**ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI TAKSI PADA ARJUNA TRAVEL RUTE PONTIANAK-SANGGAU**

**Ismilah Kurnia Nurjanah**

**Nim. 111310300**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi,

Universitas Muhammadiyah Pontianak

Abstrak

Penelitian ini digunakan untuk mengukur kepuasan pelangan terhadap pelayanan jasa transportasi taksi Arjuna Travel rute Pontianak-Sanggau. Untuk keperluan penelitian ini digunakan sebanyak 100 responden yang diambil dari pengguna jasa taksi dan digunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Kepuasan pelanggan diukur menggunakan analisis SERVQUAL, yaitu selisih antara skor persepsi dengan skor harapan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Arjuna Travel Pontianak-Sanggau yang diberikan kepada konsumen masih belum optimal artinya tidak memuaskan pengguna jasa transportasi taksi. Hal ini dapat dilihat dari skor Servqual (gap) yang diperoleh (-0,296) yang berarti persepsi lebih rendah dari harapan pengguna jasa taksi sehingga pelayanan yang diberikan tidak memuaskan. Skor Servqual (gap) negatif tertinggi yaitu (-0,77). Hal ini berarti dimensi jaminan memiliki tingkat ketidakpuasan paling tinggi, sehingga dimensi ini dinilai oleh pengguna jasa taksi memiliki kualitas pelayanan paling rendah dibanding dimensi lainnya.

**LATAR BELAKANG**

Sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk serta semakin meningkatnya kemajuan masyarakat dalam pendidikan, perekonomian yang lebih makmur, perubahan sosial budaya masyarakat, serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka kesadaran masyarakat terhadap unsur-unsur pelayanan yang dapat diberikan oleh perusahaan semakin meningkat. Pada saat ini taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat semakin meningkat sehingga menuntut diperlukannya sarana angkutan umum yang mampu mendukung mobilitas mereka dalam beraktifitas sehari-hari.

Kondisi yang terjadi pada saat ini menunjukan bahwa meningkatnya permintaan jasa transportasi angkutan umum sebagai dampak dari tingginya mobilitas penduduk dirasakan belum ditata secara maksimal, sehingga manajemen jasa angkutan umum belum mampu menawarkan pelayanan yang lancar, tertib, aman dan memuaskan.

Pada saat ini kesadaran konsumen akan pentingnya nilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, baik dalam bentuk jasa maupun dalam bentuk barang semakin meningkat. Dan dari beberapa pengalaman menunjukan bahwa atas pemberian suatu kualitas jasa atau pelayanan tertentu akan menimbulkan penilaian yang berbeda dari setiap konsumen, karena tergantung dari bagaimana konsumen mengharapkan kualitas jasa/pelayanan tersebut.

Arjuna Travel rute Pontianak-Sanggau merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi taksi di Pontianak. Oleh karena itu sangatlah penting untuk mengetahui penilaian konsumen atas pelayanan yang telah diberikan selama ini. Arjuna Travel rute Pontianak-Sanggau telah berupaya memenuhi kebutuhan pelanggan pengguna jasa taksi, namun dalam perjalanannya sering mendapat keluhan dari pelanggan. Keluhan pelanggan tentang keterlambatan dalam menjemput penumpang tampaknya masih menjadi kendala yang sepenuhnya belum dapat diatasi oleh Arjuna Travel Pontianak. Di pihak lain pelayanan ketika penumpang menyampaikan keluhan terhadap sopir taxi, biasanya mereka merasa tersinggung dan sikap kurang sopan driver yang sudah terpasang belum optimal.

Dari latar belakang di atas, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah Bagaimana Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Taksi Pada Arjuna Travel Rute Pontianak-Sanggau?

Agar tidak terjadi penyimpangan pada hasil dan pembahasan, maka penelitian ini dibatasi pada 5 (lima) variabel kualitas pelayanan jasa penumpang taxi yang meliputi berwujud (*tangibles),* keandalan *(reliabity)*, daya tanggap *(responsiveness),* jaminan *(assurance),* empati *(emphaty).* Oleh karena itu, sesuai dengan permasalahan dan pembatasan masalah, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen yang diukur pada 5 (lima) variabel kualitas pelayanan jasa penumpang taxi yang meliputi berwujud *(tangibles),* keandalan *(reliabity),* daya tanggap *(responsiveness),* jaminan *(assurance),* empati *(emphaty)* terhadap pelanggan pengguna jasa taxi pada Arjuna Travel rute Pontianak-Sanggau.

**TINJAUAN PUSTAKA**

**Pengertian Transportasi**

Transportasi atau pengangkutan adalah perpindahan dari suatu tempat ke tempat lain dengan menggunakan alat pengangkutan, baik yang digerakkan oleh tenaga manusia, hewan (kuda, sapi, kerbau), atau mesin. Konsep transportasi didasarkan pada adaanya perjalanan *(trip)* asal *(origin)* dan tujuan *(destination.* Perjalanan adalah pergerakan orang dan barang antara dua tempat kegiatan yang terpisah untuk melakukan kegiatan perorangan atau kelompok dalam masyarakat. Ada lima unsur pokok transportasi, yaitu manusia (yang membutuhkan transportasi), barang (yang diperlukan manusia), kendaraan (sebagai sarana transportasi), jalan (sebagai prasarana transportasi), dan organisasi (sebagai pengelola transportasi). Pada dasarnya, kelima unsur di atas saling terkait untuk terlaksananya transportasi, yaitu terjaminnya penumpang atau barang yang diangkut akan sampai ke tempat tujuan dalam keadaan baik, seperti pada saat awal diangkut. Dalam hal ini perlu diketahui dulu ciri penumpang dan barang, kondisi sarana dan konstruksi prasaranan, serta pelaksanaan transportasi.

