

Analisis Persepsi Kualitas Layanan Kapal Feri Penyeberangan Ujung-Kamal

Mohamad Djaelani¹, Didit Darmawan²

¹ Fakultas Ekonomi, Universitas Sunan Giri Surabaya, Surabaya, Indonesia

² Fakultas Ekonomi, Universitas Mayjen Sungkono, Mojokerto, Indonesia

Email: dr.diditdarmawan@gmail.com

Abstrak—Industri transportasi telah berkembang seiring dengan pembangunan infrastruktur di berbagai daerah. Konsep kualitas jasa menjadi sangat penting dan ini terkait dengan industri transportasi. Di Jawa Timur ada Jembatan Suramadu yang telah memberikan dampak kemunduran bagi bisnis penyeberangan kapal feri Ujung-Kamal yang sebelumnya telah mengalami masa kejayaan di zamannya. Studi ini bermaksud untuk menganalisis kualitas layanan kapal feri beserta mengetahui tingkat kepuasan penumpang melalui analisis perbedaan antara harapan dan persepsi penumpangnya. Data telah diambil dari penumpang perusahaan selama perjalanan mereka. Ada 102 responden yang terkumpul datanya. Pemeriksaan tingkat kepuasan penumpang ditemukan bahwa kriteria berada pada tahap cukup puas meski belum puas sepenuhnya. Nilai ini berarti ada tugas penting bagi perusahaan pengelola untuk meningkatkan lebih jauh kepuasan penumpang. Temuan lain disebutkan variabel kualitas layanan (*servqual*) memiliki peran secara parsial maupun simultan untuk membentuk variabel kepuasan penumpang. Guna membagikan layanan bermutu tinggi, perusahaan feri segera wajib menguasai permintaan, keinginan, serta impian.

Kata Kunci: Kualitas Layanan; Kepuasan Penumpang; Indeks Kepuasan Pelanggan.

Abstract—The transportation industry has developed along with infrastructure development in various regions. The concept of service quality becomes very important and is related to the transportation industry. In East Java there is the Suramadu Bridge which has had a setback impact on the Ujung-Kamal ferry crossing business which had previously experienced its heyday in its time. This study intends to analyze the quality of ferry services and determine the level of passenger satisfaction through analysis of the difference between expectations and perceptions of passengers. Data has been retrieved from the company's passengers during their journey. There were 102 respondents whose data were collected. Examination of the level of passenger satisfaction found that the criteria were at the stage of being quite satisfied even though they were not completely satisfied. This value means that there is an important task for the management company to further improve passenger satisfaction. Another finding is that the service quality variable (*servqual*) has a partial or simultaneous role to form the passenger satisfaction variable. In order to provide high quality service, ferry companies must immediately master the demands, desires and dreams.

Keywords: Service Quality; Passenger Satisfaction; Customer Satisfaction Index.

1. PENDAHULUAN

Kualitas layanan telah dipelajari di bidang manajemen bisnis selama bertahun-tahun. Yang paling umum definisi adalah gagasan tradisional yang memandang kualitas sebagai persepsi pengguna terhadap layanan (Parasuraman *et al.*, 1988). Menurut pendekatan ini, jasa berbeda dari barang karena mereka tidak berwujud, heterogen, dan secara bersamaan diproduksi dan dikonsumsi. Persepsi kualitas layanan dari pengguna jasa dapat merasa puas apabila pelayanan yang disuguhkan sesuai dengan harapan mereka (Yanti dan Yuliana, 2018). Dengan demikian, layanan kualitas dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara harapan pengguna tentang kinerja pelayanan sebelum mereka memiliki pelayanan dan anggapan mereka tentang pelayanan yang dilakukan (Iskandar, 2003).

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya kualitas pelayanan, yang dimana kepuasan pelanggan secara langsung mengarah pada daya saing (Purnamasari *et al.*, 2002). Upaya untuk mencari tahu harapan pengguna jasa dari perusahaan transportasi dapat memungkinkan perusahaan transportasi untuk memeriksa dan merevisi layanan mereka untuk mendapatkan keunggulan kompetitif (Gunawan *et al.*, 2019).

