

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS LAYANAN TRAVEL PO. KERINCI MULYA JAMBI

DIKKY ALAM M.

Jurusan Manajemen FEB Universitas Jambi

Email :

Abstract

This study aims to explain the analysis of consumer perceptions of the quality of PO travel services. Kerinci Mulya Jambi and to analyze consumer perceptions of the quality of PO travel services. Kerinci Mulya Jambi. The research method uses an average score. The results of the study concluded that based on the results of the average score obtained from each of the five dimensions of the variable, it indicated that PO travel customers. Kerinci Mulya Jambi in this study was satisfied with the quality of service provided by the travel PO. Kerinci Mulya. Of the five service dimensions measured, the reliability dimension, the responsiveness dimension, and the assurance dimension, the delivery of which is in line with the customer's perceived expectations of the services provided by the travel PO. Kerinci Mulya Jambi has not been optimally felt by these customers. It can be seen that the average consumer perception score is 4.18. It can be concluded that the level of quality of PO travel services. Kerinci Mulya Jambi is satisfying. On the Responsiveness service dimension related to responsiveness in more detail regarding the ability of employees to provide information, in this case the ability of bus crews to provide information and speed in serving goods delivery, customer expectations related to the ability of travel drivers to know more in-depth passenger pick-up routes again as well as the information needed by the recipient of the shipment of goods if the shipment has arrived it is expected as soon as possible to get information from the travel party to the customer having the lowest level of satisfaction among the five service dimensions measured.

Keywords: perception, consumers, service quality

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan analisis persepsi konsumen terhadap kualitas layanan travel PO. Kerinci Mulya Jambi dan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap kualitas layanan travel PO. Kerinci Mulya Jambi. Metode penelitian menggunakan skor rata-rata. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil skor rata-rata yang diperoleh dari masing-masing variable kelima dimensi menunjukkan bahwa pelanggan travel PO. Kerinci Mulya Jambi dalam penelitian ini merasa puas terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh travel PO. Kerinci Mulya. Dari lima dimensi jasa yang diukur, dimensi reliability, dimensi responsiveness, dan dimensi assurance yang penyampaiannya sudah sesuai dengan persepsi harapan pelanggan namun harapan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh travel PO. Kerinci Mulya Jambi belum secara maksimal dirasakan oleh pelanggan tersebut. Dapat dilihat bahwa rata-rata skor persepsi konsumen sebesar 4,18. Dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas layanan jasa travel PO. Kerinci Mulya Jambi sudah memuaskan. Pada dimensi jasa Responsiveness yang berkaitan dengan daya tanggap lebih detailnya mengenai kemampuan karyawan dalam memberikan informasi, dalam hal ini kemampuan awak bus dalam memberikan informasi dan kecepatan dalam melayani pengiriman barang, harapan pelanggan yang berkaitan dengan kemampuan supir travel dalam mengenal rute antar jemput penumpang lebih mendalam lagi serta informasi yang dibutuhkan oleh penerima kiriman barang jika

kiriman telah tiba diharapkan segera mungkin mendapatkan informasi dari pihak travel kepada pelanggan memiliki tingkat kepuasan terendah diantara lima dimensi jasa yang diukur.

Kata kunci : persepsi, konsumen, kualitas layanan

PENDAHULUAN

Salah satu faktor yang memegang peranan penting dalam pembangunan adalah sektor jasa. Sektor ini tumbuh dan berkembang sesuai dengan makin majunya tingkat perekonomian dan taraf kehidupan masyarakatnya. Sektor jasa yang berkembang di Provinsi Jambi salah satunya adalah jasa transportasi. Jasa transportasi merupakan urat nadi kehidupan ekonomi suatu daerah. Pembangunan di bidang ekonomi membutuhkan jasa transportasi yang cukup memadai, karena tanpa adanya transportasi sebagai sarana penunjang dalam berbisnis tidak akan mencapai hasil yang optimal.

Seiring dengan perkembangan perekonomian, kebutuhan akan jasa angkutan menjadi semakin meningkat. Dengan meningkatnya jumlah permintaan akan jasa transportasi maka semakin banyak pula perusahaan-perusahaan jasa transportasi yang beroperasi. Hal ini mengakibatkan timbulnya persaingan yang sangat ketat antara perusahaan transportasi yang satu dengan yang lainnya dalam hal mendapatkan penumpang.

Menurut Kotler dan Armstrong (2000) perusahaan mendefinisikan pesaing sebagai semua perusahaan yang membuat produk atau kelas produk sama. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mengenal terlebih dahulu siapa pesaingnya. Kemudian barulah perusahaan menjadi tahu tujuan dari pesaingnya dengan melihat strategi-strategi yang mereka gunakan. Sehingga nantinya perusahaan dapat melihat kekuatan dan kelemahan pesaingnya. Dari informasi diatas perusahaan dapat memperkirakan mana pesaing yang perlu diserang dan dihindari.

