

**BEBERAPA FAKTOR KUALITAS LAYANAN YANG  
DIPERTIMBANGKAN OLEH PELANGGAN  
DALAM PEMILIHAN ANGKUTAN  
JASA UMUM TAKSI  
(Service Quality Factor Considered by Customers (A Study on Taxi  
as Public Transportation in Surakarta)**

*Y. Djoko Suseno \*)*

**ABSTRAK**

*Semakin ketatnya persaingan dalam industry taksi, maka perusahaan harus dapat meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Karena itu perusahaan perlu memahami keputusan pelanggan agar dapat memenuhi customer expectation. Mengukur kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaing dan pengguna akhir, serta menemukan bagian mana yang butuh peningkatan. Umpan balik dari pelanggan merupakan alat ukur untuk mengukur kepuasan pelanggan. Ada dua tujuan dari penelitian ini yaitu 1) menguji apakah faktor-faktor kualitas layanan yang terdiri dari bukti langsung keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersamaan dipertimbangkan pelanggan untuk memenuhi kepuasannya dalam memilih angkutan umum taksi 2) menentukan faktor yang dijadikan pertimbangan utama untuk memenuhi kepuasannya di dalam memilih angkutan umum taksi. Penelitian dilaksanakan di Kota Surakarta. Alat analisis yang digunakan adalah confirmatory factor . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) faktor kualitas layanan yang terdiri dri bukti langsung keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersamaan dipertimbangkan pelanggan untuk memenuhi kepuasannya di dalam memilih angkutan umum taksi 2) faktor bukti langsung menjadi pertimbangan utama pelanggan untuk memenuhi kepuasannya.*

**Kata kunci :** *kepuasan konsumen, kualitas layanan*

**ABSTRACTS**

*Having tight competition in taxi industry, a company should be able to increase its services for the customers. For that reason, the company has to know about the customers satisfaction in order to meet their expectations. Measuring the customer's satisfaction would be very useful for the company in evaluating the recent company's position compared with the competitors and to find out which part or division that should be improved. Direct customer feedback is a means to measure the customer's satisfaction. There are two puposes of this research: 1) whether service quality factors such as taingibles, realiability, responsiveness, assurance and empathy are considered simultaneously by customer to meet their satisfaction in choosing taxi as public transportation; 2) which factors that would become the customer's main considernration to meet their satisfaction in choosing*

*taxi as public transportations. This research was conducted in Surakarta. In analyzing the data, this research used Confirmatory Factor analysis. The result of the research show that: 1) the service quality factors such as tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy are simultaneously considered by customers to meet their satisfaction in choosing, taxi as public transportation: 2) The tangibles factor becomes a main consideration for the customers to meet their satisfaction.*

**Keywords:** *customer, satisfaction, service quality*

*\*) Dosen Fakultas Ekonomi UNISRI Surakarta*

## **PENDAHULUAN**

Kota Surakarta merupakan kota besar ketiga di Jawa Tengah, mempunyai potensi berkembang yang cukup besar. Sebagai kota pendidikan, pariwisata dan industri tentunya membutuhkan penyediaan prasarana perkotaan yang memadai. Salah satu prasarana perkotaan yang penting adalah sistem transportasi kota.

Sistem transportasi kota yang memadai mutlak dimiliki oleh kota besar dan menuju arah modernisasi, karena mobilitas anggota masyarakatnya cukup tinggi. Perkembangan sosial dan ekonomi menyebabkan mobilitas masyarakat juga meningkat, sehingga diperlukan sarana yang memadai, di antaranya adalah sarana transportasi berupa taksi. Angkutan umum taksi beda dengan angkutan umum lain. Hal ini disebabkan angkutan umum taksi memiliki ciri-ciri tertentu. Kekhususan ini antara lain adalah prestise, dimana orang yang naik taksi dipandang lebih bergengsi daripada naik angkutan umum lain. Selain itu penggunaan jasa taksi lebih nyaman dalam arti tidak

berdesak-desakan dengan penumpang lain dan bisa langsung menuju tempat tujuan yang tidak dilalui angkutan umum, walaupun diakui bahwa angkutan umum taksi juga memiliki kekurangan dari sudut pandang lain seperti, kejujuran sopir dalam mengantarkan penumpang ke tempat tujuan, serta pandangan negatif dari penumpang terhadap kejujuran perusahaan dalam pengaturan argometer.