Penyeberangan menggunakan kapal feri rute Ujung-Kamal telah beroperasi bertahun-tahun dan telah mengalami pasang surut di industrinya. Keberadaan Jembatan Suramadu telah menyebabkan penurunan drastis dari jumlah penumpang. Perusahaan pengelola telah bersusah payah untuk mempertahankan bisnis ini. Meski dengan berbagai kesulitan dan hambatan yang begitu besar, bentuk transportasi ini tetap eksis hingga sekarang. Hingga berapa lama keberlanjutan bisnis ini ditentukan dari kepemilikan penumpang yang setia tetap menggunakan alat transportasi jenis ini. Oleh karena itu, dengan segala keterbatasan maka diperlukan dukungan untuk mempertahankan bisnis ini melalui survei kepuasan penumpang kapal feri ini.

Studi ini berfokus pada tautan antara harapan penumpang dan kualitas layanan, dan menunjukkan bagaimana perusahaan transportasi feri cepat dapat memanfaatkan ukuran ekspektasi penumpang yang berbeda dalam mengelola kualitas layannya. Alat yang digunakan adalah skala *servqual* untuk menganalisis perbedaan antara harapan dan persepsi penumpang. *Servqual* adalah kualitas layanan instrumen pengukuran, yang mengukur kualitas layanan sebagai kesenjangan antara harapan dan persepsi. Ini adalah skala ini yang sangat populer di kalangan penelitian kualitas layanan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan merupakan teori utama di bidang manajemen pemasaran jasa (Darmawan, 2009). Keduanya benar-benar dihubungkan dengan model Servqual yang telah terbukti efektif sebagai alat ukur dan digunakan di berbagai sektor atau industri jasa (Kumar *et al.*, 2010). Ada 17 item skala yang dikembangkan sebagai instrumen untuk mengukur kualitas layanan pelanggan (Avkiran, 1994). Meski pada tahap selanjutnya telah berkembang menjadi lebih baik di tahun-tahun berikutnya melalui perkembangan dan penambahan studi lanjutan. Servqual terdiri dari lima dimensi, yaitu tangibles, empathy, responsiveness, assurance, reliability. Ini cukup lama ditemukan oleh studi dari Parasuraman *et al.* (1985). Modal lain yang juga mengukur tentang kualitas layanan yang memiliki peran pembentukan kepuasan pengguna jasa adalah dari studi Cronin dan Taylor (1992).

Dimensi dari kualitas layanan telah banyak digunakan oleh berbagai studi di industri jasa (Carman, 1990). Ada survei khusus tentang penumpang kapal feri. Penelitian dari Darmawan dan Hendratno (2003) mengenai tingkatan kepuasan penumpang kapal feri penyeberangan Ujung- Kamal menyebutkan bahwa saat itu penumpang masih memiliki tingkat kepuasan sebesar 74,8% yang berarti penumpang masih puas terhadap kualitas layanan dari kapal feri. Saat itu jembatan Suramadu belum selesai dibangun. Studi lain dari Darmawan (2004) menyebutkan bahwa kualitas layanan memiliki peran terhadap kepuasan penumpang kapal feri penyeberangan Ujung-Kamal. Hal ini menjadi dasar dari hipotesis yang ditetapkan di studi yaitu variabel kualitas layanan memiliki peran untuk membentuk kepuasan penumpang kapal feri penyeberangan Ujung-Kamal secara parsial dan secara simultan.

Survei ini menggunakan bantuan kuesioner untuk mengumpulkan data. Kuesioner dirancang dalam beberapa langkah dari perspektif literatur sebelumnya dan pendapat para ahli. Kuesioner terdiri dari beberapa butir pertanyaan yang mencakup dimensi kualitas layanan kapal feri penyeberangan yang konsisten dengan dimensi servqual.

Selanjutnya, layanan kapal feri diperbandingkan dengan harapan penumpang. Ini memiliki peran utama dalam penilaian kualitas. Dengan demikian, bagian pertama dari kuesioner terdiri dari pertanyaan- pertanyaan mengenai guna mengukur keinginan penumpang. Bagian kedua dari kuesioner terdiri dari pertanyaan- pertanyaan mengenai guna mengukur evaluasi penumpang atas jasa yang dirasakannya. Dengan cara ini, akan ada tingkat kepuasan yang diperoleh berdasarkan harapan dari penumpang dari layanan berkualitas tinggi, maka untuk indikator kualitas yang sama, kami mengukur kualitas layanan kapal feri penyeberangan.