Dalam situasi persaingan yang semakin ketat maka banyak dari perusahaan jasa menempatkan orientasi untuk merebut pangsa pasar pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya. Salah satu cara agar perusahaan mampu memberi kepuasan kepada pelanggan yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan baik itu dalam bentuk penyediaan mobil yang baik, sopir yang berpengalaman (*Profesional*), penyediaan fasilitas lainnya seperti *snack*, asuransi keselamatan jiwa, keramahan dalam melayani konsumen, dan lain-lain, sehingga dapat memberikan kepuasan dan keselamatan bagi penumpang.

Apabila pelanggan puas akan jasa yang diberikan oleh perusahaan maka konsumen tersebut akan setia menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan sebaliknya, apabila pelanggan tidak puas dengan jasa yang diberikan maka pelanggan akan beralih ke perusahaan lainnya yang mampu memberikan kepuasan kepada mereka. Untuk itu dalam industri jasa, kepuasan pelanggan harus sangat diutamakan agar tercipta loyalitas pelanggan kepada produk jasa yang ditawarkan perusahaan sehingga perusahaan akan mampu bertahan dalam persaingan yang semakin ketat.

Berdasarkan alasan diatas, maka dalam skripsi ini penulis berusaha membahas mengenai kualitas layanan jasa angkutan travel di Provinsi Jambi.

Perkembangan jasa angkutan di Provinsi Jambi mengalami peningkatan yang cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan jasa angkutan penumpang yang melayani berbagai trayek berdiri di kota Jambi. Perusahaan angkutan penumpang yang melayani trayek Jambi – Kerinci pun semakin banyak, salah satunya adalah PO. Kerinci Mulya. Dalam melayani trayek Jambi – Kerinci terdapat beberapa pesaing utama

PO. Kerinci Mulya antara lain : PO. Gunung Kerinci dan PO. Kliput Kerinci. Dengan tingginya tingkat persaingan antar perusahaan jasa transportasi maka pelanggan akan dengan bebas memilih menggunakan jasa transportasi/angkutan yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan/penumpang itu sendiri.

Dengan semakin banyaknya perusahaan yang bergerak dalam jasa transportasi maka akan membawa dampak pada adanya persaingan yang ketat diantara perusahaan tersebut dalam merebut pelanggan. Untuk itu PO. Kerinci Mulya harus memberikan pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Bentuk pelayanan jasa yang diberikan dapat berupa atribut-atribut seperti *snack*, mobil yang nyaman dengan fasilitas seperti *AC – Tape Recorder*, antar jemput alamat, karyawan yang ramah, dan sebagainya sehingga mampu menarik perhatian pelanggan. Hal ini akan mempengaruhi kepuasan dan keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.

Tingginya tingkat persaingan diantara jasa angkutan penumpang mengakibatkan perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan salah satunya yaitu dengan cara menyediakan fasilitas-fasilitas yang dapat membuat penumpang menjadi nyaman pada saat melakukan perjalanan. Apabila pelanggan merasa puas maka pelanggan akan setia menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Apabila fasilitas yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan lebih inovatif dibandingkan oleh perusahaan pesaing hal tersebut merupakan salah satu upaya untuk menarik pelanggan. Berikut data perkembangan jumlah penumpang tiga perusahaan travel yang melayani trayek Jambi – Kerinci :

Jumlah penumpang PO Kerinci Mulya pada tahun 2007 adalah sebanyak 5,012 orang sementara PO Gunung Kerinci yang sudah terlebih dahulu merintis trayek Jambi – Kerinci mendapat 4,560 orang penumpang. Sementara PO Kliput Kerinci yang memulai usaha trayek Jambi – Kerinci pada saat yang hampir bersamaan memperoleh penumpang sebanyak 4,327 orang. Pada tahun 2008 PO Kerinci Mulya mengalami kenaikan jumlah penumpang menjadi 5,760 orang sementara PO Gunung Kerinci mengalami kenaikan jumlah penumpang menjadi 6,160 orang. PO Kliput Kerinci juga mengalami kenaikan jumlah penumpang menjadi 5,100 orang. Pada tahun 2009 PO Kerinci Mulya kembali mengalami pertambahan jumlah penumpang menjadi 6,480 orang sementara PO Gunung Kerinci mengalami kenaikan jumlah penumpang dibandingkan dari tahun 2008 menjadi 6,200 orang dan PO Kliput Kerinci juga mengalami peningkatan jumlah penumpang menjadi 5,930 orang. Pada tahun 2010 PO. Kerinci Mulya memiliki jumlah penumpang sebanyak 7,920 orang sementara itu PO Gunung Kerinci memiliki penumpang sebanyak 6,350 orang dan PO. Kliput Kerinci memiliki penumpang sebanyak 6,740 orang. Pada tahun 2011 PO Kerinci Mulya mengalami peningkatan jumlah penumpang sebanyak 8,736 orang sementara PO. Gunung Kerinci memiliki jumlah penumpang sebanyak 7,020 orang dan PO. Kliput Kerinci memiliki penumpang sebanyak 6,925 orang.