Seiring dengan laju pertumbuhan penduduk, perkembangan jumlah taksi dan perusahaan pengelolanya di kota Surakarta tampak sangat fluktuatif. Dengan beberapa kelebihan dan kekurangan angkutan umum taksi tersebut, maka perusahaan taksi berkembang sejalan dengan perkembangan sosial ekonomi masyarakat. Perkembangan ini berdampak positif terhadap perkembangan usaha perusahaan taksi, karena permintaan akan jasa taksi meningkat, tetapi di sini lain tuntutan terhadap kualitas layanan juga meningkat. Dalam hal ini perusahaan taksi dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas layanan

sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggannya.

Perusahaan angkutan umum taksi merupakan jenis perusahaan jasa campuran antara produk nyata (*good*), yaitu mobil dan produk jasa (*service*) yaitu pelayanan. Oleh karena itu, hal-hal yang berkaitan dengan kondisi fisik kendaraan, misalnya tampilan luar, kebersihan dan kelengkapan, AC, serta hal-hal yang berkaitan dengan pelayanan, misalnya ketepatan waktu penjemputan, kecakapan pengemudi dan pelayanan operator, akan menentukan keinginan dan penilaian konsumen terhadap jasa taksi yang digunakan. Sementara itu, pelayanan merupakan hal kompleks, karena bersifat subyektif bergantung pada kondisi yang dihadapi. Sasaran utama industri jasa adalah pelayanan prima untuk memberikan kepuasan kepada konsumen sebagai pelanggan.

Menurut Lewis (2000) karakteristik utama organisasi jasa adalah interaksi secara langsung antara produsen dan konsumen. Tidak seperti organisasi manufaktur, di organisasi jasa, proses produksi dan saat konsumsi berlangsung secara simultan. Implikasinya, tidak ada lagi kesempatan untuk melakukan seleksi terhadap output yang akan dikonsumsi. Output atau "produk" yang dikonsumsi adalah pelayanan itu sendiri. Artinya pada saat kinerja pelayanan jelek, maka secara seketika akan dipersepsi oleh konsumen (pelanggan). Pelayanan juga tidak dapat disimpan, sebagaimana barang hasil produksi,

serta berlangsung secara terus-menerus dan tidak berwujud. Keseluruhan karakteristik tersebut membuat institusi yang memiliki output berupa pelayanan perlu menyikapi secara unik, berbeda dengan institusi yang memiliki output berupa barang. Seperti halnya produk berupa barang pelayanan juga dapat diukur kualitasnya. Konsep kualitas pelayanan, merupakan fungsi persepsi konsumen terhadap dua dimensi.

Pertama, apa yang diharapkan akan diterima oleh konsumen (pelanggan) dan kedua, apa yang benar-benar diterima oleh konsumen (pelanggan) (Kotler, 2000; Lewis, 2000). Fungsi persepsi konsumen terhadap apa yang diharapkan akan diterima berarti konsumen telah memiliki persepsi atau keinginan tentang kualitas pelayanan yang akan diperoleh. Sedangkan fungsi persepsi konsumen terhadap apa yang benar-benar diterima, berarti konsumen akan mendefinisikan fakta yang dihadapi menurut ukuran dia. Jika dimensi yang diharapkan diterima, maka pelayanan dinilai berkualitas baik. Dengan demikian dapat dilakukan upaya-upaya untuk menyesuaikan kedua dimensi tersebut.

