

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN KRL SISTEM COMMUTER LINE (STUDI KASUS PADA PT KERETA API COMMUTER JABODETABEK)

Oleh:

Indah Wahyu Maesarini ¹⁾
Rizky Ramdan Fauzi ²⁾

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan penumpang KRL Jabodetabek pada sistem *commuter* line. Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Untuk pengumpulan data meliputi studi kepustakaan dan studi lapangan dengan cara observasi dan penyebaran kuesioner. Sampel pengumpulan ini dikumpulkan dari 100 responden yang berada di Stasiun Bogor dengan jurusan kereta Bogor-Jakarta. Berdasarkan hasil analisis kuesioner dengan metode *Importance Performance Analysis* dapat disimpulkan bahwa terdapat tujuh faktor yang menurut responden menjadi prioritas untuk ditingkatkan karena belum memuaskan, yaitu meliputi: kapasitas tempat duduk, kebersihan, berfungsinya fasilitas kereta, tersedianya alat untuk memberikan info rute, ketepatan jadwal berangkat, dan ketersediaan petugas untuk menghargai dan melayani serta mengutamakan kebutuhan pelanggan. Sedangkan beberapa faktor yang menurut responden penting dan memuaskan, adalah: kemampuan memberikan pelayanan terbaik pada pelanggan, keramah-tamahan para petugas dalam memberikan pelayanan, kesopanan para petugas dalam memberikan pelayanan, kemampuan petugas dalam menjaga keamanan berada di stasiun atau gerbong kereta, dan kemampuan petugas dalam menjaga kenyamanan berada di stasiun atau gerbong kereta.

Kata kunci: Tingkat Kepuasan, Sistem Commuter Line, Importance Performance Analysis.

Salah satu sektor jasa yang memiliki peranan yang cukup vital dalam menunjang kegiatan sehari-hari adalah sektor jasa transportasi. Transportasi merupakan sarana perkembangan yang penting bagi kehidupan. Pentingnya transportasi tersebut tercermin pada semakin meningkatnya kebutuhan akan jasa angkutan bagi mobilitas orang serta barang sebagai akibat meningkatnya perkembangan penduduk dan pengembangan pemukiman di kota-kota besar.

Salah satu jenis transportasi yang dapat dijadikan alternatif untuk mengatasi permasalahan kebutuhan transportasi masyarakat di atas adalah kereta api. Kereta api yang merupakan alat transportasi dengan banyak keunggulan seperti rendah polusi, bebas macet, bersifat massal, biaya lebih murah, dan juga waktu relatif lebih cepat.

1) Dosen Administrasi Publik, STIAMI Jakarta

2) Karyawan PT. HM. Sampoerna

Dengan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh kereta api di atas, diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan guna menjadi solusi permasalahan transportasi perkotaan yang semakin kompleks.

BUMN yang mengelola transportasi darat khususnya kereta api adalah PT Kereta Api (Persero) sebagai badan penyelenggara tunggal jasa angkutan kereta api di Indonesia yang membentuk anak perusahaan bernama PT Kereta Api *Commuter* Jabodetabek (PT KCJ) yang berfungsi sebagai penyelenggara jasa angkutan kereta api di daerah Jabodetabek. Pembentukan anak perusahaan ini bertujuan untuk lebih memfokuskan diri dalam melayani kebutuhan transportasi masyarakat-masyarakat yang tinggal di luar daerah Jakarta yang pulang pergi setiap hari untuk melakukan berbagai aktivitas di Jakarta.

Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan PT KAI *Commuter* Jabodetabek telah mempunyai armada yang terdiri dari beberapa kelas dan fasilitas yang berbeda antara lain: KA Kelas Ekonomi Non-AC, KA Kelas Ekonomi AC, dan KA Kelas Ekspres Pakuan.

Namun pada kenyataannya sistem ini kurang memuaskan pelanggan dikarenakan ada beberapa faktor yang mengurangi tingkat kepuasan pelanggan seperti kereta sering telat jadwal keberangkatan, keamanan dan kenyamanan baik di stasiun maupun di dalam gerbong kereta. Karena dengan berjalannya waktu jumlah pengguna jasa kereta api ini akan terus bertambah dan akhirnya armada yang tersedia pun belum cukup untuk menampung jumlah penumpang dan berakibat kepada gerbong kereta yang melebihi muatan dan terjadi gerbong yang penuh sesak akan penumpang kereta yang memaksa masuk untuk menggunakan jasa ini.

PT Kereta Api *Commuter* Jabodetabek mempunyai sistem baru yang bermaksud agar dapat melayani masyarakat dan dapat memuaskan pelanggan dengan pelayanan jasa kereta api ini. Dengan sistem diharapkan agar tidak terjadi penumpukan penumpang pada kereta api yang mengakibatkan kereta api penuh sesak dan mengurangi kenyamanan di dalam gerbong. Sistem itu adalah Sistem *Commuter Line*. Sistem *Commuter Line* adalah KA Kelas Ekspres Pakuan akan dihapus dan akan diganti dengan kereta *Commuter* Jabodetabek nonsubsidi yang akan berhenti di setiap stasiun dengan sistem *Single Operation*.

Dengan sistem ini direncanakan jadwal kereta api lebih banyak dan PT KAI *Commuter* Jabodetabek diharapkan dapat lebih mengetahui faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan juga mengevaluasi dan memperbaiki faktor-faktor yang dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Faktor-faktor tersebut antara lain: ketepatan jadwal kereta api *Commuter Line* yang masih sering terjadi keterlambatan, keamanan dan kenyamanan baik di stasiun itu sendiri dan di dalam gerbong kereta yang masih kurang memadai, ketersediaan petugas-petugas untuk membantu pelanggan dalam proses pelayanan jasa, juga ketersediaan informasi dan layanan pendukung lainnya yang belum tersedia secara memadai.

Faktor-faktor inilah yang perlu mendapatkan perhatian lebih dari perusahaan untuk selanjutnya dicari solusi terbaik untuk permasalahan-permasalahan tersebut. Pada akhirnya, menghasilkan kinerja (*performance*) yang lebih baik sehingga dapat melayani masyarakat dengan baik dan dapat memuaskan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka topik ini menjadi menarik untuk dianalisis melihat adanya peningkatan jumlah pengguna jasa transportasi Kereta Api dari tahun ke tahun, dan peningkatan tersebut belum disertai dengan peningkatan kualitas pelayanan yang maksimal oleh PT KAI *Commuter* Jabodetabek sebagai penyelenggara tunggal jasa KA *Commuter* Jabodetabek di Indonesia.