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Data dapat diartikan sebagai fakta yang menggambarkan lewat angka, simbol, kode dan lain-lain. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama, penelitian ini dilakukan dengan wawancara langsung menggunakan kuisioner yang berisi daftar

pertanyaan terpola dan terstruktur sesuai dengan kebutuhan akan data yang mengacu pada topik dan judul penelitian. Data ini berupa opini konsumen secara individu atau kelompok yang berkenaan dengan judul penelitian. Data Primer diperoleh dengan cara :

- Wawancara atau *Interview*
Merupakan pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung dengan pihak manajemen PO. Kerinci Mulya Jambi. Wawancara merupakan suatu tehnik mengumpulkan data dalam metode *survey* yang menggunakan pertanyaan secara lisan terhadap subyek penelitian
- Kuisisioner
Merupakan alat untuk mengumpulkan data dengan cara pendistribusian daftar pertanyaan yang berhubungan dengan pengalaman dan harapan penumpang PO. Kerinci Mulya Jambi. Kuisisioner ini bertujuan untuk mendapatkan tanggapan dari responden yang terpilih. Dalam penyusunan kuisisioner, digunakan Skala Pengukuran yaitu Skala Likert yang dijabarkan dalam 18 item pertanyaan. Ke delapan belas item pertanyaan tersebut dikelompokkan menurut 5 dimensi kualitas jasa yaitu : *Tangibles, Realibility, Responsiveness, Assurances, dan Emphaty.*

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dijadikan sebagai dasar dalam penganalisaan secara teori yang diperoleh penulis secara tidak langsung melalui catatan yang tersusun dalam arsip perusahaan yang berhubungan dengan informasi tentang perusahaan sesuai dengan judul penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data-data yang berkaitan dengan perkembangan penjualan perusahaan, sejarah umum perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan data-data lainnya yang mendukung penelitian ini diperoleh dari PO. Kerinci Mulya.

Studi kepustakaan dilakukan guna memperkuat landasan teori dan analisis dengan berdasarkan buku-buku, konsep-konsep dan *literature* yang berkaitan dengan penelitian ini.

Metode Penarikan Sample

Dalam penelitian ini populasinya adalah jumlah penumpang dari PO. Kerinci Mulya selama satu bulan terakhir yaitu sebanyak 660 orang.

Jumlah sampel yang akan menjadi responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 66 orang (10% dari jumlah populasi selama satu bulan terakhir). Menurut Arikunto (2002, Hal. 22) jika jumlah populasi lebih besar dari 66 orang, maka dapat diambil antara 10% - 15% atau 20% - 25%.

Penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tehnik *purposive sampling*, dimana pengambilan sampel dilakukan dengan segala catatan bahwa sampel tersebut *representative* dan mewakili populasi responden yang menjadi sampel adalah mereka yang telah dewasa yaitu telah berumur minimal 20 tahun dan telah menggunakan jasa PO. Kerinci Mulya minimal 2 kali dalam satu tahun terakhir.

Metode Analisis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan analisis deskriptif. Dengan menggunakan gambaran secara sistematis dan faktual mengenai faktor-faktor yang ada dalam *literature-literature* yang berkaitan dengan penelitian ini, serta menganalisis masalah yang terjadi pada PO. Kerinci Mulya Jambi.

Alat Analisis

Alat analisis yang dipakai pada penelitian ini adalah menggunakan skor rata-rata. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna jasa transportasi travel, kuisisioner penumpang dan penilaian kinerja perusahaan yang mempengaruhi kepuasan penumpang

berdasarkan 5 dimensi utama jasa yaitu : *Tangibles, Reability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*. Berdasarkan Skala *Likert* yang tercermin dalam keragaman nilai yang berkisar antara 1 sampai 5 dimana :

Sangat Setuju	Nilai : 5
Setuju	Nilai : 4
Kurang Setuju	Nilai : 3
Tidak Setuju	Nilai : 2
Sangat Tidak Setuju	Nilai : 1

Sedangkan pada variabel kualitas layanan, penulis menggunakan skor rata rata dan rentang skala penelitian untuk menentukan posisi penilaian responden terhadap variabel tersebut, dengan rumus sebagai berikut :

$$R_s : R(\text{skor}) / M$$

Dimana : $R(\text{skor}) = \text{Skor terbesar} - \text{Skor terkecil}$

$M = \text{Banyaknya kategori}$

Menurut Kriyantono (2008) Skor rata-rata penilaian setiap jawaban terdiri dari kisaran 1 sampai 5, maka rentang skalanya adalah

$$R_s : R(\text{skor})/M$$

$$R_s : 5-1/5 = 0,8$$

Maka interval dari kriteria penilaian dari rata-rata adalah sebagai berikut :

Nilai Rata rata	Interprestasi
1,00 – 1,80	Tidak baik
1,81 – 2,60	Kurang baik
2,61 – 3,40	Cukup baik
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat baik

PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan metodologi penelitian, maka sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 66 orang karyawan. Untuk menggambarkan profil ke-66 orang respondren tersebut maka dalam hal ini peneliti menjelaskan berdasarkan karakteristik usia, status, tingkat pendidikan. Karakteristik tersebut adalah sebagai berikut :

Profil Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.1 Profil Responden Bedasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah Penumpang	Persentase (%)
1	25 th - 29 th	8	0,13
2	30 th - 34 th	21	0,35
3	35 th - 39 th	20	0,33
4	40 th - 44 th	6	0,1
5	45 th - 49 th	5	0,08
6	50 th - 53 th	6	0,1
J u m l a h		66	

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa total umur responden penumpang pada Travel PO. Kerinci Mulya terdiri dari yang berumur 25 tahun s/d 29 tahun sebanyak 8 orang responden sebesar 0,13%, karyawan yang berumur 30 tahun s/d 34 tahun sebanyak 21 orang responden sebesar 0,35%. Sedangkan yang berumur 35 tahun s/d 39 tahun sebanyak 20 orang responden sebesar 0,33%, dan yang berumur 40 tahun s/d 44 tahun sebanyak 6 orang responden sebesar 0,1%. Sebanyak 5 orang responden yang berumur 45 tahun s/d 49 tahun sebesar 0,08%. Untuk usia 50 tahun s/d 53 tahun sebanyak 6 orang sebesar 0,1%. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden berada pada umur 30 tahun s/d 34 tahun yang menandakan pada umur tersebut penumpang lebih produktif dalam melakukan perjalanan, sementara hanya sebagian kecil berada pada kelompok umur antara 50 tahun s/d 53 tahun yaitu yang nilai persentasenya sebesar 0,1%.

Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang telah mengisi kuisioner dapat dilihat pada tabel 5.2 berikut ini :

Tabel 5.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Penumpang	Persentase (%)
1	Laki-Laki	47	0,7
2	Perempuan	19	0,2
JUMLAH		66	

Dari tabel 5.2 diatas menunjukkan bahwa repsonden laki-laki dlam penelitian ini berjumlah 47 orangatau sebesar 0,7% dari responden perempuan berjumlah 19 orang atau sebesar 0,2% dari 66 orang penumpang. Besarnya komposisi laki-laki kemungkinan disebabkan laki-laki lebih banyak melakukan pekerjaan dibandingkan dengan perempuan.

Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Travel PO. Kerinci Mulya Jambi

Persepsi pelayanan terhadap kualitas layanan dapat diukur dan dievaluasi dengan mengadakan penelitian melalui dimensi-dimensi kualitas layanan yang dikemukakan oleh Zeithami, Berry dan Parasuraman (1990) yaitu: terdapat lima dimensi kualitas layanan. Adapun pengertian dari dimensi ini adalah:

1. *Tangibles*, yaitu penampilan dan kualitas fisik, peralatan, karyawan dan alat-alat komunikasi misalnya tempat duduk di Travel nyaman, toilet di setiap pemberhentian yang bersih, fasilitas yang disediakan lengkap dan penampilan karyawan (supir dan kondektur) rapi.
2. *Reliability*, yaitu kesediaan untuk memberikan layanan sesuai dengan yang telah dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan, misalnya jadwal keberangkatan travel yang selalu tepat waktu.
3. *Responsiveness*, yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dengan memberikan layanan seketika, misalnya kecepatan layanan yang diberikan karyawan (pelanggan tidak perlu menunggu terlalu lama untuk mendapatkan tiket), layanan yang diberikan karyawan sesuai keinginan pelanggan.
4. *Assurance*, yaitu pengetahuan, sopan santun dan kemampuan para karyawan untuk menimbulkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan, misalnya: kesopanan karyawan dalam memberikan layanan kepada pelanggan.

5. *Empathy*, yaitu kepedulian dan perhatian secara individu yang diberikan oleh badan usaha kepada pelanggan, misalnya karyawan memperhatikan keluhan pelanggan dan kepedulian karyawan terhadap kebutuhan pelanggannya.

Kotler sendiri menganggap kelima dimensi ini sebagai faktor penentu kualitas layanan (1997). Kualitas layanan yang baik serta kepuasan pelanggan tersebut dapat mempengaruhi intensitas kunjungan pelanggan pada kesempatan berikutnya pada badan usaha yang bersangkutan.

Kualitas layanan adalah permulaan dari kepuasan pelanggan. Pelanggan dalam menentukan kualitas layanan tidak hanya berdasarkan pada hasil dari suatu layanan tersebut tetapi juga memperhatikan proses pemberian layanan tersebut.

Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Travel PO. Kerinci Mulya Jambi

Gambaran tentang kualitas layanan jasa angkutan travel PO. Kerinci Mulya Jambi dapat dilihat dari lima dimensi yang dapat dilihat pada bahasan berikut ini :

5.1.1 Analisis Dimensi *Tangibles*

yaitu penampilan dan kualitas fisik, peralatan, karyawan dan alat-alat komunikasi misalnya tempat duduk di travel nyaman, ruang tunggu loket yang nyaman, fasilitas yang disediakan lengkap dan penampilan karyawan (supir dan kondektur) rapi. Dimensi *Tangibles* dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.3 Tabulasi Dimensi *Tangibles*

Dimensi	item	Persepsi
Tangibles	1	4.4
	2	4.3
JUMLAH		8.7
Rata-rata		4.35

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa skor rata-rata persepsi pelanggan travel PO. Kerinci Mulya Jambi lebih tinggi daripada skor rata-rata harapan (Persepsi = 4.35 > Harapan = 3.7) sehingga menghasilkan Gap yang positif yaitu 1,3.

Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan sudah merasa cukup puas meskipun diantara 4 indikator pada dimensi ini ada dua item yang belum sesuai dengan harapan pelanggan. Dimensi *Tangibles* pada kualitas layanan pada travel PO. Kerinci Mulya Jambi memiliki dua item yang menunjukkan skor persepsi > harapan yaitu pada item pertama sebesar 4.4 yang indikatornya adalah tentang keadaan ruang tunggu/loket PO. Kerinci Mulya Jambi yang memberikan rasa nyaman pada pelanggannya dan pada item kedua yaitu sebesar 4.3 yang berkenaan dengan kendaraan yang dimiliki oleh PO. Kerinci Mulya Jambi adalah kendaraan yang layak/baik dengan dilengkapi fasilitas yang layak juga. Hal tersebut menggambarkan bahwa aspek kenyamanan ruang tunggu/loket dan kendaraan dengan fasilitas yang layak tersebut sudah memenuhi persepsi dari pelanggan jasa angkutan travel PO. Kerinci Mulya Jambi.

Sedangkan pada item tiga dan item empat yang berkenaan dengan kerapian karyawan travel PO. Kerinci Mulya Jambi dan pemilihan tempat peristirahatan yang nyaman menghasilkan skor harapan < persepsi, hal ini menandakan bahwa travel PO. Kerinci Mulya Jambi belum memenuhi harapan dari pelanggannya. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa pada dimensi *Tangibles* kualitas layanan jasa angkutan pada travel PO. Kerinci Mulya Jambi sudah sesuai dengan persepsi pelanggannya.

Analisis Dimensi *Reliability*

yaitu kesediaan untuk memberikan layanan sesuai dengan yang telah dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan, misalnya jadwal keberangkatan travel yang selalu tepat waktu. Indikator yang menjadi tolak ukur dari dimensi *Reliability* adalah sistem pencatatan barang dibagasi yang akurat dan penanganan bagasi yang cepat. Hasil analisis pada dimensi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.4 Tabulasi Dimensi *Reliability*

Dimensi	item	Persepsi
Reliability	3	4.1
	4	4
JUMLAH		8.1
Rata-rata		4.05

Berdasarkan tabel 5.4 dapat dilihat bahwa skor rata-rata persepsi pada dimensi *Reliability* lebih besar daripada skor harapan pelanggan jasa angkutan (Persepsi > Harapan), yaitu Persepsi (4.05) > Harapan (3.65) sehingga menghasilkan Gap positif juga yaitu sebesar 0.8.

Hal ini menunjukkan bahwa pada dimensi *Reliability* ada beberapa item pada dimensi ini yang belum memenuhi harapan dari pelanggan jasa angkutan travel PO. Kerinci Mulya Jambi, yaitu pada item lima dan item tujuh yang berkenaan dengan ketepatan waktu keberangkatan & waktu tiba serta kepastian waktu penyampaian jasa sedangkan persepsi pelanggan jasa yang dapat dilihat pada item enam dan item delapan (sistem pencatatan bagasi yang akurat dan penanganan bagasi yang cepat) sudah sesuai dengan persepsi pelanggan jasa travel tersebut.

Berdasarkan hal diatas, penulis berkesimpulan bahwa pada dimensi *Reliability* ini sudah cukup memenuhi harapan dari pelanggan jasa angkutan travel dan persepsi mereka terhadap layanan travel PO. Kerinci Mulya Jambi pun sudah memenuhi persepsi pelanggan.

Analisis Dimensi *Responsiveness*

yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dengan memberikan layanan seketika, misalnya kecepatan layanan yang diberikan karyawan (pelanggan tidak perlu menunggu terlalu lama untuk mendapatkan tiket), layanan yang diberikan karyawan sesuai keinginan pelanggan. Hasil analisis pada dimensi ini dapat lihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.5 Tabulasi Dimensi *Responsiveness*

Dimensi	Item	Persepsi
Responsiveness	5	4.2
	6	3.8
JUMLAH		8
Rata-rata		4

Berdasarkan tabel 5.5 tabulasi dimensi *Responsiveness* diatas menunjukkan bahwa skor rata-rata pada dimensi ini adalah Persepsi > Harapan, dengan demikian Gap yang dihasilkan menunjukkan Gap yang positif yaitu sebesar 1.7.

