

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Transportasi

Menurut Warpani (1990), transportasi adalah suatu kegiatan atau aktivitas perpindahan orang dan barang dari tempat asal ke tempat tujuan dengan menggunakan kendaraan. Menurut Tamin (1997), transportasi adalah suatu sistem yang terdiri dari sarana dan prasarana pelayanan akan adanya pergerakan ke seluruh wilayah sehingga bisa terakomodasi mobilitas penduduknya. Pergerakan tersebut dimungkinkan untuk barang dengan akses ke semua wilayah.

1.2 Angkutan Umum

Angkutan pada dasarnya adalah sarana untuk membantu memindahkan orang dan atau barang dari satu tempat ke tempat lain sesuai dengan tempat yang dituju dengan menggunakan kendaraan. Sementara Angkutan Umum Penumpang adalah angkutan penumpang yang menggunakan kendaraan umum dengan sistem sewa atau bayar seperti, angkutan kota (bus, minibus, dan sebagainya), kereta api, angkutan air dan angkutan udara. (Warpani, 1990).

Karena merupakan angkutan massal, perlu adanya kesamaan diantara para penumpang, antara lain kesamaan asal dan tujuan seperti pengumpulan penumpang di terminal atau tempat perhentian. Angkutan umum massal atau *masstransit* memiliki trayek dan jadwal keberangkatan yang tetap. Pelayanan angkutan umum penumpang akan berjalan dengan baik apabila tercipta keseimbangan antara ketersediaan dan permintaan. (Warpani, 1990).

Adapun juga peranan angkutan umum menurut Warpani (1990), adalah memenuhi kebutuhan manusia yang semakin yang meningkat, untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lain yang berjarak dekat, menengah ataupun jauh serta berperan dalam pengendalian lalu lintas, penghematan bahan bakar atau energi, dan juga perencanaan dan pengembangan wilayah. Kegiatan nyata dari angkutan umum adalah memberikan layanan angkutan yang baik dan layak bagi masyarakat dalam menjalankan kegiatannya. Ukuran pelayanan angkutan umum yang baik adalah pelayanan yang aman, cepat, murah dan nyaman.

Adapun kriteria angkutan umum menurut *Harries* (1976) dapat dilihat dalam tabel 2.1:

Tabel 2.1 Kriteria Angkutan Umum

Keandalan	Kenyamanan	Keamanan	Biaya	Waktu Perjalanan
<ul style="list-style-type: none"> • Setiap saat selalu ada • Kedatangan dan sampai tujuan tepat waktu • Waktu total perjalanan singkat • Waktu tunggu singkat • Sedikit berjalan kaki ke bus stop • Tidak perlu berpindah kendaraan 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan yang menghargai • Terlindung dari cuaca buruk di dalam bus • Mudah turun naik kendaraan • Tersedia tempat duduk setiap saat yang nyaman dan enak. • Tidak berdesakan • Interior yang menarik 	<ul style="list-style-type: none"> • Terhindar dari kecelakaan • Badan terlindung dari luka benturan • Bebas dari kejahatan 	<ul style="list-style-type: none"> • Ongkos relative murah dan terjangkau 	<ul style="list-style-type: none"> • Waktu dalam bus relative singkat

Sumber: *Harries* (1976) (dalam Allo, 2015)

1.3 **Kualitas Pelayanan Jasa**

Menurut Tjiptono (2008) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kondisi dinamis yang berhubungan dengan jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi harapan serta upaya pemenuhan kebutuhan dapat mendukung kualitas pelayanan jasa yang ada. Apabila pelayanan jasa yang diberikan baik, maka penilaian dari setiap konsumen juga akan baik dan memuaskan. Namun, apabila sebaliknya maka persepsi dari para konsumen pun menjadi buruk. Jadi, baik tidaknya pelayanan jasa tergantung kemampuan penyedia jasa dan memenuhi harapan atau kebutuhan dari konsumen.

Menurut Tjiptono (2008) terdapat lima aspek penentu kualitas pelayanan jasa, diantaranya:

1. *Reliability* (keandalan) adalah kemampuan melaksanakan pelayanan jasa yang dijanjikan segera, terpercaya, dan akurat. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen baik dari segi ketepatan waktu, pelayanan yang seimbang untuk semua penumpang, serta rasa simpatik yang tinggi.
2. *Responsiveness* (daya tanggap) digunakan untuk membantu dan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan tanggap.
3. *Assurance* (jaminan) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dapat dipercaya, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan sehingga menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada penyedia jasa.

4. *Emphaty* adalah rasa peduli seperti mudah melakukan hubungan dan komunikasi yang baik, perhatian khusus, dan memahami kepentingan pelanggan. Perusahaan harus memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.
5. *Tangible* (kasat mata) adalah penampilan fasilitas fisik, dan perlengkapan antara lain meliputi kondisi dari kendaraan bus. Kondisi fisik angkutan umum yang baik antara lain meliputi cat bus, tempat duduk yang nyaman, bagasi serta kondisi mesin yang baik, dan fasilitas yang ada. Penampilan dan kemampuan saran dan prasarana dapat diandalkan sebagai buktinyata dalam mempengaruhi tingkat kepuasan penumpang.