Menurut Zeithaml (2000) terdapat lima gap (kesenjangan) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas layanan yaitu: (1) gap persepsi manajemen, yaitu adanya perbedaan penilaian layanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai

harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi ketika kurangnya interaksi antara pihak manajemen dan pengguna jasa tersebut. (2) gap spesifikasi kualitas, yaitu: kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas layanan. Kesenjangan ini terjadi antara lain kurangnya memadai komitmen manajemen terhadap kualitas jasa. (3) gap penyampaian layanan, yaitu kesenjangan antara spesifikasi kualitas layanan dan penyerahan atau sajian layanan. Kesenjangan ini disebabkan karena kurangnya ambiguitas, yaitu sejauh mana pegawai dapat melakukan tugas sesuai dengan harapan manajer, adanya konflik peran, yaitu sejauh mana pegawai menyakini bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak. Pemahaman tentang kepuasan konsumen (pelanggan) sehingga dapat memenuhi *customer inpectations*, langsung mempengaruhi kinerja penjualan. Kemampuan beraksi secara cepat akan menciptakan retensi pelanggan yang lebih tinggi yang akhirnya akan menciptakan penjualan dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Rangkuti, 2003).

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk menganalisis apakah factor-faktor kualitas layanan yang terdiri dari a) bukti langsung b) kemudahan, c) daya tanggap d) jaminan dan e) empati secara bersamaan dipertimbangkan pelanggan untuk memnuhi kepuasannya dalam memilih

angkutan umum taksi di Surakarta, Serta untuk menganalisis diantara factor-faktor tersebut, factor mana yang dijadikan pertimbangan utama pelanggan untuk memenuhi kepuasannya dalam memilih angkutan umum taksi di Surakarta.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan di kota Surakarta dengan alasan, Surakarta merupakan kota yang berkembang pesat, dan merupakan kota besar ketiga di Jawa Tengah. Dilakukan pada delapan perusahaan taksi yaitu : Kosti, Gelora, Mahkota, Sakura, Bengawan, Angkasa Centra dan Solo City. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen (pelanggan) angkutan umum taksi di Surakarta yang pernah atau sedang dilayani perusahaan taksi di Surakarta. Pemilihan sampel pelanggan dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Metode *accidental sampling* digunakan untuk memilih anggota populasi yang paling mudah ditemui dan diminta informasi (Emory & Cooper, 2000) Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara langsung dengan pelanggan taksi yang berpedoman pada kuesioner yang telah disusun. Data yang berhasil dikumpulkan kemudian dianalisis dengan analisis *confirmastory factor*.

## **HASIL DAN BAHASAN**

### Hasil Penelitian

Secara geografis kota Surakarta(Solo) terletak di antara 110° 45' 15". 110°.40', 36' Bujur Timur dan 70° 36'. 70' 56' Lintang

Selatan dan berbatasan dengan Kabupaten Karanganyar dan Kabupaten Boyolali. Di Sebelah Utara Kabupaten Karanganyar dan Kabupaten Sukoharjo di Sebelah Timur dan Barat dan Kabupaten Sukoharjo di sebelah selatan.

Dalam pendekatan demografis, kota Surakarta adalah termasuk kota besar ketiga di Jawa Tengah setelah Yogyakarta, Semarang ini yang dikenal sebagai kota pendidikan karena banyaknya fasilitas pendidikan yang tersedia dari mulai tingkat Play Group, Taman Kanak-Kanak, sampai Pendidikan Tinggi dan jenis pendidikan non formal seperti kursus bahasa asing, akuntansi sekretaris, dan perhotelan pariwisata dan komputer, baik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun swasta.

Dari sisi mata pencaharian dan jumlah angkatan kerja sebanyak 554 ribu orang (89%) telah bekerja. Sedangkan sisanya sebesar 11% merupakan angkatan kerja yang sedang mencari pekerjaan. Dengan demikian dapat diduga bahwa, permintaan jasa layanan taksi di Surakarta (Solo) cukup tinggi, mengingat secara relative masyarakat punya daya beli.

