

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Evaluasi

Ada beberapa pengertian tentang evaluasi yang dikemukakan oleh para ahli dalam tulisan yang mereka buat, antara lain sebagai berikut:

Evaluasi adalah suatu proses untuk menyediakan informasi tentang sejauh mana suatu kegiatan tertentu telah dicapai, bagaimana perbedaan pencapaian itu dengan suatu standar tertentu untuk mengetahui apakah ada selisih di antara keduanya, serta bagaimana manfaat yang telah dikerjakan itu bila dibandingkan dengan harapan-harapan yang ingin diperoleh (Umar, 2005).

Menurut kamus besar bahasa Indonesia arti dari kata evaluasi adalah penilaian (sumber: <http://id.wikipedia.org/wiki/evaluasi>).

2.2 Kepuasan Penumpang

Kepuasan penumpang adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan penumpang dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan penumpang. Pengukuran kepuasan penumpang merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila penumpang merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik.

Tingkat kepuasan penumpang terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap

terhadap kebutuhan penumpang, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran.

Ada beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan oleh penumpang dalam menilai suatu pelayanan, yaitu:

1. ketepatan waktu,
2. dapat dipercaya,
3. kemampuan teknis diharapkan berkualitas,
4. dan harga yang sepadan.

Berdasarkan faktor-faktor tersebut, penumpang sendiri yang menilai tingkat kepuasan yang mereka terima dari barang atau jasa spesifik yang diberikan, serta tingkat kepercayaan mereka terhadap kemampuan pemberi pelayanan (Sumber:<http://triatmojo.wordpress.com/2006/09/24/mengukur-kepuasan-penumpang>).

Kepuasan penumpang adalah respon penumpang terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) antara tingkat kepentingan (harapan) yang dirasakan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian (Rangkuti, 2006).

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan tingkat kepentingan atau harapan (Oliver dalam Supranto, 2006).

2.3 Metode Pengukuran Kepuasan

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan penumpangnya (dan juga penumpang perusahaan pesaing). Empat metode untuk mengukur kepuasan penumpang adalah sebagai berikut:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan jasa angkutan umum yang berorientasi pada penumpang perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para penumpangnya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang Busa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati penumpang), menyediakan kartu komentar (yang Busa diisi langsung ataupun yang Busa dikirimkan via pos kepada perusahaan), menyediakan saluran telepon khusus (*customer hotlines*), dan lain-lain. Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga bagi perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk memberikan respons secara cepat dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul. Meskipun demikian, karena metode ini cenderung bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan penumpang. Tidak semua penumpang yang tidak puas lantas akan menyampaikan keluhannya. Busa saja mereka langsung beralih ke perusahaan angkutan yang lain. Upaya mendapatkan saran (terutama saran yang berkualitas/bagus) dari penumpang juga sulit diwujudkan dengan metode ini. Terlebih lagi bila perusahaan tidak memberikan imbal balik yang

memadai kepada mereka yang telah bersusah payah “berpikir” (menyumbangkan ide) kepada perusahaan.

2. Survei Kepuasan Penumpang

Umumnya banyak penelitian mengenai penumpang dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan jasa akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari penumpang dan sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa pihak penyedia jasa menaruh perhatian terhadap para penumpangnya. Pengukuran kepuasan penumpang melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya sebagai berikut :

a) *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan, seperti ungkapan, “Seberapa puas saudara terhadap pelayanan bus lorena pada skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas?”

b) *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan penumpang terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

3. *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai penumpang dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut. Selain itu, *ghost shopper* juga dapat mengamati atau menilai cara perusahaan

dan pesaingnya menjawab pertanyaan-pertanyaan penumpang dan menangani setiap keluhan, ada baiknya para manager perusahaan terjun langsung menjadi *ghost shopper* untuk mengetahui langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan penumpangnya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya baru melakukan penilaian (misalnya dengan cara menelepon perusahaannya sendiri dan mengajukan berbagai keluhan atau pertanyaan), karena bila hal ini terjadi, perilaku mereka akan sangat “manis” dan penilaian akan menjadi bias.

4. *Lost Customer Analysis*

Metode ini sedikit unik, perusahaan berusaha menghubungi para penumpangnya yang telah berhenti memakai atau yang telah beralih ke angkutan umum yang lain. yang diharapkan adalah diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas penumpang.

5. Analisis Problem

Penumpang yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran saran untuk melakukan perbaikan.

6. *Importance Performance Matrix*

Cara ini diungkapkan oleh Martilla dan James dalam artikel mereka yang dimuat di *Journal of Marketing* bulan Januari 1997 yang berjudul “*Importance Performance Matrix*”. Dalam teknik ini, responden diminta untuk meranking

seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing element/atribut tersebut (Kotler dalam Jatikusumo).

2.4 Angkutan Umum

Angkutan umum adalah angkutan penumpang dengan menggunakan kendaraan umum dan dilaksanakan dengan sistem sewa atau bayar. Dalam hal angkutan massal, biaya angkutan menjadi beban tanggung jawab bersama, sehingga sistem angkutan umum menjadi lebih efisien karena biaya angkutan menjadi semakin murah. Keberadaan angkutan umum, apalagi yang bersifat massal, berarti pengurangan jumlah kendaraan yang lalu-lalang di jalan. Hal ini sangat penting artinya berkaitan dengan pengendalian lalu lintas (Warpani, 2002).