Hal ini dapat dilihat dari permasalahan-permasalahan yang masih sering dihadapi oleh pelanggan KA *Commuter Line* Jabodetabek. Permasalahan-permasalahan tersebut antara lain: ketepatan jadwal kereta api *Commuter Line* yang masih sering terjadi keterlambatan, keamanan dan kenyamanan baik di stasiun itu sendiri dan di dalam gerbong kereta yang masih kurang memadai, ketersediaan petugas-petugas untuk membantu pelanggan dalam proses pelayanan jasa, juga ketersediaan informasi dan layanan pendukung lainnya yang belum tersedia secara memadai. Oleh karena itu penelitian ini akan membahas tentang bagaimana kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Sistem *Commuter Line* Jabodetabek.

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Sejauh mana kepuasan pelanggan pada sistem *commuter line* yang diterapkan oleh PT KAI *Commuter* Jabodetabek?

Kajian Teori

Pelayanan Publik. Menurut Roth (Bambang Istianto, 2011: 106) pengertian pelayanan publik adalah: Pelayanan publik merupakan suatu pelayanan yang telah disediakan jika untuk kepentingan publik disediakan oleh pemerintah contohnya “museum” atau untuk pribadi yang menyediakan yaitu swasta, contohnya “restaurant”. Pelayanan publik yang dimaksud adalah segala bentuk kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh suatu organisasi atau individu dalam bentuk barang jasa kepada masyarakat baik secara individu maupun kelompok atau organisasi.

Sedangkan fungsi pelayanan publik, dalam Kep. Menpan No: 63/KEP/M.PAN/7/2003, pengelompokan pelayanan publik secara garis besar adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan administratif
2. Pelayanan barang
3. Pelayanan jasa

Menurut Keputusan Menpan Nomor 63 Tahun 2003, maka prinsip-prinsip pelayanan publik dikelompokkan sebagai berikut:

1. Kesederhanaan, yaitu prosedur pelayanan tidak berbelit-belit, mudah dipahami, dan mudah dilaksanakan.
2. Kejelasan, yaitu persyaratan teknis dan administratif pelayanan publik, unit kerja atau pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian persoalan/keluhan/sengketa dalam pelaksanaan pelayanan publik, rincian biaya pelayanan publik dan tatacara pembayaran
3. Kepastian Waktu, yaitu pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.
4. Akurasi, yaitu produk pelayanan publik diterima dengan benar, tepat, dan sah.
5. Keamanan, yaitu proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum.
6. Tanggung Jawab, yaitu pimpinan penyelenggara pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggung jawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan dalam pelaksanaan pelayanan publik.

7. Kelengkapan Sarana dan Prasarana, yaitu tersedianya sarana dan prasarana kerja, peralatan kerja, dan pendukung lainnya yang memadai termasuk penyediaan sarana teknologi telekomunikasi dan informatika (telematika).
8. Kemudahan Akses, yaitu tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat, dan dapat memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informatika.
9. Kedisiplinan, Kesopanan dan Keramahan, yaitu pemberi pelayanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah serta memberikan pelayanan dengan ikhlas.
10. Kenyamanan, yaitu lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan, seperti parker, toilet, tempat ibadah dan lain-lain.

Lebih lanjut, menurut Keputusan Menpan Nomor 63 Tahun 2003 asas-asas pelayanan publik adalah:

1. Transparasi. Bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
2. Akuntabilitas. Dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
3. Kondisional. Sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.
4. Partisipatif. Mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat.
5. Kesamaan Hak. Tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan suku, ras, agama, golongan, gender, dan status ekonomi.
6. Keseimbangan Hak dan Kewajiban. Pemberi dan penerima pelayanan publik harus memenuhi hak dan kewajiban masing-masing pihak.

Setiap pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan dan dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan. Standar pelayanan merupakan ukuran yang dibakukan dalam penyelenggaraan publik yang wajib ditaati oleh pemberi dan atau penerima pelayanan. Standar pelayanan publik menurut Kepmenpan Nomor 63 Tahun 2003, sekurang-kurangnya meliputi:

1. Prosedur Pelayanan, yaitu prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan.
2. Waktu Penyelesaian, yaitu waktu penyelesaian yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan termasuk pengaduan.
3. Biaya Pelayanan, yaitu biaya atau tarif pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan.
4. Produk Pelayanan, yaitu hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
5. Sarana dan Prasarana, yaitu penyediaan sarana dan prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.
6. Kompetensi Petugas Pemberi Pelayanan, yaitu kompetensi petugas pemberi pelayanan harus ditetapkan dengan tetap berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap dan perilaku yang dibutuhkan.

Untuk mengukur **tingkat kepuasan** pelanggan, yang dirumuskan sebagai Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) menurut Kepmenpan Nomor: KEP/25/M.PAN/2/2004 adalah data dan informasi tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dan hasil pengukuran secara kuantitatif dan kualitatif atas pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparatur penyelenggara pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kebutuhannya.

Unsur Indeks Kepuasan masyarakat adalah:

1. Prosedur pelayanan, yaitu kemudahan tahapan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan;
2. Persyaratan Pelayanan, yaitu persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya;
3. Kejelasan petugas pelayanan, yaitu keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan (nama, jabatan serta kewenangan dan tanggung jawabnya);
4. Kedisiplinan petugas pelayanan, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku;
5. Tanggung jawab petugas pelayanan, yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan;
6. Kemampuan petugas pelayanan, yaitu tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan/menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat;

7. Kecepatan pelayanan, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan;
8. Keadilan mendapatkan pelayanan, yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan/status masyarakat yang dilayani;
9. Kesopanan dan keramahan petugas, yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati;
10. Kewajaran biaya pelayanan, yaitu keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang ditetapkan oleh unit pelayanan;
11. Kepastian biaya pelayanan, yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan;
12. Kepastian jadwal pelayanan, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan;
13. Kenyamanan lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan;
14. Keamanan Pelayanan, yaitu terjaminnya tingkat keamanan lingkungan unit penyelenggara pelayanan ataupun sarana yang digunakan, sehingga masyarakat merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap risiko-risiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

Menurut Rangkuti (2003:266), kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap kesesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan selama menggunakan beberapa tahapan pelayanan tersebut. Ketidakpuasan yang diperoleh pada tahap awal pelayanan menimbulkan persepsi berupa pelayanan yang buruk untuk tahapan selanjutnya, sehingga pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan serta keseluruhan.