Transportasi manusia atau barang biasanya bukanlah merupakan tujuan akhir, tetapi hal itu dilakukan untuk mencapai tujuan lain, oleh karena itu, permintaan atas jasa transportasi disebut sebagai permintaan turunan (*derived demand*) yang timbul akibat adanya permintaan akan komoditi atau jasa lain.  Pada dasarnya permintaan atas jasa transportasi:

1. Kebutuhan seseorang untuk berjalan dari satu lokasi ke lokasi lainnya untuk melakukan suatu kegiatan (misalnya bekerja, sekolah).
2. Permintaan akan angkutan barang tertentu agar tersedia di tempat yang diinginkan.

**Pengertian Jasa**

Rambat Lupiyoadi - A. Hamdani (2008 : 6), menjelaskan : “pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) konsumen”.

Tidak jauh berbeda dengan definisi di atas, Kotler (2002) mendefinisikan jasa sebagai berikut:

*“Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya”.*

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa jasa tidak bisa diwujudkan dalam bentuk apapun, pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta bervariasi karena tergantung pada siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu diberikan yang kemudian jasa tidak bisa disimpan dan mudah lenyap.

**Kualitas Jasa dan Pelayanan**

Salah satu cara untuk menempatkan penjualan jasa lebih unggul dibandingkan pesaingnya adalah dengan memberi atau memenuhi bahkan melebihi pengharapan konsumen mengenai mutu jasa tersebut. Harapan konsumen terhadap kualitas jasa yang diterima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman, saran teman-teman, kondisi fisik lingkungan, pemberi jasa dan iklan yang disampaikan oleh pemberi jasa. Informasi ini akan mempengaruhi pengharapan konsumen dan penyedia jasa, kemudian setelah memperoleh jasa yang dicari dia akan cenderung membandingkan dengan apa yang diharapkan.

Sebagai perusahaan jasa, unsur pelayanan adalah unsur yang tidak dapat dilepaskan sebab esensi dari jasa adalah pelayanan itu sendiri. Lebih dari itu di dalam industri jasa, kualitas memegang peranan yang sangat penting. Hal ini disebabkan pelayanan berada pada garis yang paling depan yang langsung berhadapan dengan konsumen ketika konsumen mengkonsumsi suatu jasa. Persepsi konsumen terhadap kualitas suatu jasa sangat dipengaruhi oleh sejauh mana pelayanan tersebut memenuhi harapan konsumen.

Pelayanan adalah upaya untuk membantu menyiapkan, menyediakan, atau mengurusi kepentingan orang lain. Pihak yang melayani menyampaikan layanan kepada pelanggannya. Bentuk pelayanan dapat berupa barang nyata, atau jasa. Mutu pelayanan yang diberikan kepada konsumen mengacu kepada tingkatan baik tidaknya sebuah pelayanan. Ukuran tidak baiknya sebuah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen tidak mudah untuk dilihat dan diukur karena setiap jenis pelayanan memiliki ciri khas masing-masing, berkembang dan selalu disesuaikan dengan keperluan konsumen.

Menurut John Sviokla, definisi kualitas jasa adalah: “ kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggannya”.

Dalam menilai persepsi dan tingkat kepentingan atau harapan konsumen, Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani (2008 : 182), mengemukakan bahwa ada 5 dimensi yang ditentukan dalam menentukan kualitas pelayanan, yaitu:

1. Berwujud *(tangible),* yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan penampilan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata.
2. Keandalan *(reliability),* yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Ketanggapan *(responsiveness),* yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.
4. Jaminan *(assurance),* yaitu pengetahuan, kesopansatntunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. Empati *(emphaty),* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

**Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah konsep bisnis yang fundamental dan sederhana. Akan tetapi, implementasinya sangat kompleks. Inilah salah satu faktor yang menyebabkan hanya sedikit perusahaan di Indonesia yang mempunyai komitmen panjang dalam mengimplementasikan program-program kepuasan pelanggan. Tidak ada strategi yang ajaib dalam kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan hanya terwujud berkat komitmen, persistensi, determinasi dari top manajemen dan seluruh jajaran staf perusahaan. Kepuasan pelanggan tercipta mulai dari hal-hal yang detil, hal-hal yang rutin, dan dimulai jauh sebelum produk atau jas diproduksi, karena kepuasan pelanggan harus dimulai dari hati, yaitu kesadaran dan kecintaan terhadap pelanggan.

Menurut Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani (2008 : 192) : “kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan”.

Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberi dasar bagi pembelian ulang, dan menciptakan loyalitas serta rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

**Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Metode survei merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan. Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut:

1. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkapkan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan Arjuna Travel pada skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas *(directly reported satisfaction).*
2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan *(derived dissatisfaction).*
3. Responden untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan *(problem analysis).*
4. Responden dapat diminta meranking berbagai atribut dari penawaran berdasarkan tingkat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen *(important performance analysis).*

Kepuasan dapat ditulis dalam persamaan sebagai berikut:

Kepuasan Pelanggan = f *(expectations, percived performance)*

Dari persamaan di atas dapat diketahui bahwa ada dua variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan, yaitu *expectations* dan *perceived performance.* Apabila *perceived performance* melebihi *expectations,* maka pelanggan akan puas, tetapi bila sebaliknya maka pelanggan akan merasa tidak puas. Adanya pengaruh langsung dari *perceived performance* terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh *perceived performance* tersebut lebih kuat dari pada *expectations* di dalam menentukan kepuasan pelanggan.

**METODE PENELITIAN**

**Bentuk Penelitian**

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey. Dengan menggunakan metode survey, penulis akan melakukan survey kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Arjuna Travel rute Pontianak-Sanggau.

**Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 1**

**Kerangka Pemikiran**

**Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Taxi**

**Pada Arjuna Travel Rute Pontianak-Sanggau**

Dimensi Kepuasan:

1. Berwujud / *Tangibles* (X1)
2. Keandalan / *Reliability* (X2)
3. Daya Tanggap / *Responsiveness* (X3)
4. Jaminan / *Assurance* (X4)
5. Empati / *Emphaty* (X5)

Kepuasan Konsumen

(Y)

**Metode Pengumpulan Data**

pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data primer dan data sekunder. Data primer yang dikumpulkan terdiri dari observasi, wawancara, dan kuesioner. Sedangkan data sekunder yang dikumpulkan adalah studi dokumentasi, yaitu pengumpulan dokumen-dokumen yang behubungan dengan penelitian yang diperoleh dari data Arjuna Travel Pontianak, jurnal-jurnal dan buku-buku sebagai bahan teori.

**Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang melakukan pembelian atau menggunakan jasa taxi rute Pontianak-Sanggau pada Arjuna Travel Pontianak.

Besarnya jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

n = 96,04

n = 100 (pembulatan)

Keterangan :

Z1/2 : Tabel distribusi normal

e : 0.20 (kesalahan penarikan sampel)

Digunakan rumus ini karena populasi belum diketahui. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang responden dengan pertimbangan bahwa jumlah sampel tersebut cukup representatif untuk mewakili populasi.

**Variabel Penelitian**

Variabel yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Arjuna Travel rute Pontianak-Sanggau terdiri dari:

1. Berwujud *(tangible),* meliputi tampilan fasiitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi yang dimiliki oleh Arjuna Travel Rute Pontianak-Sanggau. Atribut-atribut yang termasuk dalam dimensi ini adalah kebersihan dan kerapian mobil, tempat parkir yang cukup luas, penampilan sopir yang selalu rapi, taxi selalu dalam keadaan bersih, dan fasilitas sangat lengkap yang tersedia di dalam taxi, seperti AC, Tape, dan lain-lain.
2. Keandalan *(reliability)*, yaitu kemampuan Arjuna Travel Rute Pontianak-Sanggau memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Atribut-atribut yang termasuk dalam dimensi ini adalah selalu tepat waktu sampai tujuan Pontianak-Sanggau, proses yang cepat dalam pemesan tiket, dan proses yang cepat dalam pergantian kendaraan.
3. Daya Tanggap *(responsiveness)*, yaitu keinginan para karyawan Arjuna Travel Rute Pontianak-Sanggau untuk membantu para penumpang taxi dan memberikan layanan tanggap. Atribut-atribut yang termasuk dalam penelitian ini adalah sikap karyawan yang ramah dalam melayani penumpang, dan tindakan karyawan yang sigap dan cepat dalam menangani keluhan penumpang.
4. Jaminan *(assurance),* mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan Arjuna Travel Rute Pontianak-Sanggau untuk bebas dari bahaya, resiko atau keraguan-raguan. Atribut-atribut yang termasuk dalam dimensi ini adalah sopir taxi yang selalu ramah dan sopan terhadap penumpang, karyawan yang selalu ramah dalam memberikan informasi, karyawan yang ramah dalam melayani konsumen yang memesan tiket, dan selalu aman dalam perjalanan.
5. Empati *(emphaty),* meliputi kemudahan dalam menjalani relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para penumpang taxi. Atribut-atribut yang temasuk dalam dimensi ini adalah sopir memberikan perhatian kepada penumpang, dan kenyamanan penumpang selalu terjaga.

Variabel-variabel tersebut diukur skala Likert dengan 5 (lima) kategori jawaban sebagai berikut:

**Tabel 1**

**Skala Pengukuran Variabel Penelitian**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Skala Pengukuran** | | | |
| **Harapan** | **Skor** | **Persepsi** | **Skor** |
| 1. | Tidak Puas (TP) | 1 | Sangat Tidak Baik (STB) | 1 |
| 2. | Kurang Puas (KP) | 2 | Tidak Baik (TB) | 2 |
| 3. | Cukup Puas (CP) | 3 | Kurang Baik (KB) | 3 |
| 4. | Puas (P) | 4 | Baik (B) | 4 |
| 5. | Sangat Puas (SP) | 5 | Sangat Baik (SB) | 5 |

**Alat Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SERVQUAL *(service quality),* yaitu analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat kesenjangan (gap) antara persepsi *(perceived)* dengan harapan *(expectation)* penumpang taxi pada Arjuna Travel rute Pontianak-Sanggau.