Karena sifatnya yang massal, maka penumpang harus memiliki kesamaan dalam berbagai hal yakni asal, tujuan, lintasan, dan waktu. Berbagai kesamaan ini pada gilirannya menimbulkan masalah keseimbangan antara sediaan dan permintaan. Pelayanan angkutan umum akan berjalan dengan baik apabila dapat tercipta keseimbangan antara sediaan dan permintaan (Warpani, 2002).

Menurut PP No.41 Tahun 1993 tentang angkutan jalan, menyebutkan bahwa pengangkutan orang dengan kendaraan umum dilakukan dengan menggunakan mobil Bus atau mobil penumpang. Berdasarkan UU Nomor 14 Tahun 1992 Tentang Lalu- Lintas dan Angkutan Jalan menyatakan bahwa pelayanan angkutan orang dengan kendaraan umum terdiri dari :

1. angkutan antarkota yang merupakan pemindahan orang dari satu kota ke kota yang lain.
2. angkutan kota yang merupakan pemindahan orang dalam wilayah kota,

3. angkutan pedesaan yang merupakan pemindahan orang dalam dan/atau antarwilayah pedesaan,
4. angkutan lintas batas negara yang merupakan angkutan orang yang melalui lintas batas Negara lain.

Angkutan umum ditinjau dari segi operasionalnya mempunyai kekuatan dan kelemahan.

1. Kekuatan

Angkutan umum akan memegang peranan penting karena :

- a. sifatnya yang umum dan menyeluruh sehingga dapat dimanfaatkan oleh konsumen dengan tarif yang rendah,
- b. mengurangi kemacetan akibat penggunaan kendaraan pribadi berkurang dan merupakan alternatif dalam penggunaan alat transportasi.

2. Kelemahan

Dalam pengoperasiannya angkutan umum dapat berperilaku tidak sesuai dengan harapan pengguna jasa tersebut dan hal ini dapat mengakibatkan kelemahan :

- a. penyimpangan rute angkutan,
- b. kapasitas penumpang yang terbatas,
- c. keamanan dan kenyamanan yang tidak terjamin,
- d. waktu perjalanan yang tidak menentu,
- e. menimbulkan gangguan pada simpang.

Keinginan masyarakat terhadap angkutan umum penumpang :

1. pencapaian akses yang mudah dan jarak tempuh berjalan kaki tidak jauh,
2. waktu tunggu dan perjalanan yang singkat,
3. ketersediaan tempat duduk,
4. tidak berganti angkutan dalam pencapaian tujuan akhir,
5. tarif yang murah,
6. pelayanan yang memuaskan,
7. keamanan, kenyamanan, dan keselamatan yang terjamin.

2.5 Angkutan Antarkota

Angkutan antarkota adalah angkutan yang menghubungkan suatu kota dengan kota lainnya baik yang berada dalam satu wilayah administrasi propinsi (antarkota dalam propinsi) maupun yang berada di propinsi lain (antarkota antarpropinsi) yang berarti angkutan antardaerah. Sistem AKAP dan AKDP dapat mengandung arti :

1. Angkutan antarakota dalam suatu wilayah administrasi propinsi dan angkutan daerah kota raya (metropolitan).
2. Angkutan perkotaan yang tidak sama dengan angkutan kota.

Angkutan perkotaan membentuk jaringan pelayanan antarkota yang berada dalam daerah kota raya (metropolis) dan tidak terikat pada batas wilayah administrasi kota atau daerah, sedangkan angkutan kota adalah angkutan dalam wilayah administrasi kota.

Di Indonesia, pelayanan angkutan umum dapat dibedakan dalam tiga kategori utama yakni angkutan antarkota, angkutan perkotaan, dan angkutan pedesaan. Angkutan antarkota dibagi dua yakni:

1) Angkutan antarkota antarpropinsi (AKAP)

yakni angkutan antar kota yang melampaui batas wilayah administrasi propinsi.

2) Angkutan antarkota dalam propinsi (AKDP)

yakni pelayanan jasa angkutan antar kota dalam satu wilayah administrasi propinsi. (Warpani, S.P., 2002).

2.6 Trayek Pelayanan

Berdasarkan PP No. 41 Th. 1993 tentang angkutan jalan, trayek pelayanan jasa angkutan umum dibagi dalam 4 (empat kelompok), yakni:

1) Trayek antarkota antarprovinsi, dengan ciri-ciri pelayanan:

- a. mempunyai jadwal tetap,
- b. pelayanan cepat,
- c. dilayani oleh mobil bus umum,
- d. tersedianya terminal tipe A pada awal pemberangkatan, persinggahan, dan terminal tujuan;

2) Trayek antar kota dalam propinsi, dengan ciri-ciri pelayanan:

- a. mempunyai jadwal tetap,
- b. pelayanan cepat dan atau lambat,
- c. dilayani oleh mobil bus umum,
- d. tersedianya terminal penumpang sekurang-kurangnya tipe B pada awal pemberangkatan, persinggahan, dan terminal tujuan;

3) Trayek kota, terdiri dari:

- a. *trayek utama*
- b. *trayek cabang*
- c. *trayek ranting*
- d. *trayek langsung*

4) Trayek pedesaan, dengan ciri-ciri pelayanan:

- a. mempunyai jadwal tetap dan/atau tidak terjadwal,
- b. pelayanan lambat,
- c. dilayani oleh mobil bus umum dan/atau mobil penumpang umum,
- d. tersedianya terminal penumpang sekurang-kurangnya tipe C pada pemberangkatan, dan terminal tujuan,
- e. prasarana jalan yang dilalui memenuhi ketentuan kelas jalan.