

Persepsi Penggunaan Kapal Cepat Terhadap Kualitas Pelayanan Rute Baubau-Kendari

Nurhayati

Program Studi Teknik Sipil, Universitas Dayanu Ikhsanuddin, Indonesia
nurhayati84@unidayan.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pengguna kapal cepat tentang kualitas pelayanan dan bagaimana kesesuaian antara harapan atau citra tentang kualitas pelayanan dengan kenyataan yang dialami oleh pengguna. Metode yang digunakan dengan membagikan kuesioner kepada dan wawancara kepada responden yang berada di lokasi (sampling insidental) selanjutnya data diolah menggunakan SPSS dengan Analisis non-parametrik Wilcoxon Signed-Rank Test. Hasil penelitian menunjukkan persepsi pengguna kapala cepat terhadap kualitas pelayanan menunjukkan hasil 53,8% pelanggan merasa puas atas kualitas layanan yang diberikan dan 9,4 % merasa sangat puas. Analisis mengenai perbedaan kualitas pelayanan yang diharapkan (citra) dengan kualitas pelayanan yang diterima menunjukkan adanya perbedaan di beberapa aspek tinjauan. Tetapi sebagian besar menyatakan bahwa antara persepsi atau harapan pengguna sesuai dengan kualitas pelayanan yang dirasakan. Jadi, hasil analisis ini menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian antara kualitas pelayanan yang diharapkan dengan kualitas pelayanan yang terjadi pada kenyataannya.

Kata kunci : Kapal Cepat, Persepsi, Kualitas, Pelayanan.

Pendahuluan

Transportasi merupakan kebutuhan yang sangat penting untuk menunjang pertumbuhan ekonomi. Sejatinya transportasi publik yang baik dapat menunjang tugas pemerintah guna pemerataan pembangunan salah satunya yaitu moda transportasi laut. Transportasi laut sebagai penghubung antara pulau yang satu dengan pulau lainnya sehingga distribusi barang atau pergerakan penumpang antar pulau dapat berjalan dengan lancar sehingga terjadi pemerataan pembangunan. Untuk menciptakan industri transportasi laut nasional yang kuat, yang dapat berperan sebagai penggerak pembangunan nasional, menjangkau seluruh perairan nasional dan internasional, maka pemerintah membuat sebuah kebijakan di bidang transportasi laut tidak hanya membahas angkutan laut saja akan tetapi meliputi aspek kepelabuhanan serta keselamatan pelayaran (Perhubungan, 2006).

Transportasi memiliki arti perpindahan barang atau manusia dari tempat asal kegiatan transportasi ke tempat tujuan dimana kegiatan transportasi berakhir (Morlok, 1978). Transportasi dibutuhkan untuk interaksi kegiatan sosial dan ekonomi yang menyebar dalam suatu wilayah (Kanafani, 1983).

Kota Baubau merupakan salah satu kota yang memiliki aktivitas tinggi di Provinsi Sulawesi Tenggara karena menjadi kota transit sehingga kota ini menjadi pusat industri, perdagangan, jasa dan Pendidikan dikawasan ini.

Hal ini berdampak pada meningkatnya pergerakan dalam kota yang berimplikasi pada meningkatnya kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi. Sehingga berdampak pula pada tumbuhnya pemilihan antar moda angkutan umum penumpang antar pulau. Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan tingginya mobilitas antar pulau yang menuju Ibukota Provinsi (Kendari) maka kebutuhan akan moda transportasi salah satunya yaitu transportasi laut. Pemerintah kota Baubau mengoperasikan angkutan laut menuju Kendari dan Kabupaten Muna (Raha) dengan menggunakan kapal cepat (*motor vessel*).