Perhitungan kepuasan pelanggan menggunakan model *Servqual* mencakup perhitungan perbedaan di antara nilai yang diberikan para pengguna taxi untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan harapan dan persepsi.

Skor *Servqual* untuk setiap pasang pernyataan dalam penelitian ini, bag masing- masing pengguna jasa taxi dapat dihitung berdasarkan rumus menurut Zeithaml,et al (1990) dalam Tjiptono (2007:275) sebagai berikut:

|  |
| --- |
| **Skor SERVQUAL = Skor Persepsi – Skor Harapan** |

Sumber : Tjiptono, 2014

Data yang diperoleh dari kuesioner yang berisi pernyataan harapan dan persepsi pengguna jasa taxi sebagai berikut :

* + - * 1. *Item-by-item analysis*, yaitu analisis yang dilakukan terhadap setiap atribut pelayanan secara individu berkenaan dengan kualitas pelayanan.
        2. *Dimension-by-dimension analysis*, yaitu analisis yang dilakukan terhadap setiap dimensi pelayanan secara individu berkenaan dengan kualitas pelayanan.
        3. Perhitungan ukuran tunggal kualitas pelayanan atau gap Servqual, yaitu analisis yang dilakukan untuk menghitung kesenjangan (gap) secara keseluruhan terhadap dimensi dan atribut pelayanan transportasi taksi.

Dari hasil perhitungan Skor Servqual terhadap atribut dan dimensi kepuasan konsumen pengguna taksi, maka langkah selanjutnya adalah melakukan interprestasi terhadap kualitas pelayanan transportasi taksi adalah sebagai berikut:

Jika skor harapan > persepsi, maka akan diperoleh nilai negatif (-), artinya harapan penumpang taxi untuk atribut tersebut tidak tercapai, yang berarti penumpang taxi tidak puas. Apabila skor harapan < dibandingkan dengan persepsi, maka akan diperoleh nilai positif (+), artinya harapan penumpang taxi untuk atribut tersebut tercapai, yang berarti penumpang taxi dianggap sangat puas terhadap perusahaan. Apabila skor harapan = persepsi, maka konsumen akan merasa puas dengan atribut tersebut.

**HASIL**

**Karakteristik Responden**

Karakteristik responden dalam penelitian ini dapat disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 2**

**Karakteristik Responden**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Keterangan** | **Jumlah** | **Persentase** |
| 1. | Umur (Tahun):  20 – 29  30 – 39  40 – 49 | 62  15  23 | 62%  15%  23% |
| 2. | Jenis Pekerjaan:  PNS  Pegawai Swasta  Mahasiswa  Pedagang  Ibu Rumah Tangga | 13  47  27  3  10 | 13%  47%  27%  3%  10% |
| 3. | Pendidikan:  Sekolah Menengah Atas (SMA)  Diploma (DIII)  Sarjana (S1) | 73  6  21 | 73%  6%  21% |
| 4. | Penghasilan (Rupiah)  500.000-1.599.999  1.600.000-2.599.999  2.600.000-3.599.999  3.600.000-4.599.999 | 47  18  25  10 | 47%  18%  25%  10% |
| 5. | Banyaknya Dalam Pemakaian Taksi:  1 – 5  6 – 10  11 – 15 | 52  13  35 | 52%  13%  35% |

*Sumber : Data Olahan, 2015*

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menjadi pelanggan Arjuna Travel Pontianak lebih banyak didominasi oleh pelanggan dengan berumur antara 20 sampai dengan 29 tahun (62%), bekerja sebagai pegawai swasta (47%), berpendidikan sekolah menengah atas (73%), berpenghasilan antara Rp. 500.000,00 sampai dengan Rp. 1.599.999,00 per bulan (47%), dan banyaknya dalam pemakaian taksi 1 sampai dengan 5 kali (52%).

**Analisis Kepuasan Konsumen Pada Arjuna Travel rute Pontianak-Sanggau**

Analisis yang digunakan untuk mengetahui kepuasan pengguna jasa transportasi taksi pada Arjuna Travel Pontianak adalah analisis SERVQUAL *(Service Quality)*, yaitu setiap pasang pernyataan dihitung dengan cara mengurangi skor persepsi dengan skor harapan. Hasil perhitungan dan analisis kepuasan pengguna jasa taksi pada Arjuna Travel Pontianak menggunakan lima dimensi pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Berwujud *(Tangibles)*

Berwujud *(tangibles)* dalam penelitian ini meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi yang dimiliki Arjuna Travel. Hasil tanggapan responden terhadap harapan (ekspektasi) dan persepsi atribut-atribut pelayanan Arjuna Travel Pontianak dalam dimensi berwujud *(tangibles)*dapat disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 3**