1.4 Kepuasan Penumpang atau Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut Tjiptono dan Chandra (2005) dalam (Putra, 2013) adalah respon pelanggan mengenai penilaian atau evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan atau didapatkan atas kinerja yang dilakukan setelah pemakaian. Menurut Kotler dan Armstrong (2007) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah sejauh mana anggapan kinerja penyedia jasa dalam memenuhi kebutuhan para pelanggan. Apabila kinerja penyedia jasa rendah, maka otomatis pelanggan tidak puas. Sebaliknya, bila kinerjanya meningkat melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas dan senang karena sudah sesuai dengan harapannya.

Ada 4 (empat) metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu (Simamora, 2011) dalam (Arianto, 2014):

1. Keluhan dan Saran

Para pelanggan menyampaikan pendapat dan keluhan sehingga perusahaan memiliki informasi yang cukup akurat serta menindak lanjuti dalam bentuk ide-ide baru yang mebangun.

2. Survey Kepuasan Pelanggan

Perusahaan akan memperoleh tanggapan sekaligus memberikan respon positif tentang kepeduliannya terhadap para konsumen.

3. *Ghost Shopping*

Untuk metode ini, *ghost shopper* akan menyampaikan kekuatan dan kelemahan perusahaan dan para pesaingnya berdasarkan pengalaman, sehingga ini akan memberikan informasi kepada perusahaan dan dapat berkembang lebih pesat lagi sesuai dengan kebutuhan para pelanggan konsumen.

4. *Lost Costumer Analysis*

Metode ini mengungkapakan bagaimana perusahaan berusaha mengetahui penyebab para pelanggan yang telah berhenti menggunakan jasa dan beralih kepada para pesaing yang lainnya.

1.5 **Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Moda Transportasi**

Model pemilihan moda merupakan model terpenting karena peranan kunci dari angkutan umum dalam berbagai kebijakan transportasi. Menurut Tamin (1997), terdapat faktor-faktor yang dianggap kuat pengaruhnya terhadap

pemilihan moda transportasi yang dapat dikelompokkan menjadi 4 (empat) bagian, yaitu:

1. Ciri pengguna jalan

Beberapa faktor berikut ini yang diyakini sangat mempengaruhi pemilihan moda:

- a. Kepemilikan kendaraan pribadi untuk sarana perjalanan;
- b. Memiliki Surat Izin Mengemudi (SIM);
- c. Struktur dan ukuran rumah tangga atau keluarga misalnya usia, jenis kelamin, pasangan muda-mudi, pension, bujangan, jenis pekerjaan, dan lain-lain;
- d. Pendapatan, hasil usaha pelaku dalam membiayai perjalanannya;
- e. Faktor lainnya seperti kebutuhan untuk menggunakan kendaraan pribadi ke tempat kerja dan keperluan mengantarkan anak ke sekolah.

2. Ciri pergerakan

Pemilihan moda juga sangat dipengaruhi oleh:

- a. Tujuan pergerakan/perjalanan misalnya, bekerja, sekolah, social, dan lain-lain. Pada negara yang sudah maju, perjalanan menuju tempat kerja dengan angkutan umum karena waktu dan pelayanan yang baik serta biaya yang sedikit. Tetapi untuk negara berkembang, pada umumnya masih menggunakan kendaraan pribadi dengan alasan

bahwa kenyamanan dan ketepatan waktu masih belum terpenuhi pada angkutan umum.

- b. Waktu pergerakan/perjalanan seperti pada pagi hari, siang hari, tengah malam, hari libur dan seterusnya. Untuk pergerakan pada malam hari, tentu yang dibutuhkan adalah kendaraan pribadi, karena angkutan umum yang mempunyai jadwal atau batas beroperasinya yang sudah ditentukan dan jarang beroperasi pada malam hari.
- c. Jarak/panjang perjalanan, merupakan jarak antara asal dan tujuan, dan juga panjang rute yang akan ditempuh. Semakin jauh perjalanan yang akan ditempuh, konsumen akan semakin memilih angkutan umum dibandingkan kendaraan pribadi.

3. Ciri fasilitas moda transportasi

Hal ini dikelompokkan menjadi 2 (dua) kategori. Kategori pertama adalah faktor kuantitatif seperti:

- a. Waktu perjalanan, dimulai dari waktu menunggu kendaraan atau angkutan di pemberhentian (terminal), waktu selama bergerak, dan waktu diatas kendaraan.
- b. Biaya/tarif transportasi, merupakan biaya keseluruhan yang dikeluarkan untuk perjalanan dari asal keberangkatan ke tujuan, contohnya biaya bahan bakar.

- c. Ketersediaan tempat duduk atau ruang dan tarif parkir.

Faktor kedua bersifat kualitatif yang cukup sulit untuk di nilai, yaitu meliputi kenyamanan dan keamanan, keandalan dan keteraturan, serta lain-lain.

- 4. Ciri kota dan zona
 - a. Jarak kediaman dan tempat tujuan
 - b. Kepadatan penduduk