Pengoperasian angkutan moda transportasi berhubungan erat dengan persepsi masyarakat, baik dari pengguna maupun bukan pengguna. Yang harus diperhatikan adalah persepsi tentang kualitas pelayanan. Menurut (Kasali, 2008) opini publik berkaitan erat dengan persepsi. Komponen-komponen dalam opini publik yaitu kepercayaan tentang sesuatu, attitude dan persepsi (Abelson et al., 1968)

Tingkat pelayanan merupakan ukuran karakteristik pelayanan secara keseluruhan yang mempengaruhi pengguna jasa (Vuchic et al., 1981). Jika kualitas pelayanan baik maka dapat menjamin keberlanjutan pelayanan angkutan tersebut. Atribut pelayanan menjadi bagian yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Konsumen yang berbeda akan mempertimbangkan atribut pelayanan yang berbeda pula. Realitanya konsumen tidak mempertimbangkan suatu atribut

pelayanan tetapi hanya melakukan identifikasi beberapa variabel pelayanan yang paling berpengaruh (Manheim, 1979).

Pada sebuah artikel mengungkapkan persepsi pelanggan tentang pengalaman layanan selalu penting untuk keberhasilan organisasi jasa (Kelley & Turley, 2001). Layanan ditentukan oleh kualitas klasifikasi komprehensif karena merupakan evaluasi ekstensif berdasarkan keuntungan yang dirasakan dari penawaran (Parasuraman et al., 1988). Di artikel berbasis layanan mereka yang dikutip secara luas (Parasuraman et al., 1985) menemukan bahwa (a) persepsi kualitas layanan dihasilkan dari penilaian harapan relatif terhadap kinerja layanan aktual, (b) evaluasi kualitas layanan tidak dihasilkan secara eksklusif dari konsekuensinya layanan, dan (c) kualitas layanan lebih bermasalah bagi pelanggan untuk menilai dari kualitas produk.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penilaian kualitas layanan yaitu komunikasi, kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu dan komunikasi eksternal (Zeithaml et al., 1990). Sepuluh dimensi yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, competence, courtesy, credibility, security, acces, communication* dan *understanding the customer* (Zeithaml et al., 1990).

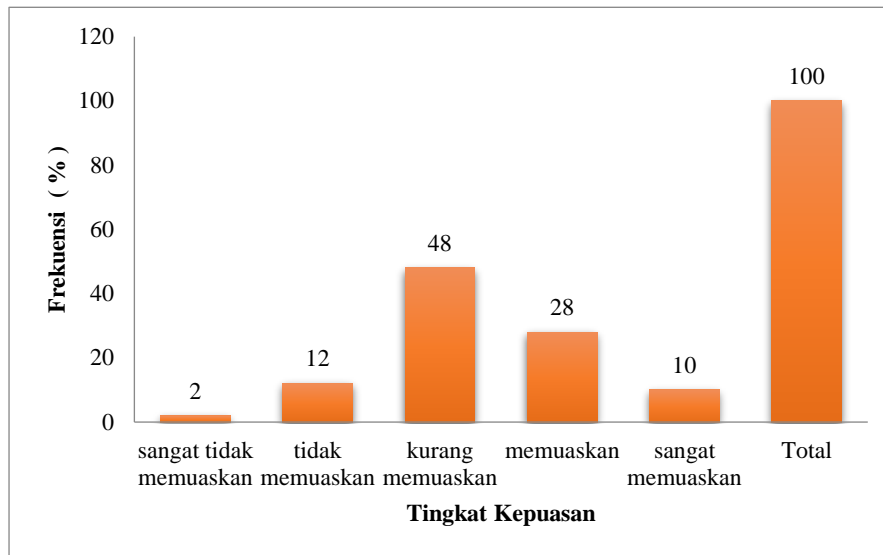
Kualitas pelayanan dapat berubah dari waktu ke waktu dari sebelum dioperasikan, saat pengoperasian, setahun setelahnya atau beberapa tahun kemudian. Saat angkutan laut belum beroperasi banyak harapan akan kualitas dari kapal cepat (*motor vessel*). Masyarakat memiliki persepsi tersendiri tentang bagaimana kualitas pelayanan kapal cepat tersebut apakah sesuai dengan realita yang dialami. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pengguna kapal cepat tentang kualitas pelayanan dan bagaimana kesesuaian antara harapan atau citra tentang kualitas pelayanan dengan kenyataan yang dialami oleh pengguna.