**Penilaian Responden terhadap Atribut-atribut**

**Dimensi Berwujud *(Tangibles)***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Atribut** | **Tingkat persepsi/kenyataan** | | | | | | | **Tingkat harapan/keinginan** | | | | | | | **Skor Servqual** |
| **5** | **4** | **3** | **2** | **1** | **Total** | **Skor** | **5** | **4** | **3** | **2** | **1** | **Total** | **Skor** |
| 1. | Fasilitas di dalam mobil sebagai  pelengkap pelayanan yang tersedia seperti AC, Tape, Musik. | 24 | 71 | 5 | 0 | 0 | 419 | 4,19 | 55 | 28 | 15 | 1 | 1 | 435 | 4,35 | -0,16 |
| 2. | Kebersihan dan kerapian mobil. | 22 | 70 | 5 | 3 | 0 | 411 | 4,11 | 34 | 45 | 21 | 0 | 0 | 413 | 4,13 | -0,02 |
| 3. | Penampilan sopir yang  selalu rapi. | 21 | 64 | 12 | 2 | 1 | 402 | 4,02 | 33 | 50 | 16 | 0 | 1 | 414 | 4,14 | -0,12 |
| 4. | Kantor pelayanan Arjuna Travel bersih dan  nyaman. | 23 | 61 | 14 | 2 | 0 | 405 | 4,05 | 35 | 48 | 16 | 1 | 0 | 417 | 4,17 | -0,12 |
|  | **Skor Rata-rata Dimensi Berwujud** | | | | | | | | | | | | | | | -0,15 |

*Sumber : Data Olahan, 2015.*

Tabel 3 menunjukkan hasil perhitungan selisih nilai antara tingkat persepsi/kenyataan dengan tingkat harapan/keinginan konsumen terhadap atribut-atribut berwujud *(tangibles)* kualitas jasa taxi Arjuna Travel rute Pontianak-Sanggau. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa semua atribut dimensi berwujud *(tangibles)* menunjukkan nilai kesenjangan (gap) yang negatif (-). Nilai ini menunjukkan bahwa skor tingkat harapan (tingkat keinginan) lebih tinggi dari kenyataan (tingkat persepsi), yang berarti harapan penumpang taxi terhadap atribut-atribut dalam dimensi berwujud tidak tercapai, sehingga penumpang taxi merasa tidak puas.

Atribut dimensi berwujud *(tangibles)* yang memiliki selisih nilai negatif terendah dengan nilai sebesar 0,02 adalah kebersihan dan kerapian mobil. Sedangkan atribut yang memiliki selisih nilai negatif tertinggi dengan nilai 0,16 adalah fasilitas lengkap yang tersedia di dalam taxi, seperti AC, Tape, Musik, dan lain-lain memiliki tingkat ketidakpuasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan atribut lain dalam dimensi berwujud *(tangibles)*.

1. Keandalan *(Reliability)*

Keandalan *(reliability)* merupakan kemamuan Arjuna Travel dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Dimensi keandalan yang dinilai di sini adalah selalu tepat waktu sampai tujuan Pontianak-Sanggau, ketepatan waktu penyediaan taksi bila ada pemesanan melalui telpon, ketepatan dalam menentukan jadwal keberangkatan taksi, dan proses yang cepat dan tepat dalam memberikan pelayanan kepada penumpang. Penilaian responden terhadap atribut-atribut dimensi keandalan *(reliability)* pada Arjuna Travel dapat dilihat pada Tabel brikut:

**Tabel 4**

**Penilaian Responden terhadap Atribut-atribut**

**Dimensi Keandalan *(Reliability)***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Atribut** | **Tingkat persepsi/kenyataan** | | | | | | | **Tingkat harapan/keinginan** | | | | | | | **Skor Servqual** |
| **5** | **4** | **3** | **2** | **1** | **Total** | **Skor** | **5** | **4** | **3** | **2** | **1** | **Total** | **Skor** |
| 1. | Selalu tepat waktu sampai tujuan Pontianak-Sanggau | 21 | 63 | 12 | 1 | 3 | 398 | 3,98 | 41 | 39 | 17 | 1 | 2 | 416 | 4,16 | -0,18 |
| 2. | Ketepatan waktu penyediaan taksi bila ada pemesanan melalui telepon. | 38 | 48 | 9 | 4 | 1 | 418 | 4,18 | 48 | 35 | 13 | 4 | 0 | 440 | 4,40 | -0,22 |
| 3. | Ketepatan dalam menentukan jadwal keberangkatan taxi. | 25 | 57 | 12 | 4 | 2 | 399 | 3,99 | 45 | 32 | 17 | 3 | 3 | 413 | 4,13 | -0,14 |
| 4. | Proses yang cepat dan tepat dalam memberikan pelayanan kepada penumpang. | 24 | 59 | 14 | 2 | 1 | 403 | 4,03 | 28 | 54 | 16 | 2 | 0 | 408 | 4,08 | -0,05 |
|  | **Skor Rata-rata Dimensi Keandalan** | | | | | | | | | | | | | | | -0,14 |

*Sumber : Data Olahan, 2015.*

Tabel 4 menunjukkan hasil perhitungan selisih nilai antara persepsi/kenyataan dengan tingkat harapan/keinginan konsumen terhadap atribut dimensi keandalan *(reliability)* kualitas jasa taxi pada Arjuna Travel rute Pontianak-Sanggau. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa semua atribut dimensi keandalan *(reliability)* menunjukkan nilai kesenjangan (gap) yang negatif (-). Nilai ini menunjukkan bahwa skor tingkat harapan (tingkat keinginan) lebih tinggi dari kenyataan (tingkat persepsi) yang berarti harapan penumpang taxi terhadap atribut-atribut dalam dimensi keandalan *(reliability)*, sehingga penumpang taxi merasa tidak puas.