Menurut hasil Proyeksi Sensus Penduduk Tahun 2005, jumlah penduduk kota Surakarta mencapai 800.526 jiwa dengan rata-rata laju pertumbuhan setiap tahunnya sebesar 0,82%. Sehingga pada tahun 2009 diperkirakan sekitar 870.659 jiwa. Jika diasumsikan sejumlah 6% jumlah penduduk kota Surakarta (Solo), yaitu sekitar 5400

jiwa yang membutuhkan alat transportasi taksi, maka perbandingan jumlah penduduk yang membutuhkan taksi dengan jumlah taksi yang tersedia adalah 5400 : 574 atau dengan kata lain 1 taksi bisa melayani antara 9 sampai dengan 10 orang (DLLAJ, 2008). Keadaan angka kebutuhan ini bisa lebih besar lagi pada hari Sabtu dan Minggu atau pada hari libur nasional yang berurutan.

Seiring dengan laju pertumbuhan penduduk, perkembangan jumlah taksi menurut pemilikan sampai dengan tahun 2010 disajikan dalam Tabel 1:

Hasil uji kontruk variabel kualitas layanan disajikan pada Gambar 2 di atas dievaluasi berdasarkan *goodness of fit indeces*, criteria model serta nilai kritisnya yang memiliki kesesuaian data dapat dilihat pada tabel 1

Selanjutnya untuk mengetahui variabel yang dapat digunakan sebagai indikator atau dimensi dari kualitas layanan yang dipertimbangkan konsumen (pelanggan) dapat diamati dari nilai *loading factor* atau koefisien lambda ( $\lambda$ ) dan tingkat signifikansinya, yang mencerminkan masing-masing variabel sebagai indikator dukungan organisasi

Analisis kontribusi langsung (*direct effect*) kontribusi tidak langsung (*indirect effect*) dan kontribusi total (*total effect*) antar konstruk dari model, sehingga besarnya kontribusi dapat dibandingkan untuk mengevaluasi kontribusi setiap konstruk

Tabel 1 Perkembangan Jumlah Taksi Menurut Pemilikan

Nama Perusahaan	Tahun Berdiri	Jumlah Armada	Dalam Persentase
Kosti Taksi Solo	2002	210	43,76
Gelora Taksi	2004	115	19,14
Mahkota Ratu Taksi	2006	78	11,71
Sakura Sari Taksi	2005	36	5,36
Bengawan Taksi	2008	48	7,93
Angkasa Taksi	2007	52	8,60
Centra Taksi	2008	45	7,65
Solo City Taksi	2010	30	4,75
Jumlah		604	100 %

Sumber : Data sekunder diolah

Tabel 1 : Evaluasi *criteria goodness of fit Indexes* variabel kualitas layanan (model akhir)

Goodness of fit indeces	Cut off Value	Hasil Model	Keterangan
X2- Chi square	Diharapkan kecil	Chi square	Baik
Sign Probability	➤ 0.05	0.930	Baik
CMIN / DF	< 2.00	0.826	Baik
GFI	➤ 0.90	0.887	Kurang baik
AGFI	➤ 0.90	0.834	Kurang baik
TLI	> 0.90	1.052	Baik
CFI	➤ 0.90	1.000	Baik
RMSEA	➤ 0.08	0.000	Baik

Sumber : Hasil analisis

terhadap kontribusi langsung yang tidak lain adalah koefisien dan semua garis koefisien dengan anak panah satu ujung sedangkan efek tidak langsung adalah efek yang muncul melalui sebuah variabel antara (intervening variabel) dan efek total adalah efek dari berbagai hubungan (Ferdinand, 2002: 149).