Metode Penelitian

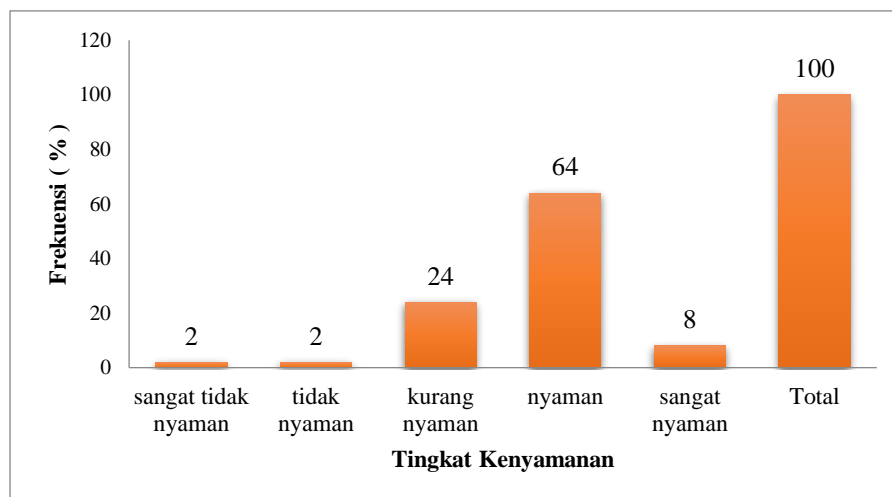
Penelitian dilakukan dengan pertama-tama melakukan observasi awal tentang karakteristik kapal cepat untuk selanjutnya merancang pertanyaan untuk disusun dalam bentuk kuesioner yang akan diajukan kepada responden. Data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner dan wawancara langsung kepada responden. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi literatur. Metode pengambilan sampel dengan cara *sampling insidental*. Jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 orang. Data diolah menggunakan SPSS. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan serta reliabel atau tidaknya hasil kuesioner. Uji validitas menggunakan koefisien Cronbach Alfa. Setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas kemudian dilakukan uji hipotesis. Analisis menggunakan non-parametrik Wilcoxon Signed-Rank Test.

Hasil dan Pembahasan

Proses analisis data diperlukan agar dapat mengembangkan kategori dan sebagai perbandingan untuk menemukan sesuatu yang mendasar dan memberikan gambaran apa adanya. Dalam penelitian ini dilakukan analisis mengenai kualitas pelayanan kapal cepat berdasarkan persepsi pengguna. Kualitas pelayanan ditinjau dari harga tiket, tingkat kenyamanan, pelayanan staff, jaminan keselamatan dan kualitas keseluruhan kapal cepat masing-masing ditampilkan masing-masing pada gambar dibawah ini.



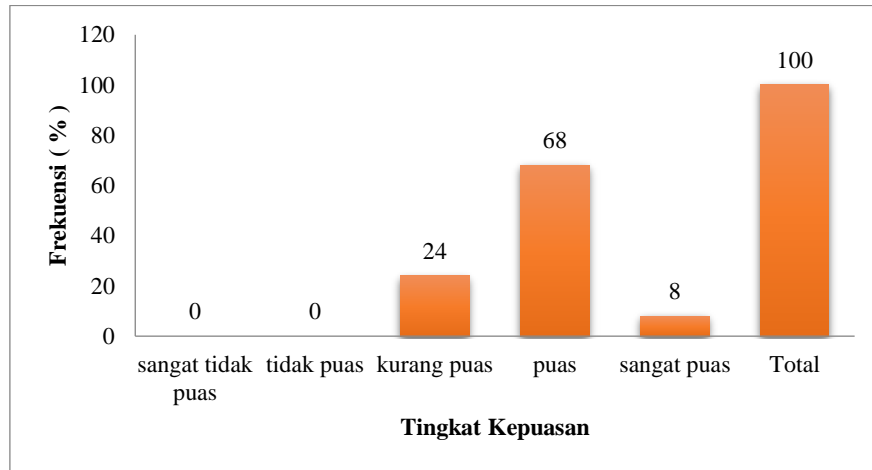
Gambar 1. Grafik Persepsi Pengguna Terhadap Tarif