Atribut dimesi keandalan *(reliability)* yang memiliki selisih nilai negatif terendah dengan nilai sebesar 0,05 adalah proses yang cepat dan tepat dalam memberikan pelayanan kepada penumpang. Sedangkan nilai atribut yang memiliki selisih nilai negatif tertinggi dengan nilai sebesar 0,22 adalah ketepatan waktu penyediaan taxi bila ada pemesanan melalui via telepon. Hal ini berarti bahwa jika dilihat dari ketidakpuasannya, atribut ketepatan waktu penyediaan taxi bila ada pemesanan melalui via telepon memiliki tingkat ketidakpuasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan atribut lain dalam dimensi keandalan *(reliability).*

1. Daya Tanggap *(Responsiveness)*

Daya tanggap *(responsiveness)* adalahkeinginan atau kemauan para karyawan Arjuna Travel untuk membantu para penumpang taxi dan memberikan layanan dengan tanggap. Dimensi daya tanggap yang dinilai di sini adalah ketersediaan waktu untuk menanggapi keluhan penumpang, kemauan karyawan untuk menanggapi permintaan penumpang, keramahan dan kesopanan sopir/karyawan, dan karyawan yang ramah dalam melayani konsumen yang memesan tiket. Penilaian responden terhadap atribut-atribut dimensi daya tanggap *(responsiveness)* pada Arjuna Travel dapat dilihat pada Tabel berikut:

**Tabel 5**

**Penilaian Responden terhadap Atribut-atribut**

**Dimensi Daya Tanggap *(Responsiveness)***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Atribut** | **Tingkat persepsi/kenyataan** | | | | | | | **Tingkat harapan/keinginan** | | | | | | | **Skor Servqual** |
| **5** | **4** | **3** | **2** | **1** | **Total** | **Skor** | **5** | **4** | **3** | **2** | **1** | **Total** | **Skor** |
| 1. | Ketersediaan waktu untuk menanggapi keluhan penumpang. | 15 | 65 | 12 | 7 | 1 | 386 | 3,86 | 33 | 40 | 20 | 6 | 1 | 398 | 3,98 | -0,12 |
| 2. | Kemauan karyawan untuk menanggapi permintaan penumpang. | 19 | 61 | 17 | 2 | 1 | 395 | 3,95 | 29 | 50 | 21 | 3 | 1 | 415 | 4,15 | -0,02 |
| 3. | Keramahan dan kesopanan sopir/karyawan. | 34 | 53 | 8 | 3 | 2 | 414 | 4,14 | 42 | 38 | 18 | 2 | 0 | 420 | 4,20 | -0,06 |
| 4. | Karyawan yang ramah dalam melayani konsumen yang memesan tiket. | 29 | 57 | 12 | 2 | 1 | 412 | 4,12 | 44 | 39 | 14 | 2 | 1 | 423 | 4,23 | -0,11 |
|  | **Skor Rata-rata Dimensi Daya Tanggap** | | | | | | | | | | | | | | | -0,77 |

*Sumber : Data Olahan, 2015.*

Tabel 5 menunjukkan hasil perhitungan selisih nilai antara tingkat persepsi/kenyataan dengan tingkat harapan/keinginan konsumen terhadap atribut-atribut dimensi daya tanggap *(responsiveness)* kualitas jasa taxi pada Arjuna Travel rute Pontianak-Sanggau. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa semua atribut dimensi daya tanggap *(responsiveness)* menunjukkan nilai kesenjangan (gap) yang negatif (-). Nilai ini menunjukkan bawha skor tingkat harapan (tingkat keinginan) lebih tinggi dari kenyataan (tingkat persepsi), yang berarti harapan penumpang taxi terhadap atribut-atribut dalam dimensi daya tenggap *(responsiveness)* tidak tercapai, sehingga penumpang taxi merasa tidak puas.

Atribut dimensi daya tanggap *(responsiveness)* yang memiliki selisih nilai negatif terendah dengan nilai sebesar 0,02 adalah kemauan karyawan untuk menanggapi permintaan penumpang. Sedangkan atribut yang memiliki selisih negatif tertinggi dengan nilai sebesar 0,12 adalah ketersediaan waktu untuk menanggapi keluhan penumpang. Hal ini berarti bahwa jika dilihat dari ketidakpuasannya, atribut ketersediaan waktu untuk menaggapai keluhan penumpang memiliki tingkat ketidakpuasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan atribut lain dalam dimensi daya tanggap *(responsiveness).*

1. Jaminan (Assurance)

Jaminan *(assurance)* merupakan pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan Arjuna Travel untuk bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Dimensi jaminan yang dinilai di sini adalah rasa aman di dapat penumoang selalu terjaga, keandalan sopir dalam membawa kendaraan, dan adanya jasa asuransi kecelakaan bagi penumpang. Penilaian responden terhadap atribut-atribut dimensi jaminan *(assurance)* pada Arjuna Travel dapat dilihat pada Tabel berikut:

**Tabel 6**

**Penilaian Responden terhadap Atribut-atribut**

**Dimensi Jaminan *(Assurance)***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Atribut** | **Tingkat persepsi/kenyataan** | | | | | | | **Tingkat harapan/keinginan** | | | | | | | **Skor Servqual** |
| **5** | **4** | **3** | **2** | **1** | **Total** | **Skor** | **5** | **4** | **3** | **2** | **1** | **Total** | **Skor** |
| 1. | Rasa aman yang di dapat penumpang selalu terjaga. | 32 | 49 | 16 | 2 | 1 | 409 | 4,09 | 50 | 41 | 9 | 0 | 0 | 441 | 4,41 | -0,32 |
| 2. | Keandalan sopir dalam membawa kendaraan. | 26 | 62 | 11 | 1 | 0 | 413 | 4,13 | 47 | 37 | 15 | 1 | 0 | 430 | 4,30 | -0,17 |
| 3. | Adanya jasa asuransi kecelakaan bagi penumpang. | 37 | 48 | 12 | 2 | 1 | 418 | 4,18 | 47 | 35 | 13 | 3 | 2 | 422 | 4,22 | -0,04 |
|  | **Skor Rata-rata Dimensi Jaminan** | | | | | | | | | | | | | | | -0,17 |

*Sumber : Data Olahan, 2015*.