Pertanyaan yang membahas harapan dan persepsi dinilai menggunakan skala Likert 5 poin. Akan dinilai dari 1 “sangat tidak setuju” sampai 5 “sangat setuju”, dan ekspektasi dinilai dari 1 “tidak penting” sampai 5 “sangat penting”.

Data penelitian diambil dari kuesioner yang digunakan oleh penumpang kapal feri penyeberangan. Ada 200 yang disebar. Survei dilakukan selama seminggu. Prosedur survei dilakukan pada dua kapal feri Ujung – Kamal selama perjalanan. Survei di kapal selama perjalanan. Kuesioner dibagikan kepada penumpang dan dikumpulkan pada jam-jam terakhir perjalanan.

Data dari kuesioner juga dapat diolah dengan regresi linier berganda untuk mengetahui peran variabel kualitas layanan terhadap kepuasan penumpang. Sebelumnya data diuji secara kualitas melalui validitas dan reliabilitas. Hasil uji asumsi klasik muncul bersamaan dengan olah data untuk meregresi dengan menggunakan program SPSS.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Survei dilakukan pada bulan Oktober 2020. Penyebaran 200 kuesioner diperoleh tingkat respon sekitar 51 persen. Data yang diproses selanjutnya adalah 102 kuesioner. Setelah memperoleh hasil validitas seperti yang diharapkan, dalam pemeriksaan kualitas skala diperoleh koefisien alpha Cronbach sebesar 0,853 untuk layanan yang diinginkan dan 0,868 untuk layanan yang telah dialami. Nilainya lebih tinggi dari standar umum 0,70, menunjukkan keandalan yang baik secara keseluruhan item kuesioner. Kuesioner yang diisi adalah 83 laki-laki dan 19 perempuan berdasarkan jenis kelamin. Usia rata-rata adalah 35,4 tahun dengan standar deviasi 19,98.

Hasil olah data diperoleh perbedaan yang signifikan antara skor yang diberikan penumpang kepada mengungkapkan harapan dan persepsi mereka. Menurut peringkat rata-rata, terutama skor yang menyatakan harapan lebih tinggi. Hasil ini membuktikan jika jasa industri yang dilayani terletak di bawah keinginan penumpang. Ini merumuskan jika layanan feri cepat tidak penuhi impian konsumennya. Selain itu, hasil kesenjangan yang lebih besar, terutama karena fasilitas dan kebersihan. Temuan lain menunjukkan ada perbedaan kepentingan dalam penilaian keseluruhan layanan di antara penumpang yang melakukan perjalanan tujuan yang berbeda, seperti bisnis, liburan, pendidikan dan mengunjungi teman-teman / kerabat.

Tabel 1. Kriteria Customer Satisfaction Index

No	Indeks Kepuasan Penumpang	Kriteria Kepuasan Penumpang
1	0,00-0,34	Tidak Puas
2	0,35-0,50	Kurang Puas
3	0,51-0,65	Cukup Puas
4	0,66-0,80	Puas
5	0,81-1,00	Sangat Puas

Secara keseluruhan, total kepuasan yang dirasakan penumpang adalah 63,3%. Berdasarkan tabel 1 berarti kriteria kepuasan penumpang berada pada tahap cukup puas meski belum puas sepenuhnya. Nilai ini berarti ada tugas penting bagi perusahaan pengelola untuk meningkatkan lebih jauh kepuasan penumpang. Atribut-atribut yang perlu diperbaiki adalah harga untuk kendaraan, kebersihan, fasilitas, akses menuju pelabuhan, dan kenyamanan. Atribut yang dipertahankan adalah harga penumpang tanpa kendaraan, kemudahan transaksi, kebebasan, dan pemandangan. Berikut adalah hasil model summary yang diperoleh dari program SPSS.