Selanjutnya Irawan (2003:16) mengemukakan bahwa terdapat lima komponen yang dapat mendorong kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas Produk. Menyangkut lima komponen, yaitu kinerja (*performance*), reliabilitas (*reliability*), kesesuaian (*conformance*, *durability*, dan *consistency*).

2. Kualitas Pelayanan. Pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang baik yang sesuai yang diharapkan.
3. Faktor Emosional. Kepuasan konsumen yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya hidup. Kepuasan pelanggan didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, dan sebagainya.
4. Harga. Produk yang mempunyai mutu sama, tetapi menetapkan harga relatif murah akan memberikan nilai lebih tinggi bagi konsumennya. Faktor harga merupakan salah satu faktor penting bagi konsumen untuk mengevaluasi tingkat kepuasannya. Artinya kalau harganya mahal seharusnya kualitasnya baik, dan sebaliknya, kalau harganya murah, maka produk/jasa yang dibeli biasanya kualitasnya tidak baik
5. Kemudahan. Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. Kotler (Fandy dan Grogorius, 2008: 210), mengidentifikasi ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu: sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost consumer analysis*, dan survei kepuasan pelanggan.

1. Sistem Keluhan dan Saran. Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan kritik, saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang biasa diisi langsung maupun dikirim via pos kepada perusahaan, (saluran telepon khusus bebas pulsa, *websites*, dan lain-lain. Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkan untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.
2. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*. Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang *ghost shipper* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan

- menggunakan produk atau jasa perusahaan. Berdasarkan pengalamannya tersebut mereka kemudian diminta melaporkan temuan-temuannya berkenaan dengan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing.
3. *Lost Customer Analysis*. Sedapat mungkin perusahaan seyogianya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.
 4. *Survei Kepuasan Pelanggan*. Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, email, *websites*, maupun wawancara langsung. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.

Menurut Umar (2003: 102), mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa, yaitu:

1. *Reliability*, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai janji yang ditawarkan.
2. *Responsiveness*, yaitu respons atau kesigapan karyawan atau staf dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
3. *Assurance*, yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, keramah tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
4. *Emphaty*, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi kepada konsumen dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.
5. *Tangibles*, yaitu meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

Transportasi, menurut Sakti Adji Adisasmita (2011: 1) dirumuskan sebagai kegiatan memindahkan atau mengangkut muatan (barang dan manusia) dari suatu tempat ke tempat lain, dari suatu tempat asal (*origin*) ke tempat tujuan (*destination*). Transportasi sendiri terbagi menjadi tiga, yaitu transportasi darat, laut, dan udara.

Sedangkan kereta api, terdiri dari:

1. Kereta Api, yaitu sarana transportasi berupa kendaraan dengan tenaga gerak, baik berjalan sendiri maupun dirangkaikan dengan kendaraan lainnya, yang akan ataupun sedang bergerak di rel.
2. Kereta Api Rel Listrik (Komuter), disingkat KRL, merupakan kereta rel yang bergerak dengan system propulsi listrik.
3. KRL Commuter Line, dioperasikan seperti KRL Ekonomi, bedanya KRL Ekonomi tidak berhenti di beberapa stasiun dengan menerapkan pola operasi “*Single Operation*”. Pola operasi “*Single Operation*” dimaksudkan bahwa perjalanan KRL pada lintas/relasi yang sama semua KRL memiliki waktu tempuh perjalanan yang sama dan berhenti di stasiun yang sama serta tidak dilakukan penyusulan antar KRL.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian jenis deskriptif kualitatif digunakan untuk pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat dan tujuannya adalah untuk mencari gambaran yang sistematis, fakta yang akurat.

Penelitian ini dilaksanakan di PT KAI *Commuter* Jabodetabek cabang Bogor. Penelitian ini dilakukan selama tiga bulan, yaitu mulai Oktober 2011 sampai Januari 2012.

Teknik Sampling

Populasi target penelitian ini adalah pelanggan atau penumpang yang menggunakan KRL Commuter Line Jabodetabek pada Desember 2011, yaitu 6.712.089 penumpang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah *accidental sampling*. Sampel di sini, yaitu siapa saja penumpang yang sedang berada di dalam

gerbong KA *Commuter Line* ataupun yang sedang berada di stasiun yang berencana menggunakan jasa KA *Commuter Line* jurusan Bogor - Jakarta.

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin (Umar, {2004:108}), yaitu:

$$n = \frac{N}{(1 + N e^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidaktelitian peneliti karena kesalahan sampel yang masih bisa ditoleransi 10 %.

Diketahui jumlah pelanggan KRL *Commuter Line* pada Desember 2011 6.712.089 pelanggan, sehingga diperoleh sampel sejumlah:

$$n = \frac{6.712.089}{(1 + 6.712.089 (0,1)^2)} \approx 100$$

Dari perhitungan di atas maka jumlah responden yang akan diambil adalah sebanyak 100 responden.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan Importance Performance Analysis (IPA), yaitu metode deskriptif kualitatif-kuantitatif dalam menganalisis data penelitian untuk menjawab perumusan masalah mengenai sampai sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja suatu perusahaan. Analisis ini berdasarkan hasil penelitian harapan konsumen dan hasil penelitian kinerja atau penampilan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara harapan dan pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor harapan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan (J. Supranto, 2011:241).