Tabel 6 menunjukkan hasil perhitungan selisih antara tingkat persepsi/kenyataan dengan tingkat harapan/keinginan konsumen terhadap atribut-atribut dimensi jaminan *(assurance)* kualitas jasa taxi pada Arjuna Travel rute Pontianak-Sanggau. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa semua atribut dimensi jaminan *(assurance)* menunjukkan nilai kesenjangan (gap) yang negatif (-). Nilai ini menunjukkan bahwa skor tingkat harapan (tingkat keinginan) lebih tinggi dari kenyataan (tingkat persepsi), yang berarti harapan penumpang taxi terhadap atribut-atribut dalam dimensi jaminan *(assurance)* tidak tercapai, sehingga penumpang taxi merasa tidak puas.

Atribut dimensi jaminan *(assurance)*yang memiliki selisih nilai negatif terendah dengan nilai sebesar 0,04 adalah adanya jasa asuransi kecelakaan bagi penumpang. Sedangkan atribut yang memiliki selisih nilai negatif tertinggi dengan nilai sebesar 0,32 adalah rasa aman yang didapat penumpang selalu terjaga. Hal ini berarti bahwa jika dilihat dari ketidakpuasannya, atribut rasa aman yang didapat penumpang selalu terjaga memiliki tingkat ketidakpuasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan atribut lain dalam dimensi jaminan *(assurance)*.

1. Empati *(Emphaty)*

Empati *(emphaty)* merupakan kemudahan dalam menjalani relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para penumpang taxi. Dimensi empati yang dinilai di sini adalah kesediaan sopir/karyawan untuk menangani keluhan penumpang, kesediaan sopir/karyawan dalam memberikan perhatian kepada penumpang, dan kepedulian sopir/karyawan untuk memahami suasana hati penumpang.. penilaian responden atribut-atribut dimensi empati *(emphaty)* pada Arjuna Travel dapat dilihat pada Tabel brikut:

**Tabel 7**

**Penilaian Responden terhadap Atribut-atribut**

**Dimensi Empati *(Emphaty)***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Atribut** | **Tingkat persepsi/kenyataan** | | | | | | | **Tingkat harapan/keinginan** | | | | | | | **Skor Servqual** |
| **5** | **4** | **3** | **2** | **1** | **Total** | **Skor** | **5** | **4** | **3** | **2** | **1** | **Total** | **Skor** |
| 1. | Kesediaan sopir/karyawan untuk  menangani keluhan penumpang. | 16 | 66 | 17 | 0 | 1 | 396 | 3,96 | 45 | 40 | 15 | 0 | 0 | 430 | 4,30 | -0,34 |
| 2. | Kesediaan sopir/karyawan dalam  memberikan perhatian kepada penumpang. | 24 | 54 | 17 | 5 | 0 | 397 | 3,97 | 37 | 44 | 18 | 0 | 1 | 416 | 4,16 | -0,19 |
| 3. | Kepedulian sopir/karyawan untuk  memahami siasana hati penumpang. | 17 | 68 | 10 | 5 | 0 | 397 | 3,97 | 40 | 42 | 14 | 3 | 1 | 420 | 4,20 | -0,23 |
|  | **Skor Rata-rata Dimensi Empati** | | | | | | | | | | | | | | | -0,25 |

*Sumber : Data Olahan, 2015*.

Tabel 7 menunjukkan hasil perhitungan selisih nilai antara tingkat persepsi/kenyataan dengan tingkat harapan/keinginan konsumen terhadap atribut-atribut dimensi empati *(emphaty)* kualitas jasa taxi pada Arjuna Travel rete Pontianak-Sanggau. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa semua atribut dimensi empati *(emphaty)* menunjukkan nilai kesenjangan (gap) yang negatif (-). Nilai ini menunjukkan bahwa skor tingkat harapan (tingkat keinginan) lebih tinggi dari kenyataan (tingkat persepsi), yang berarti harapan penumpang taxi terhadap atribut-atribut dalam dimensi empati *(emphaty)* tidak tercapai, sehingga penumpang taxi merasa tidak puas.

Atribut dimensi empati *(emphaty)* yang memiliki selisih nilai negatif terendah dengan nilai sebesar 0,19 adalah Kesediaan sopir/karyawan dalam memberikan perhatian kepada penumpang. Sedangkan atribut yang memiliki selisih nilai negatif tertinggi dengan nilai sebesar 0,34 adalah kesediaan sopir/karyawan untuk menangani keluhan penumpang. Hal ini berarti bahwa jika dilihat ini berarti bahwa jika dilihat dari ketidakpuasannya, atribut kesediaan sopir/karyawan untuk menangani keluhan penumpang memiliki tingkat ketidakpuasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan atribut lain dalam dimensi empati *(emphaty)*.