Gambar 2. Grafik Persepsi Pengguna Terhadap Kenyamanan

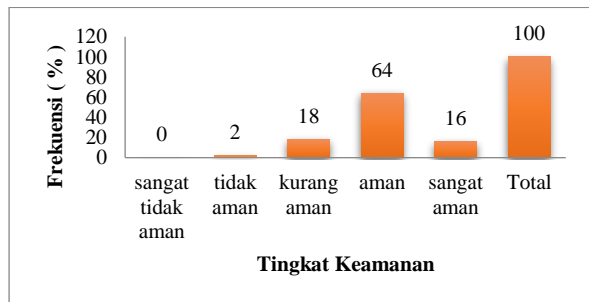
Kenyamanan yang dimaksud meliputi kualitas AC, kursi dan lampu penerangan. Dari hasil penelitian 64 orang responden (64%) merasa nyaman dengan fasilitas yang diberikan, 8% sangat nyaman, 24% kurang nyaman, dan masing-masing 2% untuk tidak nyaman dan sangat tidak nyaman.

Aspek lainnya yang ikut ditinjau adalah aspek kualitas pelayanan staff (keramahan dan pelayanan) dapat dilihat pada (gambar 3). Pada aspek kualitas pelayanan staff, 68 % responden merasa baik dengan pelayananyang diberikan oleh pihak perusahaan. 8% sangat baik, dan 24% merasa kurang baik.



Gambar 3. Grafik Persepsi Pengguna Terhadap Pelayanan Staff

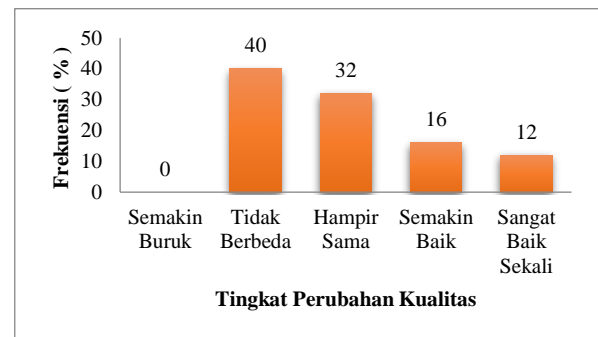
Aspek jaminan keselamatan dan keamanan selama perjalanan. 64% responden merasa aman menggunakan kapal cepat sebagai sarana transportasi. 18% responden merasa kurang aman, 2% merasa tidak aman dan 16% merasa sangat aman. Selengkapnya dapat dilihat pada gambar 4. berikut :