Tabel 2. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.921 ^a	.849	.841	2.459	1.641

Ada nilai 0,921 dari korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat. Sedangkan koefisien determinasi diperoleh nilai 84,1 kontribusi variabel bebas terhadap pembentukan variabel terikat. Nilai ini sangat baik karena dapat mengidentifikasi peran dominan kualitas layanan terhadap pembentukan kepuasan penumpang. Dari Uji pada tabel 3 diperoleh temuan bahwa secara simultan variabel kualitas layanan memberikan peran terhadap pembentukan kepuasan penumpang dengan nilai Fhitung sebesar 107,784 sebagai nilai tetapan yang sangat baik.

Tabel 3. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3259.967	5	651.993	107.784	.000 ^b
	Residual	580.710	96	6.049		
	Total	3840.676	101			

Hasil uji t diperoleh fakta bahwa secara parsial, seluruh variabel kualitas layanan memiliki peran untuk membentuk variabel kepuasan penumpang. Sedangkan persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 11,077 + 1,481X_1 + 1,341X_2 + 1,444X_3 + 2,308X_4 + 1,462X_5$.

Tabel 4. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.077	2.273		4.873	.000		
	Tangibles	1.481	.346	.231	4.285	.000	.542	1.846
	Empathy	1.341	.313	.232	4.281	.000	.536	1.867
	Responsiveness	1.444	.244	.257	5.909	.000	.835	1.197
	Assurance	2.308	.342	.332	6.752	.000	.652	1.534
	Reliability	1.462	.293	.244	4.986	.000	.657	1.523

Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hipotesis di penelitian ini terbukti benar. Variabel kualitas layanan (servqual) memiliki peran secara parsial maupun simultan untuk membentuk variabel kepuasan penumpang. Keterjaminan keamanan adalah faktor yang berperan dominan. Hubungan dengan pelanggan dalam hal ini penumpang harus dijalin berorientasi jangka panjang. Pihak pengelola perlu memahami kebutuhan pelanggan yang bervariasi dan menjalankan bisnis mereka berdasarkan pemahaman ini (Peng & Wang, 2006). Analisis dan evaluasi tentang mutu pelayanan berperan penting bagi perusahaan ini sendiri demi keterjalanan hubungan yang baik dengan pelanggan (Carlson & O'Cass, 2010). Penyedia jasa penyeberangan harus menekankan nilai utama dari kualitas layanan dan terus mengembangkan untuk mencapai kepuasan pelanggan (Lee *et al.*, 2011). Saat ini, tuntutan layanan menjadi lebih terspesialisasi dan beragam dari sebelumnya. Tren seperti itu jelas muncul di bidang transportasi di mana manajemen kualitas layanan merupakan unsur utama yang ditawarkan kepada pelanggan secara aktif (Papadimitriou & Karteroliotis, 2000). Oleh karena itu, studi ini memberikan kontribusi sekali lagi kepada betapa penting peran layanan yang berkualitas agar mencapai kepuasan dan mempertahankan pelanggan tetap setia (Gallarza *et al.*, 2011; Howat & Assaker, 2013).

4. KESIMPULAN

Pemeriksaan tingkat kepuasan penumpang ditemukan bahwa kriteria berada pada tahap cukup puas meski belum puas sepenuhnya. Nilai ini berarti ada tugas penting bagi perusahaan pengelola untuk meningkatkan lebih jauh kepuasan penumpang. Kepuasan pelanggan adalah elemen kunci yang memungkinkan perusahaan melangkah melampaui para pesaing mereka. Aspek yangengaruhi kepuasan pelanggan mempunyai kebutuhan kritis guna memperoleh kelebihan bersaing. Jadi, menganalisa kualitas layanan serta anggapan penumpang mengenai industri transportasi bisa diduga sebagai titik dorong kajian manajerial. Peran penting menilai kualitas layanan terdiri dari impian konsumen. Hasil studi membuktikan jika ada perbandingan yang penting antara persepsi pelanggan serta harapan serta pelayanan

