

## BAB III

### LANDASAN TEORI

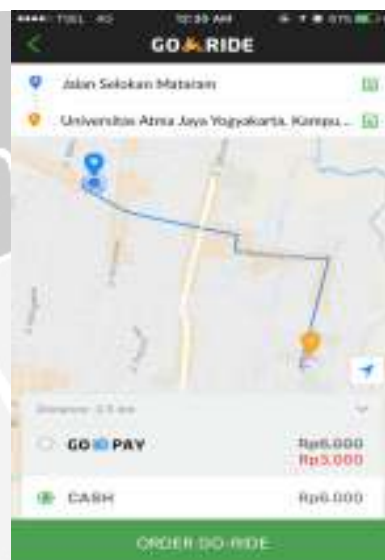
#### 3.1 Transportasi Online

Transportasi adalah perpindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari.

Transportasi *online* merupakan transportasi yang berbasis suatu aplikasi tertentu dimana pelanggan memesan sarana transportasi melalui sistem aplikasi di dalam *smartphone*. Saat pelanggan melakukan pemesanan dengan menggunakan aplikasi tersebut, detail pemesanan seperti jarak tempuh, harga, identitas pengemudi, lama waktu pengemudi tiba ke lokasi pelanggan, serta data perusahaan pengelolanya sudah langsung tersaji pada layar *smartphone* pelanggan. Seluruh identitas pengemudi sudah diketahui secara pasti karena perusahaan pengelola telah melakukan proses verifikasi terlebih dahulu sebelum melakukan kerja sama kemitraan dengan pengemudi.

Dengan adanya transportasi *online*, para penumpang kini lebih pasti dalam mendapatkan transportasi yang sesuai keinginan dan kebutuhan. Selain itu, para penumpang juga tidak harus terlibat dalam proses tawar-menawar karena tarif yang sudah ditentukan berdasarkan jarak tempuh. Ketika terjebak kemacetan di jalan, penumpang tak perlu khawatir mengenai tarif yang membengkak seperti ketika menaiki transportasi berargometer, karena tarif yang sudah ditentukan di

awal perjalanan dengan berdasarkan jarak tempuh kecuali aplikasi transportasi *online* UBER . Contoh tarif berdasarkan jarak tempuh menggunakan jasa GO-RIDE dapat dilihat pada gambar 3.1.



(Sumber: Aplikasi Go-Jek Indonesia, 2017)

Gambar 3.1 GPS dan Tarif GO-RIDE

Peraturan yang mengatur tentang transportasi online terdapat pada Peraturan Menteri (PM) Perhubungan Nomor 32 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang Tidak Dalam Trayek yang mengalami sedikitnya 11 poin revisi yang ditujukan kepada payung hukum transportasi berbasis aplikasi dan telah diberlakukan pada bulan april 2017.

Ke-11 poin revisi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Soal jenis angkutan, transportasi berbasis aplikasi atau online akan dimasukkan kepada jenis angkutan khusus.
2. Ukuran mesin kendaraan kepada angkutan sewa khusus minimal 1000 cc.

3. Menyoal tarif sudah ditentukan melalui aplikasi pemesanan transportasi.
4. Kuota untuk tiap armada transportasi daring yang nantinya akan diatur oleh Pemerintah Daerah (Pemda) masing-masing wilayah.
5. Berkewajiban Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) kini atas nama badan hukum.
6. Armada transportasi online wajib melalui serangkaian kegiatan pengujian kendaraan bermotor atau biasa disebut KIR.
7. Kewajiban memiliki tempat penyimpanan kendaraan yang mampu menampung sesuai jumlah dimiliki.
8. Penyediaan bengkel, paling tidak bekerjasama dengan fasilitas pemeliharaan kendaraan dan pihak lain.
9. Tambahan baru untuk ketentuan pajak dari Direktorat Jenderal Pajak, misalnya perusahaan penyedia aplikasi berbasis IT wajib berbadan hukum dengan enam kriteria yang ditetapkan.
10. Ketentuan baru, yaitu akses dashboard. Akses tersebut berguna untuk memantau dan mengawasi perusahaan, yang sengaja diberikan kepada pemerintah.
11. Adanya penambahan sanksi. Terdapat penambahan pasal baru (Pasal 62) yang mengatur prosedur pemberian sanksi kepada perusahaan penyedia transportasi berbasis aplikasi.

### **3.2 Kualitas Pelayanan Jasa**

Menurut Lovelock *and* Waright (2007) kualitas pelayanan merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan. Menurut Parasuraman *et al.* (1988) kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi yaitu:

1. Bukti langsung (*tangibles*) merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
2. Keandalan (*reliability*) kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Ketanggapan (*responsiveness*) merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan (*assurance*) merupakan pengetahuan kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. Empati (*empathy*) merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

### **3.3 Konsep Kepuasan Penumpang**

Kepuasan adalah perasaan senang maupun kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dengan yang diharapkan (Kotler dalam Rangkuti, 2002). Jadi tingkat kepuasan penumpang

merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Sebuah perusahaan mempunyai tujuan utama memberikan kepuasan bagi konsumen. Puas atau tidaknya seorang pembeli akan keputusan pembeliannya tergantung pada kinerja tawaran yang akan berhubungan dengan harapan pembeli terhadap barang atau jasa yang dibelinya.

Ada keterkaitan yang erat antara konsep kepuasan penumpang, kualitas jasa, dan nilai pelanggan. Ada beberapa manfaat yang akan tercipta dari kepuasan penumpang, diantaranya memberikan dasar untuk melakukan pembelian ulang, akan tercipta hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan suatu rekomendasi kepada orang lain, dan terciptanya loyalitas konsumen, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Metode dengan mengukur kepuasan pelanggan yang digunakan dalam tugas akhir ini adalah survei kepuasan penumpang dengan metode *Importance Performance analysis (IPA)*.