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, keterangan: X merupakan *tingkat kinerja* perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan, sedangkan Y merupakan *tingkat kepentingan pelanggan*. Untuk mengukur tingkat kesesuaian ini digunakan rumus (J. Supranto, 2011: 241):

$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \times 100 \%$$

Keterangan: Tki = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor penilaian kinerja (*performance*)

Y_i = Skor penilaian kepentingan pelanggan

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dengan:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

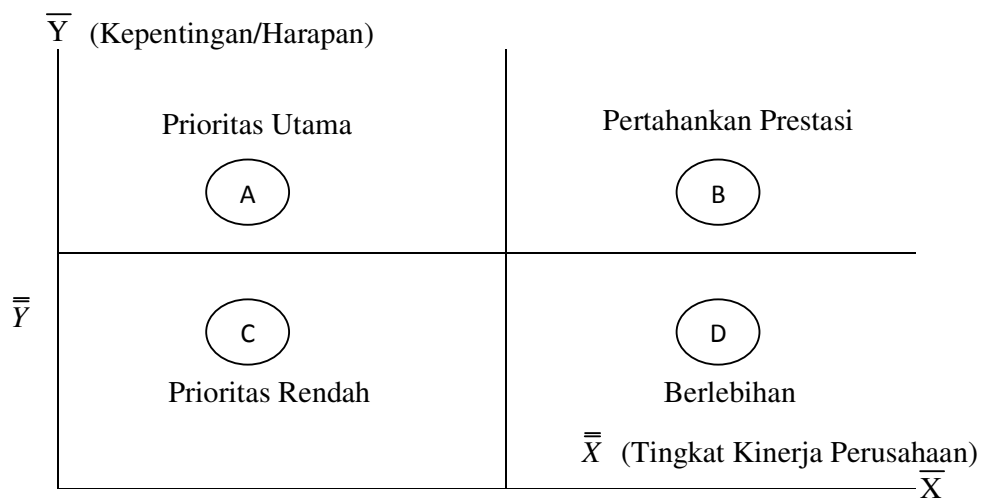
Keterangan : \bar{X} = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kepuasan

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah Responden

Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan penghuni dapat menghasilkan suatu diagram kartesius yang dapat menunjukkan letak faktor-faktor atau unsur-unsur yang dianggap memengaruhi kepuasan penghuni. Dalam diagram kartesius tersebut faktor-faktor akan dijabarkan dalam empat kuadran.

Untuk analisis data dilengkapi pula dengan analisis diagram kartesius, yang bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan pada system *commuter* line. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan melalui peningkatan pelayanan pada jasa tersebut. Langkah ini adalah menjabarkan variabel ke dalam diagram kartesius berdasarkan penilaian *performance* (kinerja) sistem *commuter* line dan penilaian Harapan. Sebagai sumbu X adalah *Performance* (kinerja) sistem *commuter* line dan sumbu Y adalah Harapan pelanggan.



Gambar 1 Diagram Kartesius

Keterangan:

1. Kuadran A menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap memengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan. Sehingga mengecewakan/tidak puas.
2. Kuadran B menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
3. Kuadran C menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
4. Kuadran D menunjukkan faktor yang memengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Analisis Importance Performance

Analisis ini berdasarkan hasil penelitian tingkat harapan dan hasil penelitian kinerja maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor harapan. Semakin tinggi tingkat kesesuaian berarti semakin besar kualitas pelayanan.

Untuk mengatur tingkat kesesuaian ini digunakan rumus:

$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \times 100 \%$$

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor penilaian kinerja (performance)

Y_i = Skor penilaian kepentingan pelanggan

Sebagai salah satu contoh perhitungan pada item pernyataan kapasitas tempat duduk dan orang berdiri di dalam gerbong dengan skor kinerja (X_i) = 1,84 dan skor harapan (Y_i) = 4,82, maka besarnya tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut:

$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \times 100 \% = \frac{1,84}{4,82} \times 100 \% = \mathbf{38,17 \%}$$

Begitu juga dengan perhitungan item yang lainnya dapat dilakukan dengan cara yang sama seperti pada lampiran. Hasil selengkapnya tingkat kesesuaian dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1 Hasil Tingkat Kesesuaian

No. Item	Pernyataan	Rata-Rata		Gap	Tingkat Kesesuaian
		Harapan	Kinerja		
A	Tangibles				
1	Kapasitas Tempat Duduk dan orang berdiri di dalam gerbong	4,82	1,84	2,98	38,17%
2	Kebersihan di dalam kereta atau stasiun	4,81	1,90	2,91	39,50%
3	Berfungsinya fasilitas kereta <i>commuter</i> line	4,73	2,22	2,51	46,93%
4	Penampilan para petugas	4,16	3,37	0,79	81,00%
5	Tersedianya alat untuk memberi info rute perjalanan	4,60	2,43	2,17	52,82%
Rata-Rata		4,62	2,35	2,27	51,68%
B	Reliability				
6	Kemudahan menjangkau lokasi stasiun	4,38	3,36	1,02	76,71%
7	Ketepatan jadwal berangkat	4,88	1,92	2,96	39,34%
8	Kemampuan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan	4,63	2,82	1,81	60,90%
Rata-Rata		4,63	2,70	1,97	58,98%
C	Responsiveness				
9	Kecepatan petugas dalam merespon keluhan dan permasalahan pelanggan	4,58	2,75	1,83	60,90%
10	Kesiapan petugas dalam merespon keluhan dan permasalahan pelanggan	4,55	2,70	1,85	59,34%
11	Kecepatan para petugas mengenai permintaan pelanggan	4,61	2,76	1,85	59,86%
12	Ketepatan para petugas mengenai permintaan pelanggan	4,58	2,79	1,79	61,72%
Rata-Rata		4,58	2,75	1,83	60,45%
D	Assurance				
13	Pengetahuan petugas mengenai produk <i>commuter</i> line	4,56	3,38	1,18	74,12%
14	Kemampuan petugas dalam menjalankan pekerjaannya	4,38	3,15	1,23	71,91%
15	Keramah-tamahan para petugas dalam memberikan pelayanan	4,60	3,42	1,18	74,34%
16	Kesopanan para petugas dalam memberikan pelayanan	4,62	3,45	1,17	74,67%
17	Kemampuan petugas dalam menjaga keamanan saat berada di stasiun atau gerbong kereta	4,66	2,94	1,72	63,09%
18	Kemampuan petugas dalam menjaga kenyamanan saat berada di stasiun atau gerbong kereta	4,74	2,92	1,82	61,60%
Rata-Rata		4,59	3,21	1,38	69,95%

E	Empati				
19	Kemudahan pelanggan untuk menghubungi perusahaan	4,19	2,83	1,36	67,54%
20	Kemampuan petugas untuk berkomunikasi kepada pelanggan dalam bahasa yang mudah dimengerti	4,57	3,05	1,52	66,73%
21	Ketersediaan petugas untuk menghargai dan melayani serta mengutamakan kebutuhan pelanggan	4,72	2,55	2,17	54,02%
22	Usaha perusahaan untuk memahami kebutuhan konsumen	4,58	2,59	1,99	56,55%
Rata-Rata		4,52	2,76	1,76	61,21%

1. Dimensi *Tangibles*

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa skor kinerja untuk item pernyataan kapasitas tempat duduk dan orang berdiri di dalam gerbong adalah sebesar 1,84 dan untuk skor harapan sebesar 4,82 dengan tingkat kesesuaian sebesar 38,17 %. Hal ini berarti harapan pelanggan akan kapasitas tempat duduk dan orang berdiri di dalam gerbong baru terpenuhi sebesar 38,17 %.