Harapan pelanggan jasa angkutan pada travel PO. Kerinci Mulya ini sudah cukup memenuhi harapan. Hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata pada item harapan sebesar 3.15 sedangkan skor rata-rata pada item persepsi sebesar 4. Hal ini menunjukkan bahwa travel PO. Kerinci Mulya Jambi sudah memenuhi kualitas dalam memberikan layanan pada pelanggan jasa angkutan mereka (ketanggapan awak bus dalam menangani masalah selama dalam perjalanan serta melayani penumpang) akan tetapi ada beberapa hal yang belum terpenuhi yaitu di dalam hal kemampuan awak travel dalam memberikan informasi dan kecepatan dalam melayani pengiriman barang. Dalam hal ini harapan penumpang yang berkaitan dengan kemampuan supir travel dalam mengenal rute antar jemput penumpang lebih mendalam lagi serta informasi yang dibutuhkan oleh penerima kiriman barang jika kiriman telah tiba diharapkan segera mungkin mendapatkan informasi dari pihak travel.

Analisis Dimensi Assurance

yaitu pengetahuan, sopan santun dan kemampuan para karyawan untuk menimbulkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan, misalnya: kesopanan karyawan dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Indikator dalam dimensi *Assurance* ini adalah tingkat kepercayaan dan tingkat kesopanan. Hasil analisis pada dimensi *Assurance* ini dapat dilihat pada tabel dibawah berikut ini :

Tabel 5.6 Tabulasi Dimensi *Assurance*

Dimensi	item	Persepsi
Assurance	7	4
	8	3.9
JUMLAH		7.9
Rata-rata		3.95

Dari hasil tabulasi dimensi *Assurance* diatas, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa skor rata-rata persepsi (3.95) lebih besar daripada skor rata-rata harapan (3.6), sehingga menghasilkan Gap yang positif walaupun belum begitu memenuhi standarnya yaitu 0.7

Pada dimensi *Assurance* ini travel PO. Kerinci Mulya Jambi harus banyak melakukan perubahan/perbaikan dalam pelayanan terhadap pelanggan jasa angkutan mereka, terutama dalam hal kepercayaan pelanggan dan kesopanan karyawan PO. Kerinci Mulya Jambi. Pada item 13 dan item 14 yaitu mengenai kesopanan karyawan travel PO. Kerinci Mulya Jambi kepada pelanggannya dan pengalaman dan pengetahuan awak travel PO. Kerinci Mulya Jambi yang luas sudah sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh pelanggan jasa travel tersebut. Akan tetapi hasil dari Gap yang diperoleh dari dimensi *Assurance* ini belum memenuhi standar yang telah ditentukan, sehingga kesimpulan pada dimensi ini layanan yang diberikan oleh travel PO. Kerinci Mulya terhadap pelanggan jasanya kurang begitu percaya dalam memberikan rasa aman selama perjalanan, pengalaman dan pengetahuan dari awak travel tersebut juga masih kurang memuaskan serta layanan yang diberikan oleh karyawan travel PO. Kerinci Mulya Jambi dinilai oleh pelanggan belum memenuhi batas kesopanan yang baik.

Analisis Dimensi Emphaty

yaitu kepedulian dan perhatian secara individu yang diberikan oleh badan usaha kepada pelanggan, misalnya karyawan memperhatikan keluhan pelanggan dan kepedulian karyawan terhadap kebutuhan pelanggannya. Analisis pada dimensi ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.7 Tabulasi Dimensi *Emphaty*

Dimensi	item	Persepsi
Emphaty	9	4.5
	10	4.5
JUMLAH		9
Rata-rata		4.5

Berdasarkan tabel 5.7 tabulasi dimensi *Emphaty* diatas menunjukkan bahwa skor rata-rata pada dimensi ini adalah Persepsi (4.5) > Harapan (3.6), dengan demikian Gap yang dihasilkan menunjukkan Gap yang positif yaitu sebesar 1.8

Harapan pelanggan jasa angkutan pada travel PO. Kerinci Mulya ini sudah memenuhi harapan. Hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata pada item harapan sebesar 3.6 sedangkan skor rata-rata pada item persepsi sebesar 4.5, hal ini menunjukkan bahwa travel PO. Kerinci Mulya Jambi sudah memenuhi kualitas dalam memberikan layanan pada pelanggan jasa angkutan mereka didalam hal tingkat perhatian yang diberikan dari pihak travel terhadap pelanggannya yang berupa : komunikasi yang efektif dan perhatian terhadap kebutuhan penumpang selama dalam perjalanan. Secara keseluruhan hasil yang diperoleh pada dimensi *Emphaty* ini sudah memenuhi harapan dan persepsi pelanggan.