## PEMBAHASAN

Manajemen perusahaan ke depan hendaknya lebih memperhatikan 5 (lima) dimensi kualitas jasa beserta atribut-atribut ini dalam upaya meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan sebagai berikut:

1. Daya Tanggap (X1) menjadi pertimbangan pertama bagi konsumen (pelanggan) di dalam memilih angkutan

umum taksi di Surakarta. memiliki tiga atribut dengan skala prioritas :

- a. Sikap tidak dibuat-buat, tulus dalam melakukan layanan (X3) sikap ini khususnya untuk pengemudi merupakan ujung tombak dan pelayanan jasa taksi, karena konsumen (pelanggan) akan menilai perusahaan berdasarkan kepuasan service yang diberikan pengemudi.
  - b. Cepat menanggapi keluhan (X3) penanganan keluhan yang baik dan cepat dapat memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi puas atau bisa menjadi pelanggan abadi.
  - c. Keinginan melayani dengan baik (X3) pengemudi dan operator hendaknya diberikan pelatihan agar dapat melayani konsumen (pelanggan) dengan baik.
2. Keandalan (X2) menjadi pertimbangan kedua bagi pelanggan di dalam memilih angkutan umum taksi di Surakarta. memiliki tiga atribut dengan skala prioritas sebagai berikut:
- a. Rute jalan yang ditempuh efektif (X2) pengemudi hendaknya

- harus melalui jalan yang efektif, mudah dilalui, tidak berbelit-belit. Pengemudi sering kali mengantar penumpang ke tujuan melalui jalan yang berbelit-belit yang sama sekali tidak efektif apabila untuk penumpang luar kota.
- b. Waktu penjemputan cepat (X2) disini operator juga mempunyai peran penting karena yang pertama kali menerima order dari konsumen adalah operator. Jadi operator harus segera menginformasikan kepada pengemudi dengan cepat.
3. Bukti Langsung (X3) menjadi pertimbangan ketiga pelanggan di dalam memilih angkutan umum taksi di Surakarta memiliki enam atribut dengan skala prioritas.
- a. Kualitas/penampilan kendaraan (X3) yaitu penampilan eksterior mobil dan penampilan fisik mobil yaitu: dengan selalu memperhatikan kebersihan eksterior mobil dengan mengecat ulang cat yang rusak, melakukan body repair, penggantian lampu-lampu yang aus sehingga tampilan awal mobil terlihat baik dan bersih.
  - b. Fasilitas tempat duduk (X3) perusahaan taksi diharapkan selalu melakukan pengecekan jok

mobil khususnya untuk taksi jenis lama Penggantian cover jok perlu dilakukan apabila sudah

rusak, apabila tidak pernah kerusakannya cukup dengan memperbaikinya saja. Karena tempat

duduk yang nyaman dapat memberikan kenyamanan penumpang yang berpengaruh pada

kepuasan penumpang..

4. Jaminan (X4) menjadi pertimbangan keempat bagi konsumen (pelanggan) di dalam memilih angkutan umum taksi di Surakarta memiliki tiga atribut, dengan skala prioritas sebagai berikut:

- a. Tidak ada biaya tambahan sesuai dengan argometer (X4) sebenarnya dan pihak perusahaan memang tidak ada biaya tambahan, konsumen (pelanggan) membayar sesuai dengan argometer. Ada kalanya konsumen member tip tetapi itu terserah dan konsumen (pelanggan). Biasanya apabila konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pengemudi maka konsumen (pelanggan) tidak segan-segan untuk memberi tip kepada pengemudi.

- b. Keselamatan penumpang (X4), jaminan

keselamatan dirancang untuk meringankan resiko kerugian pelanggan. Di zaman yang seperti ini konsumen sangat memikirkan

keselamatannya. Seorang pengemudi harus mampu menampilkan citra perusahaan yang aman dan nyaman. Pengemudi diharapkan menjemput dan mengantarkan konsumen (pelanggan) dengan selamat sampai di tujuan.