Skor kinerja untuk item kebersihan di dalam kereta atau stasiun adalah sebesar 1,90 dan untuk skor harapan sebesar 4,81 dengan tingkat kesesuaian sebesar 39,50 %. Hal ini berarti harapan pelanggan akan kebersihan didalam kereta atau stasiun baru terpenuhi sebesar 39,50 %.

Skor kinerja untuk item berfungsinya fasilitas kereta *commuter* line sebesar 4,73 dan untuk skor harapan sebesar 2,22 dengan tingkat kesesuaian 46,93 %. Hal ini berarti harapan pelanggan akan berfungsinya fasilitas kereta *commuter* line baru terpenuhi sebesar 46,93 %.

Skor kinerja untuk item penampilan para petugas sebesar 4,16 dan untuk skor harapan sebesar 3,37 dengan tingkat kesesuaian sebesar 81,00 %. Hal ini berarti harapan pelanggan akan penampilan para petugas baru terpenuhi sebesar 81,00 %.

Skor kinerja untuk item tersedianya alat untuk memberi info rute perjalanan sebesar 4,60 dan untuk skor harapan sebesar 2,43 dengan tingkat kesesuaian sebesar 52,82 %. Hal ini berarti harapan pelanggan akan tersedianya alat untuk member info rute perjalanan baru terpenuhi sebesar 52,82 %.

Hasil analisis tingkat kesesuaian di atas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi *tangibles* belum sesuai dengan

harapan pelanggan. Hal ini disebabkan seluruh item pada dimensi tangibles masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 51,68 %. Nilai tersebut masih di bawah 100 %.

2. Dimensi *Reliability*

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa skor kinerja untuk item kemudahan menjangkau lokasi stasiun yaitu sebesar 4,38 dan untuk skor harapan sebesar 3,36 dengan tingkat kesesuaian 76,71 %. Hal ini berarti harapan pelanggan akan kemudahan menjangkau lokasi stasiun baru terpenuhi sebesar 76,71 %.

Skor kinerja untuk item ketepatan jadwal berangkat sebesar 1,92 dan untuk skor harapan sebesar 4,88 dengan tingkat kesesuaian sebesar 39,34 %. Hal ini berarti harapan pelanggan akan ketepatan jadwal berangkat baru terpenuhi sebesar 39,34 %.

Skor kinerja untuk item kemampuan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan sebesar 2,82 dan untuk skor harapan sebesar 4,63 dengan tingkat kesesuaian sebesar 60,90 %. Hal ini berarti harapan pelanggan akan kemampuan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan baru terpenuhi sekitar 60,90 %.

Hasil analisis tingkat kesesuaian di atas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi reliability belum memenuhi harapan pelanggan. Hal ini disebabkan karena seluruh item pada dimensi reliability masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 58,98 %. Nilai tersebut masih dibawah 100 %.

3. Dimensi *Responsiveness*

Skor kinerja untuk item kecepatan petugas dalam merespon keluhan dan permasalahan pelanggan yaitu sebesar 2,75 dan untuk skor harapan sebesar 4,58 dengan tingkat kesesuaian sebesar 60,90 %. Hal ini berarti harapan pelanggan akan kecepatan petugas dalam merespon keluhan dan permasalahan pelanggan baru terpenuhi sekitar 60,90 %.

Skor kinerja untuk item kesiapan petugas dalam merespon keluhan dan permasalahan pelanggan yaitu sebesar 2,70 dan untuk skor harapan sebesar 4,55 dengan tingkat kesesuaian sebesar 59,34 %. Hal ini berarti harapan pelanggan akan

kesiapan petugas dalam merespon keluhan dan permasalahan pelanggan baru terpenuhi sekitar 59,34 %.

Skor kinerja untuk kecepatan para petugas mengenai keluhan dan permintaan pelanggan yaitu sebesar 2,76 dan untuk skor harapan sebesar 4,61 dengan tingkat kesesuaian sebesar 59,86%. Hal ini berarti harapan pelanggan akan kecepatan para petugas mengenai keluhan dan permintaan pelanggan baru terpenuhi sekitar 59,86 %.

Skor kinerja untuk ketepatan para petugas mengenai keluhan dan permintaan pelanggan yaitu sebesar 2,79 dan untuk skor harapan sebesar 4,58. Dengan tingkat kesesuaian sebesar 61,72 %. Hal ini berarti harapan pelanggan akan ketepatan para petugas mengenai keluhan dan permintaan pelanggan baru terpenuhi sekitar 61,72 %.

Hasil analisis tingkat kesesuaian di atas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi *responsiveness* belum memenuhi harapan pelanggan. Hal ini disebabkan karena seluruh item pada dimensi *responsiveness* masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 60,45 %. Nilai tersebut masih dibawah 100 %.

4. Dimensi Assurance

Skor kinerja untuk item pengetahuan petugas mengenai produk *commuter* line yaitu sebesar 3,38 dan untuk skor harapan sebesar 4,56 dengan tingkat kesesuaian 74,12 %. Hal ini berarti harapan pelanggan akan pengetahuan petugas mengenai produk *commuter* line baru terpenuhi sekitar 74,12 %.

Skor kinerja untuk item kemampuan petugas dalam menjalankan pekerjaannya yaitu sebesar 3,15 dan untuk skor harapan sebesar 4,38 dengan tingkat kesesuaian 71,91 %. Hal ini berarti harapan pelanggan akan kemampuan petugas dalam menjalankan pekerjaannya baru terpenuhi sekitar 71,91 %.

Skor kinerja untuk item keramah-tamahan para petugas dalam memberikan pelayanan yaitu sebesar 3,42 dan untuk skor harapan sebesar 4,60 dengan tingkat kesesuaian sebesar 74,34 %. Berarti harapan pelanggan akan keramah-tamahan para petugas dalam memberikan pelayanan baru terpenuhi sekitar 74,34 %.