Dari keseluruhan hasil analisis kualitas layanan jasa angkutan travel PO. Kerinci Mulya berdasarkan lima dimensi diatas yang meliputi : Dimensi *Tangibles* (Bukti Fisik), Dimensi *Reliability* (Keandalan), Dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap), Dimensi *Assurance* (Jaminan), dan Dimensi *Emphaty* diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5.8 Tabulasi Layanan Jasa Angkutan Travel PO. Kerinci Mulya Jambi

Variabel	No. Pernyataan	Indikator	Skor Rata2 Persepsi	
Tangibles (Bukti Fisik)	No. 1	* Keadaan ruang tunggu/loket yang memberikan rasa aman	4.4	4.4
	No. 2	* Kendaraan yg baik/layak dilengkapi fasilitas yang layak	4.4	
Reliability (Keandalan)	No. 6	* Sistem pencatatan barang di bagasi yg akurat	4.1	4.05
	No. 8	* Penanganan bagasi yg cepat	4	
Responsiveness (Daya Tanggap)	No. 9	* Ketanggapan melayani penumpang	4.2	4
	No. 10	* Kemampuan awak bus utk tanggap dlm menghadapi mslh	3.8	
Assurance (Jaminan)	No. 13	* Kesopanan karyawan kepada penumpang	4	3.95
	No. 14	* Pengalaman dan pengetahuan yg luas	3.9	
Emphaty (Empati)	No. 16	* Memberi perhatian kpd setiap penumpang dengan sungguh2	4.5	4.5
	No. 17	* Waktu keberangkatan yang cocok bagi penumpang	4.5	
Skor Rata-Rata Persepsi :			4.18	

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui variabel atribut pendukung pelayanan memiliki nilai baik, hal tersebut dapat dilihat dari nilai rata rata variabel atribut pendukung yaitu sebesar 4,5. Indikator dengan nilai tertinggi pada variabel ini adalah pada indicator yang menyatakan PO. Kerinci mulya memberi perhatian kepada penumpang dengan sungguh sungguh dan memiliki waktu keberangkatan yang cocok bagi penumpang. Sedangkan indikator yang memiliki nilai terendah yaitu para karyawan PO. Kerinci Mulya

berpengalaman dan berpengetahuan yang luas. Pernyataan ini memiliki nilai rata rata 3,95, nilai tersebut termasuk kategori konsumen menyatakan baik. Dan jika diurutkan dimensi yang memiliki tingkat kualitas layanan yang paling rendah yaitu :

1. Dimensi *Assurance*

Dimensi *Assurance* menunjukkan tingkat kualitas layanan pengguna jasa angkutan travel yang paling kecil, dengan skor rata-rata persepsi sebesar 3,95. Hal ini dikarenakan pengguna jasa angkutan travel merasa bahwa travel PO. Kerinci Mulya Jambi belum memberikan rasa kepercayaan dan kesopanan kepada pelanggan atas jasa yang ditawarkan. Hal ini menandakan bahwa harapan dan persepsi pelanggan agar memperoleh rasa aman selama perjalanan dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan travel PO. Kerinci Mulya Jambi belum memenuhi standar kesopanan. Untuk itu karyawan harus lebih berusaha untuk menumbuhkan rasa kepercayaan dan kesopanan terhadap pengguna jasa angkutan sehingga pelanggan merasa nyaman dan aman pada saat melakukan perjalanan. Meskipun demikian pelanggan merasa karyawan travel PO. Kerinci Mulya Jambi telah memiliki pengetahuan yang luas mengenai daerah tujuannya sehingga komunikasi yang dilakukan akan menjadi lebih efektif.

2. Dimensi *Reliability*

Dimensi *reability* ini menunjukkan tingkat kualitas layanan jasa terkecil urutan kedua yaitu dengan skor rata-rata persepsi sebesar 4,05. Berdasarkan skor yang dihasilkan pada dimensi ini harapan dan persepsi pelanggan mengenai sistem pencatatan barang dibagasi yang akurat dan penanganan bagasi yang cepat sudah hampir memenuhi harapan dan persepsi dari pelanggan tapi belum secara maksimal dirasakan oleh pelanggan karena sopir dan kenek melakukankan pekerjaan dengan asal-asalan membuat pelanggan merasa tidak nyaman/menggerutu.

3. Dimensi *Tangibles*

Dimensi *tangibles* menunjukkan tingkat kualitas layanan jasa angkutan terkecil ketiga yaitu dengan skor rata-rata persepsi 4,4. Ini menandakan bahwa pelanggan merasa apa yang mereka harapkan dan persepsikan mengenai ruang tunggu loket, tempat duduk di travel yang nyaman telah tersedia begitupun dengan penampilan karyawan yang rapi dan baik sehingga membuat pelanggan merasa nyaman pada saat menunggu dan jadwal keberangkatan mereka dan melakukan perjalanan. Meskipun tingkat layanannya sudah baik namun travel PO. Kerinci Mulya Jambi harus tetap melakukan perbaikan agar travel PO. Kerinci Mulya Jambi tetap mampu bertahan dimasa yang akan datang.