perusahaan di bawah keinginan penumpang. Kita merumuskan jika layanan feri cepat belum memenuhi keinginan konsumen pada tingkatan yang optimal. Ada hal yang perlu diperhatikan dan diperbaiki mengenai temuan tersebut. Tekanan kondisi di industri ini menyebabkan ini menjadi hal yang mendesak untuk segera ditingkatkan untuk memenuhi harapan para pelanggan. Temuan lain disebutkan variabel kualitas layanan (servqual) memiliki peran secara parsial maupun simultan untuk membentuk variabel kepuasan penumpang. Pihak perusahaan atau pengelola kapal feri perlu mengembangkan atau meningkatkan terus menerus pelayanan dengan memperhatikan dan memahami permintaan dan harapan pelanggan. Berikutnya, penumpang harus merasa nyaman berada di kapal. Ini untuk memenuhi harapan dan memberikan kepuasan. Ada unsur kepedulian yang harus diperbaiki karena faktor terendah yang dirasakan penumpang. Para staf lebih aktif dan peka terhadap permasalahan terkait pelayanan di kapal. Teknik komunikasi diperlukan untuk menunjukkan pelayanan yang prima.

REFERENCES

- Avkiran, N., K. (1994). Developing an Instrument to measure Customer Service Quality in Branch Banking, *International Journal of Bank Marketing*, 12(6), 10-18.
- Carman, J.M. (1990). Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions, *Journal of Retailing*, 66(1), 33-55.
- Carlson, J., & O'Cass, A. (2010). Exploring the relationships between e-service quality, satisfaction, attitudes and behaviours in content-driven e-service web sites. *Journal of Services Marketing*, 24(2), 112-127.
- Cronin, J.J. Jr. & Taylor, S.A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension, *Journal of Marketing*, 56, 55-68.
- Darmawan, D. & Hendratno D.S. (2003). Studi Tentang Tingkat Kepuasan Penumpang Kapal Feri Penyebrangan Ujung Kamal (Persiapan Strategik Menghadapi Dioperasikannya Suramadu), *Jurnal Ekonomi-Manajemen*, 2(2), 25-43.
- Darmawan, D. (2004). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Penumpang Kapal Feri Penyebrangan Ujung-Kamal, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 39-44.
- Darmawan, D. (2009). *Pemasaran Jasa*, IntiPresindo Pustaka, Bandung.
- Djati, S. Pantja & D. Darmawan. (2004). Pengaruh Kesan Kualitas Layanan, Harga dan Kepuasan mahasiswa PTS terhadap Minat Mereferensi Kampusnya, *Jurnal Widya Manajemen dan Akuntansi*, 4(2), 190-204.
- Gallarza, M. G., Gil-Saura, I., & Holbrook, M. B. (2011). The value of value: Further excursions on the meaning and role of customer value. *Journal of Consumer Behaviour*, 10(4), 179-191.
- Gunawan, A., S. Arum, R. Mahyanaila, & H. Khasanah. (2019). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik*, Spektrum Nusa Press, Jakarta.
- Howat, G., & Assaker, G. (2013). The hierarchical effects of perceived quality on perceived value, satisfaction, and loyalty: Empirical results from public, outdoor aquatic centres in Australia. *Sport Management Review*, 16(3), 268-284.
- Iskandar, M. & D. Darmawan. (2003). *Strategi Pemasaran*, IntiPresindo Pustaka, Bandung.
- Kumar, Mukesh., Fong Tat Kee, & Vincent Charles. (2010). Comparative Evaluation of Critical Factors in Delivering Service Quality of Banks: An Application of Dominance Analysis in Modified SERVQUAL Model, *International Journal of Quality and Reliability Management*, 27(2/3).
- 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.
- Papadimitriou, D. A., & Karteroliotis, K. (2000). The service quality expectations in private sport and fitness centres: A re-examination of the factor structure. *Sports Marketing Quarterly*, 9, 157-164.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research. *Journal of Marketing*, 58, 111-124.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Passenger Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). A conceptual Model of Service Quality and Its Implications for the Future Research, *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Teas, K.R. (1993). Expectations, Performance Evaluation, and Consumers' Perceptions of Quality, *Journal of Marketing*, 57, 18-34.
- Peng, L. Y., & Wang, Q. (2006). Impact of relationship marketing tactics (RMTs) on switchers and stayers in a competitive service industry. *Journal of Marketing Management*, 22(2), 25-59.
- Purnamasari, Eliasinta; D. Darmawan, & D. Baskara. (2002). Bauran Pemasaran dan Kualitas Layanan serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(1), 34-46.
- Yanti, Yulianti. & Yuliana. (2018). *Manajemen Pemasaran*, IntiPresindo Pustaka, Bandung.