Skor kinerja untuk item kesopanan para petugas dalam memberikan pelayanan yaitu sebesar 3,45 dan untuk skor harapan sebesar 4,62 dengan tingkat

kesesuaian sebesar 74,67 %. Hal ini berarti harapan pelanggan akan kesopanan para petugas dalam memberikan pelayanan baru terpenuhi sekitar 74,67 %.

Skor kinerja untuk item kemampuan petugas dalam menjaga keamanan berada di stasiun atau gerbong kereta yaitu sebesar 2,94 dan untuk skor harapan sebesar 4,66 dengan tingkat kesesuaian sebesar 63,09 %. Hal ini berarti harapan pelanggan akan kemampuan petugas dalam menjaga keamanan berada di stasiun atau gerbong kereta baru terpenuhi sekitar 63,09 %.

Skor kinerja untuk item kemampuan petugas dalam menjaga kenyamanan berada di stasiun atau gerbong kereta yaitu sebesar 2,92 dan untuk skor harapan sebesar 4,74 dengan tingkat kesesuaian sebesar 61,60 %. Hal ini berarti harapan pelanggan akan kemampuan petugas dalam menjaga kenyamanan berada di stasiun atau gerbong kereta baru terpenuhi sekitar 61,60 %.

Hasil analisis tingkat kesesuaian diatas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi assurance belum memenuhi harapan pelanggan. Hal ini disebabkan karena seluruh item pada dimensi assurance masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 69,95 %. Nilai tersebut masih dibawah 100 %.

5. Dimensi *Emphaty*

Skor kinerja untuk item kemudahan pelanggan untuk menghubungi perusahaan yaitu sebesar 2,83 dan untuk skor harapan sebesar 4,19 dengan tingkat kesesuaian sebesar 67,54 %. Hal ini berarti harapan pelanggan akan kemudahan pelanggan untuk menghubungi perusahaan baru terpenuhi sekitar 67,54 %.

Skor kinerja untuk item kemampuan petugas untuk berkomunikasi kepada pelanggan dengan bahasa yang mudah dimengerti, yaitu sebesar 3,05 dan untuk skor harapan sebesar 4,57 dengan tingkat kesesuaian sebesar 66,73 %. Hal ini berarti harapan pelanggan akan kemampuan petugas untuk berkomunikasi kepada pelanggan dengan bahasa yang mudah dimengerti baru terpenuhi sekitar 66,73 %.

Skor kinerja untuk item ketersediaan petugas untuk menghargai dan melayani serta mengutamakan kebutuhan pelanggan yaitu sebesar 2,55 dan untuk skor harapan sebesar 4,72 dengan tingkat kesesuaian sebesar 54,02 %. Berarti harapan pelanggan akan ketersediaan petugas untuk menghargai dan melayani serta mengutamakan kebutuhan pelanggan baru terpenuhi sekitar 54,02 %.

Skor kinerja untuk item usaha perusahaan untuk memahami kebutuhan konsumen yaitu sebesar 2,59 dan untuk skor harapan sebesar 4,58 dengan tingkat kesesuaian sebesar 56,55 %. Hal ini berarti harapan pelanggan akan ketersediaan petugas untuk menghargai dan melayani serta mengutamakan kebutuhan pelanggan baru terpenuhi sekitar 56,55 %.

Hasil analisis tingkat kesesuaian di atas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi empathy belum memenuhi harapan pelanggan. Hal ini disebabkan karena seluruh item pada dimensi empathy masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 61,21 %. Nilai tersebut masih di bawah 100 %.

Analisis Diagram Kartesius

Analisis Diagram Kartesius bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan pada system *commuter* line. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan melalui peningkatan pelayanan pada jasa tersebut. Langkah ini adalah menjabarkan variabel ke dalam diagram kartesius berdasarkan penilaian performance (kinerja) sistem *commuter* line dan penilaian Harapan. Sebagai sumbu X adalah Performance (kinerja) sistem *commuter* line dan sumbu Y adalah Harapan pelanggan.

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X} , \bar{Y}), dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Sehingga dapat ditentukan besarnya skor rata-rata sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{1,84 + 1,90 + 2,22 + \dots + 2,59}{22} = 2,78$$

$$\bar{Y} = \frac{4,82 + 4,81 + 4,73 + \dots + 4,58}{22} = 4,59$$

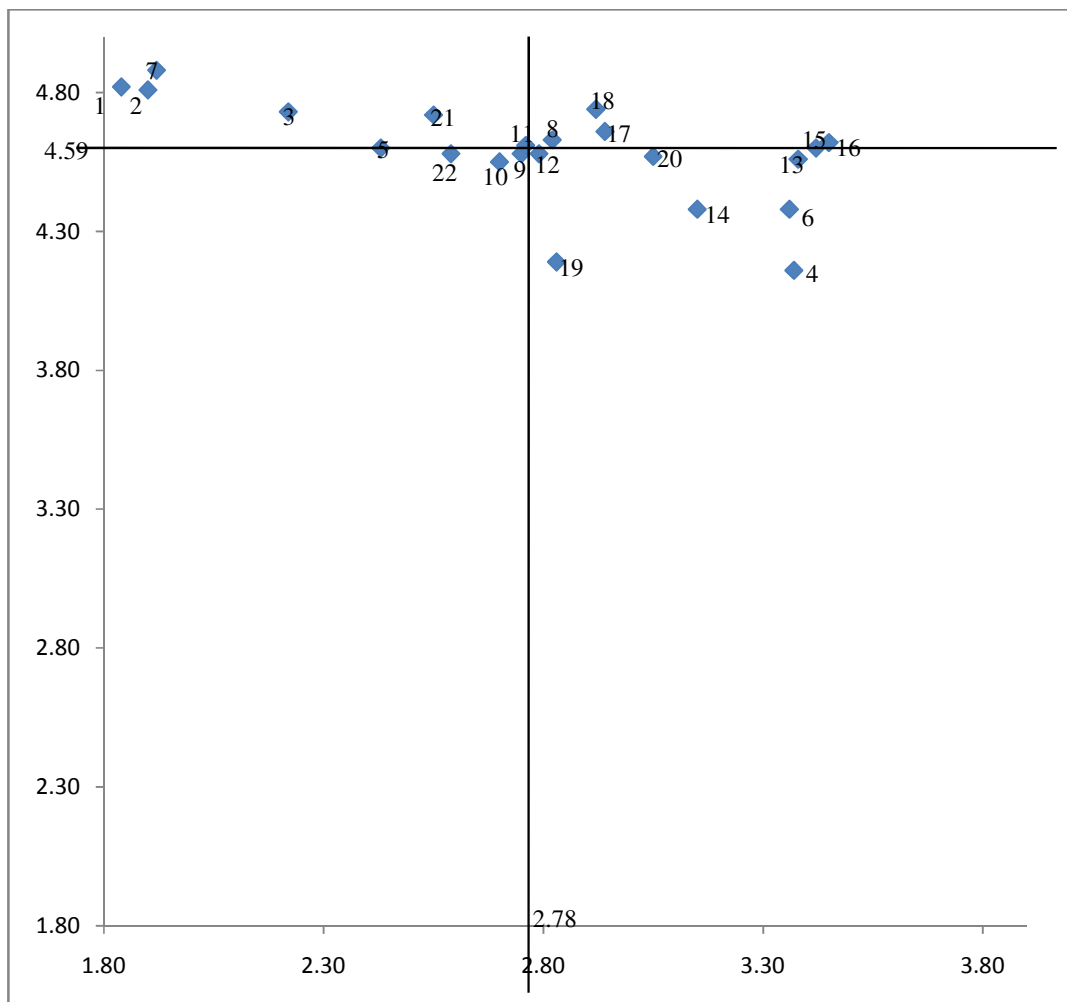
Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata kinerja sebesar 2,78 dan rata-rata nilai harapan adalah sebesar 4,59. Selanjutnya angka rata-rata kinerja dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu X dan nilai rata-rata harapan dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu Y. dalam menggambarkan diagram kartesius akan terbagi dalam 4 kuadran.