Gambar 4. Grafik Persepsi Pengguna Terhadap Jaminan Keselamatan

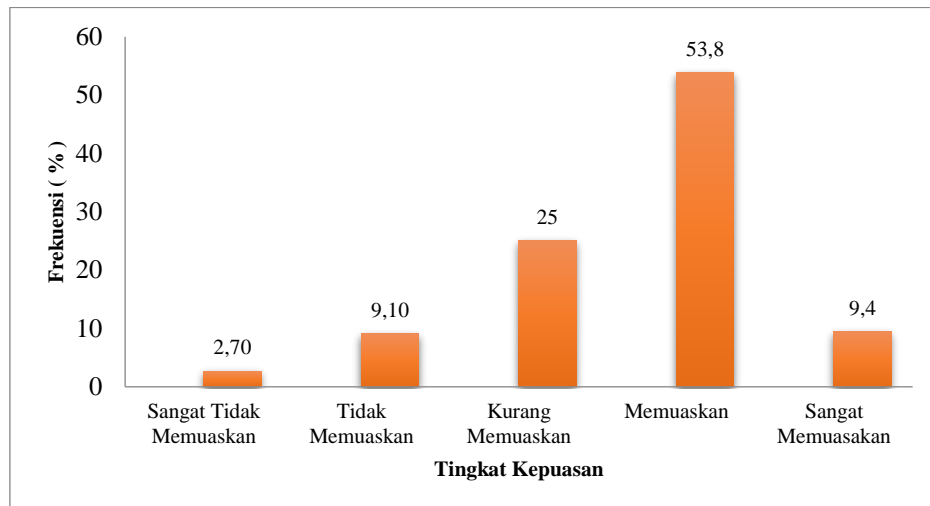
Aspek yang ditinjau selanjutnya adalah aspek perubahan kualitas pelayanan dari waktu ke waktu berdasarkan frekuensi pengguna saat melakukan perjalanan dengan menggunakan alat transportasi ini. Sejak pertama kali menggunakan

hingga saat ini. 40% responden merasakan tidak adanya perubahan kualitas yang dirasakan. Untuk lebih lengkapnya lihat gambar 5. berikut :



Gambar 5. Grafik Persepsi Pengguna Terhadap Kualitas Keseluruhan Kapal Cepat

Persepsi tentang kualitas keseluruhan kapal cepat menunjukkan bahwa para pengguna merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan dari waktu ke waktu. Selengkapnya dapat dilihat pada gambar 6. berikut:



Gambar 6. Grafik Persepsi Pengguna Terhadap Kualitas Pelayanan Keseluruhan Kapal cepat

Selanjutnya dari hasil analisis mengenai perbandingan antara kualitas pelayanan yang diharapkan dengan kualitas pelayanan dalam

kenyataannya. Berdasarkan hasil uji dengan Wilcoxon Signed-Rank Test diperoleh hasil seperti pada tabel dibawah ini

Tabel 1. Hasil Analisis Wilcoxon Signed-Rank Test

Aspek	Ranking Rata-Rata	Jumlah Ranking	Z	p-value
Kerapihan Karyawan (Pelayanan Tiket)	30,76	1104,00	-2.648	0.0081
Fasilitas (Fasilitas Kantor, Ruang Tunggu, dan Fasilitas lainnya)	29,96	1018,00	-1.620	0.1053
Kebersihan Toilet Kapal	29,52	767,50	-0.489	0.6251
Kerapihan Karyawan (Pelayanan Kapal)	28,84	634,50	-1.585	0.1129
Fasilitas Hiburan	31,62	1201,50	-2.521	0.0117
Ketepatan Waktu (Keberangkatan dan Kedatangan)	33,57	1175,00	-1.211	0.2259
Pembayaran Tiket diloket Pembayaran	30,53	1221,00	-3.314	0.0009
Keperdulian Karyawan terhadap Masalah yang dialami Pelanggan	29,73	832,50	-0.820	0.4120
Kesungguhan Karyawan untuk Menyelesaikan Masalah yang dialami Pelanggan	30,82	863,00	-0.061	0.9510
Jaminan Keselamatan dan Keamanan	31,32	1284,00	-3.541	0.0004

