, S. Anggarini, and K. Konsumen, "Kata kunci: CSI (Customer Satisfaction Index), IPA (Importance Performance Analysis) , Kepuasan Konsumen, Kualitas pelayanan."
- [9] R. Riyani, S. Maizora, and H. Hanifah, "Uji Validitas Pengembangan Tes Untuk Mengukur Kemampuan Pemahaman Relasional Pada Materi Persamaan Kuadrat Siswa Kelas Viii Smp," *J. Penelit. Pembelajaran Mat. Sekol.*, vol. 1, no. 1, pp. 60–65, 2017.
- [10] I. Alwi, "Kriteria Empirik dalam Menentukan Ukuran Sampel Pada Pengujian Hipotesis Statistika dan Analisis Butir," *Form. J. Ilm. Pendidik. MIPA*, vol. 2, no. 2, pp. 140–148, 2015.
- [11] D. Triana and W. O. Oktavianto, "Relevansi Kualifikasi Kontraktor Bidang Teknik Sipil Terhadap Kualitas Pekerjaan Proyek Konstruksi Di Provinsi Banten," *J. Fondasi*, vol. 2, no. 2, pp. 182–190, 2013.

Halaman ini sengaja dikosongkan