Kuadran A, yaitu untuk item yang nilai kinerjanya kurang dari 2,78 dan nilai harapannya di atas 4,59.

Untuk kuadran B, yaitu item-item yang memiliki nilai kinerja di atas 2,78 dan nilai harapannya di atas 4,59.

Untuk kuadran C, yaitu item-item yang memiliki nilai kinerja kurang dari 2,78 dan nilai harapannya kurang dari 4,59.

Sedangkan pada kuadran D berisi item-item yang memiliki nilai kinerja lebih dari 2,78 tetapi nilai harapannya kurang dari 4,59. Selanjutnya dari data yang diperoleh dari tabel 1 di atas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut:



Gambar 2 Hasil Diagram Kartesius

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan beberapa dimensi berada pada kuadran berbeda-beda. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran A

Item pertanyaan yang berada pada Kuadran A artinya item pertanyaan ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata tetapi tingkat harapan pelanggan cukup tinggi. Item pertanyaan ini penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan kinerjanya masih belum sesuai dengan harapan pelanggan.

Untuk kasus di atas item pertanyaan yang ada dalam kuadran A, yaitu:

- a. Item pertanyaan no.1 (item 1), yaitu kapasitas tempat duduk dan orang berdiri di dalam gerbong
- b. Item 2, yaitu kebersihan didalam kereta atau stasiun
- c. Item 3, yaitu berfungsinya fasilitas kereta *commuter* line (seperti AC atau kipas)
- d. Item 5, yaitu tersedianya alat untuk memberi info rute perjalanan
- e. Item 7, yaitu ketepatan jadwal berangkat
- f. Item 11, yaitu kecepatan para petugas mengenai keluhan dan permintaan pelanggan
- g. Item 21, yaitu ketersediaan petugas untuk menghargai dan melayani serta mengutamakan kebutuhan pelanggan

Dengan demikian pihak PT KCJ sebaiknya memprioritaskan pada peningkatan kinerja atau performance pada ke tujuh item pertanyaan ini, yaitu dengan cara meningkatkan dimensi *tangible* dengan cara menambah gerbong atau dengan menambah jadwal kereta agar semua pelanggan merasa kapasitas di dalam gerbong tidak terlalu penuh, menambah jumlah petugas kebersihan agar setiap kereta yang akan digunakan selalu bersih, memperbaiki dan merawat fasilitas yang ada agar tetap berjalan dengan baik dan membuat nyaman pelanggan, menambah alat pemberi informasi seperti menjalankan setiap speaker yang ada di gerbong kereta untuk memberi tahu info rute. Dari dimensi reliabilitas bisa meningkatkan perawatan pada kereta agar setiap kereta siap operasi dan tidak ada kereta yang macet dan menyebabkan terjadinya telat jadwal. Dari dimensi *responsiveness* dan *emphaty* bisa dengan peningkatan sumberdaya manusia melalui keterampilan para petugas sehingga petugas memiliki kemampuan dalam bekerja dan tanggap

terhadap setiap masalah yang timbul, dan terkesan sebagai petugas yang profesional dan mengutamakan pelanggan.

2. Kuadran B

Item pertanyaan yang masuk dalam Kuadran B merupakan item pertanyaan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga dapat memuaskan pelanggan. Dan kuadran ini merupakan kekuatan perusahaan karena memiliki tingkat harapan yang tinggi dengan performance yang tinggi pula. Item pertanyaan yang ada dalam kuadran B ini adalah:

- a. Item 8, yaitu kemampuan memberikan pelayanan terbaik pada pelanggan
- b. Item 15, yaitu keramahan para petugas dalam memberikan pelayanan
- c. Item 16, yaitu kesopanan para petugas dalam memberikan pelayanan
- d. Item 17, yaitu kemampuan petugas dalam menjaga keamanan berada di stasiun atau gerbong kereta
- e. Item 18, yaitu kemampuan petugas dalam menjaga kenyamanan berada di stasiun atau gerbong kereta

Dengan demikian perusahaan harus dapat mempertahankan ke enam item pertanyaan di atas yang telah dinilai sebagai pelayanan yang telah memenuhi harapan nasabah. Hal ini terlihat dari hasil observasi bahwa para petugas rata-rata bersikap ramah terhadap pelanggan dan mengetahui info rute kereta.

3. Kuadran C

Item pertanyaan yang berada pada kuadran C menunjukkan bahwa item pertanyaan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan masih dianggap kurang penting bagi pelanggan, sedangkan kualitas kinerjanya masih biasa atau cukup saja. Item pertanyaan yang ada dalam kuadran ini adalah:

- a. Item 9, yaitu kecepatan petugas dalam merespon keluhan dan permasalahan pelanggan
- b. Item 10, yaitu kesiapan petugas dalam merespon keluhan dan permasalahan pelanggan
- c. Item 22, yaitu usaha perusahaan untuk memahami kebutuhan konsumen

Dengan demikian perusahaan harus memberikan perhatian dan penanganan dalam hal respon petugas dalam menanggapi keluhan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami kebutuhan konsumen. Langkah ini dapat dilakukan dari peningkatan sumber daya manusia melalui keterampilan para petugas sehingga petugas memiliki daya tanggap yang cukup tinggi. Dan survei perusahaan mengenai apa saja kebutuhan para konsumen.