5. Empati (X5) menjadi pertimbangan kelima bagi konsumen (pelanggan) di dalam memilih angkutan umum taksi di Surakarta memiliki tiga atribut dengan skala prioritas sebagai berikut:

- a. Pengemudinya komunikatif (X5) pengemudi hendaknya mampu berinteraksi, berbicara, bertanya kepada konsumen dengan baik.

- b. Pengemudinya mempunyai rasa hormat (X5) pengemudi harus diberi pelatihan di dalam beretika untuk dapat menghormati konsumen(pelanggan) dengan baik.

- c. Pengemudinya sopan dan ramah (X5) pengemudi harus bersikap ramah dan sopan di dalam melayani



konsumen (pelanggan). Di dalam membukakan pintu, di dalam menyapa pelanggan harus ramah dan sopan.

### KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya dan sesuai dengan tujuan peneliti serta hasil dan pembahasan penelitian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: Faktor kualitas layanan berupa bukti langsung menjadi *common factor* (pertimbangan ketiga) oleh konsumen (pelanggan) untuk memenuhi kepuasannya dalam memilih angkutan umum taksi. Faktor-faktor kualitas layanan yang terdiri dari daya tanggap, keandalan, bukti langsung, jamanan, dan empati secara bersamaan dijadikan pertimbangan pelanggan untuk memenuhi.

Dengan meningkatnya kualitas layanan yang terdiri dari lima faktor tersebut di atas maka akan memberikan manfaat utama bagi perusahaan, yaitu meningkatkan indeks kepuasan kualitas (*quality satisfaction indeks*) yang dapat diukur dengan ukuran apapun meningkatnya produktivitas dan efisiensi meningkatnya keuntungan, meningkat pangsa pasar meningkatnya moral dan semangat karyawan meningkatnya kepuasan pelanggan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, Wiwik 2003, Analisis Kualitasn Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada PT Kereta Api Indonesia DAOP VIII Surabaya)
- Arbuckle, J.L. And Wonthke, W., 2000 AMOS 4,0 User's Guide Smallwaters Corp Chicago.
- Arikunto, Suharsini, 1998 Prosedure Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Cetakan Kesembilan Rineka Cipta, Jakarta.
- Aviliani dan Wilridus, 1998, Membangun Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Layanan majalah Usahawan No 05 TH XXVI Mei
- Brady, Michael K & Cronin Jr, Joseph, Some New Through on Conceptualizing Perceived Service Quality A Hierarchical Approach) Journal of Marketing Vol 65 July 2001, pp: 34-49.
- Cooper ,Donald R & Emory, C William, 1999 Metode Penelitian Bisnis, Edisi Kelima Alih Bahasa Widyono Soetjipto dan UKS Wikarya Erlangga, Jakarta

- Djoko Seno, Yohanes, 2005 Metode Penelitian Bisnis untuk Penelitian Manajemen, Fak Ekonomi UNISRI, Solo
- Rangkuti, Freddy, 2004 Measuring Customer Satisfaction Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Ferdinand,A 2002 Structural Equation Modelling dalam Penelitian manajemen Aplikasi Model Model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis S-2 dan Disertasi S-3 Semarang BP Universitas Diponegoro
- Rusdianto, Didik 2003, Keunggulan Bersaing Angkutan Umum. Taksi dalam Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan di Kotamadya Surabaya, Tesis Program Pascasarjana INIBRAW, Malang.
- Hair,Joseph F,Roldp E Anderson, Ronald L. Tatham and Black, W.C. (1997) Multivariate data analysis Fifth Edition Prentice Hall Internasional Inc.
- Kotler. Philip, 1996. Marketing Management Analysis Planning Implementation Control 9<sup>th</sup> Edition Englewood Cliffs Prentice Hall International Inc New York.
- Malhotra, Neresh K 1998, Marketing Research An Applied Orientation Prentice-Hall International Inc. New Jersey.
- Parasuraman, A Reassessment of Expectations as A Comparion Standard in Measuring ServiceQulaaity,Implication for Furher Research Journal of Marketing Vol 58 January 996.Pp:111-125