4. Dimensi *Responsiveness*

Dimensi *responsiveness* memiliki tingkat kualitas layanan jasa angkutan relative tinggi dibandingkan tiga dimensi jasa sebelumnya yaitu sebesar dengan skor rata-rata persepsi 4. Hal ini dikarenakan harapan dan persepsi pelanggan akan kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam menghadapi masalah yang terjadi sudah baik dirasakan pelanggan. Hal ini terjadi karena karyawan yang dimiliki oleh travel PO. Kerinci Mulya Jambi sudah cukup banyak sehingga tidak membuat pelanggan harus menunggu beberapa waktu untuk dapat melayani pelanggan. Namun demikian travel PO. Kerinci Mulya Jambi selalu memberikan kepastian waktu keberangkatan yang jelas kepada pelanggan sehingga dapat mengurangi kekecawaan pelanggannya.

5. Dimensi *Emphaty*

Dimensi *emphaty* menunjukkan tingkat kualitas jasa angkutan yang paling tinggi diantara dimensi jasa lainnya yaitu dengan skor rata-rata persepsi sebesar 4,5. Hal ini

menandakan bahwa apa yang diharapkan dan dipersepsikan pelanggan mengenai keluhan pelanggan dan kepedulian karyawan terhadap kebutuhan pelanggan secara spesifik sudah mampu dipenuhi oleh travel PO. Kerinci Mulya Jambi dengan sangat baik. Travel PO. Kerinci Mulya Jambi harus mampu mempertahankan hal ini agar bisa bertahan dalam menghadapi persaingan usaha dimasa yang akan datang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil skor rata-rata yang diperoleh dari masing-masing variable kelima dimensi menunjukkan bahwa pelanggan travel PO. Kerinci Mulya Jambi dalam penelitian ini merasa puas terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh travel PO. Kerinci Mulya.
2. Dari lima dimensi jasa yang diukur, dimensi reliability, dimensi responsiveness, dan dimensi assurance yang penyampaianya sudah sesuai dengan persepsi harapan pelanggan namun harapan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh travel PO. Kerinci Mulya Jambi belum secara maksimal dirasakan oleh pelanggan tersebut. Dapat dilihat bahwa rata-rata skor persepsi konsumen sebesar 4,18. Dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas layanan jasa travel PO. Kerinci Mulya Jambi sudah memuaskan.
3. Pada dimensi jasa Responsiveness yang berkaitan dengan daya tanggap lebih detailnya mengenai kemampuan karyawan dalam memberikan informasi, dalam hal ini kemampuan awak bus dalam memberikan informasi dan kecepatan dalam melayani pengiriman barang, harapan pelanggan yang berkaitan dengan kemampuan supir travel dalam mengenal rute antar jemput penumpang lebih mendalam lagi serta informasi yang dibutuhkan oleh penerima kiriman barang jika kiriman telah tiba diharapkan segera mungkin mendapatkan informasi dari pihak travel kepada pelanggan memiliki tingkat kepuasan terendah diantara lima dimensi jasa yang diukur.

Saran

PO. Kerinci Mulya Jambi harus memperhatikan dan harus selalu berusaha untuk lebih memperhatikan keinginan dan kebutuhan dari pelanggan dan selalu meningkatkan kinerja karyawan sehingga pelanggan merasa puas dalam menggunakan jasa yang ditawarkan terutama menyangkut dimensi responsiveness. Hal ini perlu dilakukan agar dapat memberikan kepuasan bagi penumpang yang lebih maksimal pada dimensi tersebut. Selain itu juga pihak travel harus tetap melakukan perbaikan-perbaikan pada dimensi jasa yang lain agar menjadi perusahaan yang mampu menghadapi persaingan dan menjadi perusahaan yang lebih berkualitas dimasa yang akan datang.

Indikator – indikator yang memiliki pengaruh kuat dalam meningkatkan kualitas jasa harus diperhatikan dalam upaya memperbaiki kualitas dimasa yang akan datang. Pada dimensi tangibles yaitu : menyediakan fasilitas – fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan bagi penumpang. Dimensi reliability yaitu: dengan penyampaian jasa tepat waktu dan pencatatan data penumpang secara akurat. Dimensi responsiveness : yaitu dengan karyawan yang tanggap dalam melayani penumpang dan tanggap dalam menghadapi masalah yang terjadi dapat memberikan kepuasan bagi penumpang. Dimensi assurance: kesopanan karyawan serta pengetahuan karyawan akan menciptakan rasa nyaman bagi penumpang dalam melakukan perjalanan dengan menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Dan terakhir dimensi empathy: dengan menjalin komunikasi efektif serta memberikan perhatian kepada penumpang.

Daftar Pustaka

- Angel, J.F. et al. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Alih bahasa: Agus Maulana. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran* Edisi 11, PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran* Edisi 12, PT. Indeks.
- Kotler, Philip, 2001, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, LP FE-UI, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jilid I. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Nitisimito, A. 1982, *Mengatasi Turunnya Omzet Penjualan*, Ghalia Indonesia, Jakarta.