4. Kuadran D

Item pertanyaan yang berada dalam kuadran D adalah item pertanyaan yang memiliki kinerja yang menurut pelanggan sangat baik, tetapi item pertanyaan ini memiliki tingkat harapan yang tidak begitu tinggi. Item pertanyaan yang ada dalam kuadran ini adalah:

- a. Item 4, yaitu penampilan para petugas
- b. Item 6, yaitu kemudahan menjangkau lokasi stasiun
- c. Item 12, yaitu ketepatan petugas mengenai keluhan dan permintaan pelanggan
- d. Item 13, yaitu pengetahuan petugas mengenai produk commuter line (baik itu mengenai jadwal dan info rute)
- e. Item 14, yaitu kemampuan petugas dalam menjalankan pekerjaannya
- f. Item 19, yaitu kemudahan pelanggan untuk menghubungi perusahaan
- g. Item 20, yaitu kemampuan petugas untuk berkomunikasi kepada pelanggan dengan bahasa yang mudah dipahami

Dengan demikian pihak perusahaan harus mempertimbangkan kembali kelima item pertanyaan di atas karena dirasakan terlalu berlebihan. Sebaiknya kinerja yang ada pada ke tujuh item pertanyaan di atas tidak perlu terlalu tinggi, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak begitu mementingkan pelayanan pada item pertanyaan tersebut. Usaha peningkatan kualitas pelayanan dialihkan kepada beberapa item pertanyaan yang dirasa sangat dipentingkan oleh pelanggan tetapi kinerjanya masih terasa kurang, yaitu item pertanyaan yang berada di Kuadran A.

Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya yaitu mengenai kepuasan pelanggan terhadap sistem *commuter line*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

Berdasarkan analisis kualitas pelayanan, menunjukkan bahwa harapan pelanggan belum terpenuhi dengan kinerja yang diberikan oleh system *commuter* line PT KCJ. Hal ini dapat dibuktikan bahwa keseluruhan tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan di bawah angka 100 % yang menunjukkan bahwa kinerja *commuter* line belum sesuai harapan konsumen. Berdasarkan analisis koordinat Kartesius menunjukkan bahwa atribut yang perlu diprioritaskan adalah item:

1. Item 1, yaitu kapasitas tempat duduk dan orang berdiri di dalam gerbong
2. Item 2, yaitu kebersihan didalam kereta atau stasiun
3. Item 3, yaitu berfungsinya fasilitas kereta *commuter* line (seperti AC atau kipas)
4. Item 5, yaitu tersedianya alat untuk memberi info rute perjalanan
5. Item 7, yaitu ketepatan jadwal berangkat
6. Item 11, yaitu kecepatan para petugas mengenai keluhan dan permintaan pelanggan
7. Item 21, yaitu ketersediaan petugas untuk menghargai dan melayani serta mengutamakan kebutuhan pelanggan.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, antara lain:

Pihak manajemen PT KCJ harus dapat meningkatkan seluruh dimensi kualitas pelayanan, hal ini dimaksudkan agar tingkat kepuasan pelanggan mencapai 100 %. Usaha peningkatan kualitas pelayanan dimensi *tangible* dapat dilakukan dengan cara menambah gerbong atau dengan menambah jadwal kereta agar semua pelanggan merasa kapasitas di dalam gerbong tidak terlalu penuh atau dengan pembatasan jumlah kapasitas penumpang, menambah jumlah petugas kebersihan agar setiap kereta yang akan digunakan selalu bersih, memperbaiki dan merawat fasilitas (tempat duduk, AC atau kipas) yang ada agar tetap berjalan dengan baik dan membuat nyaman pelanggan, menambah alat pemberi informasi seperti menjalankan setiap speaker yang ada di gerbong kereta untuk memberi tahu info rute.

Dari dimensi reliabilitas bisa meningkatkan perawatan pada kereta agar setiap kereta siap operasi dan tidak ada kereta yang macet dan menyebabkan terjadinya telat jadwal.

Dari dimensi *responsiveness* bisa dengan peningkatan sumber daya manusia melalui keterampilan para petugas sehingga petugas memiliki kemampuan dalam

bekerja dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul, dan menampung saran dari pelanggan melalui internet ataupun email, serta para pelanggan dapat bebas dan mudah memberi saran kepada perusahaan .

Dari dimensi *assurance* ini bisa berkembang dari pembatasan kapasitas penumpang dalam 1 gerbong, usaha ini memungkinkan para petugas dapat berkeliling dan lebih menjaga keamanan serta kenyamanan para penumpang dalam gerbong.

Dari dimensi *emphaty* melakukan peningkatan sumber daya manusia melalui keterampilan para petugas sehingga petugas memiliki kemampuan dalam bekerja dan memberi sebuah pelatihan mengenai kepentingan pelanggan dan memberi sugesti bahwa penumpang adalah sesuatu yang penting dan petugas mampu untuk mengedepankan para pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Keban, T. Yeremias. 2004. *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik Konsep, Teori, dan Isu*. Jakarta: Gava Media.
- Sugandi, Yogi. Suprayogi. 2011. *Administrasi Publik Konsep dan Perkembangan Ilmu di Indonesia*. Jakarta.
- Tukiran, Taniredja Hidayati Mustafidah. 2011. *Penelitian Kuantitatif: (Sebuah Pengantar)*. Jakarta .
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Administrasi*. Jakarta: Alfabeta
- Priyatno, Duwi. 2011. *Buku Saku Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit: MediaKom.
- Umar, H. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran Edisi II*. Jakarta: Andi.
- Rangkuti, F. 2002. *The Power of Brands*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- . 2003. *Measuring Costumer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Irawan, H. 2002. *10. Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Tjiptono, F. dan Chandra G. 2008. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 2. Jakarta: Andi.

- Supranto. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Husein, Umar. 2004. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Cetakan ke-6. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Istianto, Bambang. 2011. *Manajemen Pemerintahan Dalam Perspektif Pelayanan Publik edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator, dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.