Berdasarkan hasil analisis servqual yang telah dipaparkan di atas, nilai kepuasan pengguna jasa transportasi taksi pada Arjuna Travel rute Pontianak-Sanggau dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

**Tabel 8**

**Skor Servqual Pengguna Jasa Transportasi Taksi pada Arjuna Travel Rute Pontianak-Sanggau**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Variabel Kepuasan** | **Skor Servqual** |
| 1. | Berwujud *(Tangibles)* | -0,15 |
| 2. | Keandalan *(Reliability)* | -0,14 |
| 3. | Daya Tanggap *(Responsiveness)* | -0,77 |
| 4. | Jaminan *(Assurance)* | -0,17 |
| 5. | Empati *(Emphaty)* | -0,25 |
|  | **Rata-rata** | **-0,296** |

Dari data di atas dapat diambil kesimpulan bahwa skor servqual pengguna jasa transportasi taksi meliputi berwujud, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati sebesar (-0,296) sehingga dapat disimpulkan bahwa pengguna jasa transportasi taksi tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan transportasi taksi Arjuna Travel rute Pontianak-Sanggau.

**KESIMPULAN**

**Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berumur antara 20-29 tahun (62%), pekerjaan responden (47%) pegawai swasta, pendidikan responden (73%) tingkat SMA, memiliki pendapatan rata-rata per bulan antara Rp.500.000,00- Rp.1.599.999,00 (47%), dan banyaknya responden dalam pemakaian taksi Arjuna Travel antara 1- 5 kali (52%).
2. Analisis kepuasan pengguna jasa transportasi taksi pada Arjuna Travel rute Pontianak-Sanggau dengan menggunakan analisis Servqual (gap) menunjukkan bahwa keseluruhan atribut pelayanan menghasilkan skor Servqual (gap) Negatif (-0,296), artinya harapan pengguna jasa transportasi taksi pada Arjuna Travel terhadap semua atribut pelayanan tidak tercapai, sehingga mereka merasa tidak puas terhadap semua atribut pelayanan jasa transportasi taksi. Skor Servqual (gap) yang bernilai negatif ini disebabkan karena skor harapan yang diperoleh lebih besar dari skor persepsi (skor harapan > skor persepsi), sehingga semua atribut pelayanan tidak dapat memenuhi harapan atau keinginan pengguna jasa transportasi taksi. Atribut yang memiliki tingkat kualitas paling tinggi adalah kesediaan sopir/karyawan untuk menangani keluhan penumpang dengan skor Servqual (gap) sebesar -0,34. Sedang atribut yang memiliki tingkat kualitas paling rendah adalah kemauan karyawan untuk menanggapi permintaan penumpang dengan skor Servqual (gap) sebesar -0,02. Hal ini berarti bahwa kesediaan sopir/karyawan untuk menangani keluhan penumpang dinilai pengguna jasa transportasi taksi paling rendah dibanding dengan atribut lainnya.

**Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka saran yang diberikan kepada pihak Perusahaan Arjuna Travel rute Pontianak-Sanggau antara lain:

1. Perlu meningkatkan kualitas pelayanan seperti ketersediaan untuk menangani permintaan penumpang, serta memenuhi keinginan atau kebutuhannya agar pengguna jasa transportasi taksi merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan.
2. Perusahaan Arjuna Travel rute Pontianak-Sanggau harus lebih responsif terhadap setiap keluhan penumpang taxi atau dengan mendengar keluhan pelanggan dengan menyediakan kotak saran sebagai sarana menyampaikan keluhan.
3. Dimensi kualitas pelayanan yang dianggap penting oleh konsumen namun belum sesuai dengan harapan konsumen, sebaiknya lebih diberikan perhatian secara khusus, seperti dimensi Berwujud *(tangibles),* yaitu dengan cara:
4. Pihak perusahaan harus lebih memperhatikan kebersihan dan kerapian di bagian dalam maupun luar mobil, kalau perlu setelah mobil di gunakan untuk mengantar penumpang langsung dibersihkan sampah atau kotoran yang ada pada mobil.
5. Menambah atau melengkapi fasilitas di dalam mobil selain AC, Tape, Musik pihak perusahaan juga dapat memasang TV di dalam mobil agar penumpang lebih nyaman dan puas dengan fasilitas yang ada.
6. Dimensi kualitas pelayanan yang terletak pada Keandalan *(reliability)*: Sebaiknya kinerja karyawan harus sesuai dengan harapan penumpang yang berarti ketepatan waktu dalam melayani penumpang.
7. Dimensi kualitas pelayanan pada Daya Tanggap *(responsiveness)*: selalu memberi pengarahan kepada karyawan dengan pesan “Penumpang adalah Raja”jadi perlakukanlah penumpang dengan sebaik mungkin sesuai dengan yang mereka inginkan.
8. Dimensi kualitas pelayanan pada Jaminan *(assurance)*: Karyawan harus mampu menumbuhkan rasa percaya para penumpang kepada perusahaan. Yang meliputi beberapa komponen yaitu komunikasi, keamanan, dan kredibilitas yang ada pada perusahaan.
9. Dimensi kualitas pelayanan pada Empati *(emphaty)*: Karyawan harus lebih memahami kebutuhan penumpang secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi penumpang.