Kenyamanan (AC, Kursi, dan Lampu Penerangan)	29,87	926,00	-2.612	0.0090
Kebersihan dalam Kapal	31,89	861,00	-0.548	0.5839
Kemampuan Komunikasi Karyawan	31,40	1067,50	-2.666	0.0077
Keramahan dan Kesopanan Karyawan	29,44	795,00	-0.219	0.8267
Perubahan Pelayanan dari Waktu ke Waktu	36,69	2128,00	-4.715	0.0000
Kualitas Pelayanan dari Waktu ke Waktu	31,92	1181,00	-1.499	0.1339
Perbedaan Pelayanan (dari pertama menggunakan sampai terakhir)	41,23	2226,50	-4.069	0.0000
Kursi Nonsit	45,04	2657,50	-1.222	0.0676
Tarif	35,02	1506,00	-2.166	0.0303
Kepuasan (Kualitas Pelayanan secara Keseluruhan)	34,40	1204,00	-0.202	0.8396

Harapan dan persepsi pelanggan tentang kualitas layanan tetap penting untuk pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa persepsi atau harapan pengguna sesuai dengan kualitas pelayanan yang dirasakan. Kualitas layanan telah terbukti memiliki dampak yang relevan pada kinerja bisnis secara keseluruhan, klien,

kepuasan, loyalitas dan profitabilitas (Amat-Lefort et al., 2020). Pada penelitian lain dikatakan bahwa tangibles dan empathy adalah dimensi kualitas layanan yang penting untuk menentukan kepuasan pelanggan serta yang tidak kalah pentingnya adalah representasi fisik, kebersihan dan penampilan menjadi implikasi yang besar pula (Lee et al., 2011).

Kesimpulan

1. Persepsi pengguna kapala cepat terhadap kualitas pelayanan menunjukkan hasil 53,8% pelanggan merasa puas atas kualitas layanan yang diberikan dan 9,4 % merasa sangat puas.
2. Analisis mengenai perbedaan kualitas pelayanan yang diharapkan (citra) dengan kualitas pelayanan yang diterima menunjukkan adanya perbedaan di beberapa aspek tinjauan. Tetapi sebagian besar menyatakan bahwa antara persepsi atau harapan pengguna sesuai dengan kualitas pelayanan yang dirasakan. Jadi, hasil analisis ini menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian antara kualitas pelayanan yang diharapkan dengan kualitas pelayanan yang terjadi pada kenyataannya.

Daftar Pustaka

- Abelson, R. P., Aronson, E. E., McGuire, W. J., Newcomb, T. M., Rosenberg, M. J., & Tannenbaum, P. H. (1968). *Theories of cognitive consistency: A sourcebook*.
- Amat-Lefort, N., Marimon, F., & Mas-Machuca, M. (2020). Towards a new model to understand quality in collaborative consumption services. *Journal of Cleaner Production*, 266, 121855. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121855>
- Kanafani, A. (1983). *Transportation demand analysis*.
- Kasali, R. (2008). *Manajemen Public Relations: konsep dan aplikasinya di Indonesia. pustaka utama grafiti* (1st ed.). Pustaka Utama Garfiti.
- Kelley, S. W., & Turley, L. W. (2001). Consumer perceptions of service quality attributes at sporting events. *Journal of Business*

- Research*, 54(2), 161–166.
[https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)
- Lee, J. H., Kim, H. D., Ko, Y. J., & Sagas, M. (2011). The influence of service quality on satisfaction and intention: A gender segmentation strategy. *Sport Management Review*, 14(1), 54–63.
<https://doi.org/10.1016/j.smr.2010.02.002>
- Manheim, M. L. (1979). *Fundamentals of transportation system analysis Volume 1: Basic concepts*. Mit Press.
- Morlok, E. K. (1978). Pengantar Teknik dan Perencanaan Transportasi, 1995. Jakarta: Erlangga.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. 1988, 64(1), 12–40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- Perhubungan, D. (2006). *Pembangunan transportasi laut*. Departemen Perhubungan Direktorat Jenderal Perhubungan Laut.
- Vuchic, V. R., Clarke, R., & Molinero, A. (1981). *Timed transfer system planning, design and operation*.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., Berry, L. L., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Simon and Schuster.