#### **3.4 Sampel**

Sampel merupakan salah satu unsur dari populasi yang hendak dijadikan suatu objek penelitian. Bila populasi besar maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Makin besar tingkat kesalahan, maka akan semakin kecil

jumlah sampel yang diperlukan dan sebaliknya makin kecil tingkat kesalahan, maka akan semakin besar jumlah anggota sampel yang diperlukan sebagai sumber data (Sugiyono, 2009). . Karena itu, dalam penelitian ini akan diambil 100 sampel. Salah satu metode yang juga digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin (Sevilla et. Al.,1960) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots\dots\dots 3.1$$

Keterangan :  $n$  = jumlah sampel  
 $N$  = jumlah populasi  
 $e$  = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

### 3.5 Teori Uji Kuesioner

#### 3.5.1 Uji Validitas

Azwar (1987) menyatakan bahwa *validitas* berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes dikatakan memiliki *validitas* yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur secara tepat atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Artinya hasil ukur dari pengukuran tersebut merupakan besaran yang mencerminkan secara tepat fakta atau keadaan sesungguhnya dari apa yang diukur.

Uji validitas akan dilakukan dengan metode *pearson* atau metode korelasi product moment yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan pada kuisisioner dengan skor total. Setelah semua korelasi untuk setiap pertanyaan

dengan skor total diperoleh, nilai tersebut dibandingkan dengan nilai kritik. Selanjutnya jika nilai koefisien korelasi item tersebut berada diatas nilai tabel kritik maka item tersebut valid (Sugiyono, 2009). Adapun rumus korelasi “*pearson-r*” adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}} \dots\dots\dots 3.2$$

Keterangan : r = *pearson-r*

x = skor tiap variabel x

y = skor tiap variabel y

n = jumlah responden x dan y yang mengisi kuisioner

### 3.5.2 Uji reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Sugiyono, 2009). Azwar (2003) menyatakan bahwa *reliabilitas* merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik. Arifin (1991) menyatakan bahwa suatu tes dikatakan reliabel jika selalu memberikan hasil yang sama bila diteskan pada kelompok yang sama pada waktu atau kesempatan yang berbeda.

Dalam penelitian ini teknik yang dipakai adalah teknik perhitungan reliabilitas koefisien Alfa Cronbach, dengan alasan komputasi dengan teknik ini akan memberikan harga yang lebih kecil atau sama besar dengan reliabilitas yang sebenarnya. Jadi dengan menggunakan teknik ini akan memberikan hasil yang lebih cermat karena dapat mendeteksi hasil yang sebenarnya.

Untuk menguji *reliabilitas* instrumen dilakukan dengan menggunakan rumus alpha. Perhitungan menggunakan rumus alpha diuraikan sebagai berikut :

1. Mencari harga-harga varians setiap item

$$\sigma_{b^2} = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N} \dots\dots\dots 3.3$$

Keterangan :  $\sigma_{b^2}$  = varian butir setiap item

$\sum X^2$  = jumlah kuadrat jawaban responden pada setiap varians

$(\sum X)^2$  = jumlah kuadrat skor seluruh responden dari setiap item

$N$  = jumlah responden uji coba

2. Mencari varians total

$$\sum \sigma_{t^2} = \frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}}{N} \dots\dots\dots 3.4$$

Keterangan :  $\sum \sigma_{t^2}$  = varians total

$\sum Y^2$  = jumlah kuadrat skor total dari setiap responden

$(\sum Y)^2$  = jumlah kuadrat seluruh skor total dari setiap responden

$N$  = jumlah responden uji coba

3. Rumus alpha

$$r^{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_{b^2}}{\sigma_{t^2}} \right) \dots\dots\dots 3.5$$

Keterangan :  $r^{11}$  = reliabilitas

$k$  = banyaknya butir item

$\sum \sigma_{b^2}$  = jumlah varians item

$\sigma_{t^2}$  = varians total



Sugiyono (2010) memberikan penafsiran mengenai nilai koefisien korelasi yang telah didapat dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha, yaitu seperti yang tertera pada Tabel 3.1

**Tabel 3.1 Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

( Sumber: Ong, 2014 )

### **3.6 Importance Performance Analysis (IPA)**

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James tahun 1997 dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa. Menurut Martinez (2003) yang dikutip Ariyoso (2009) "IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja". *Importance Performance Analysis* atau analisis tingkat

kepentingan dan kinerja/kepuasan pelanggan merupakan metode analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk barang atau jasa (Supranto, 2011).

### 3.6.1 Analisis kesenjangan (GAP)

Analisis kesenjangan (gap) digunakan untuk melihat kesenjangan antara kinerja suatu atribut dengan harapan pelaku transportasi terhadap atribut tersebut. Perhitungan tingkat kesenjangan dapat diketahui dengan skor rata-rata tingkat kepuasan ( $\bar{X}$ ) dan kepentingan ( $\bar{Y}$ ) dari masing-masing pertanyaan, dimana dengan mengetahui nilai x' dan y' maka nilai gap/kesenjangan antara masing-masing variabel pertanyaan yang mempengaruhi tingkat kepuasan responden dengan mencari nilai selisih antara kepuasan ( $\bar{X}$ ) dan kepentingan ( $\bar{Y}$ ). Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{Gap (G)} = \bar{X} - \bar{Y} \dots\dots\dots 3.6$$

Keterangan : Gap = analisis kesenjangan,

$\bar{X}$  = skor rata-rata tingkat kepuasan,

$\bar{Y}$  = skor rata-rata tingkat kepentingan.

Melakukan analisa kesenjangan dapat dilakukan dengan syarat-syarat berikut ini :

1. Jika  $G < 0$  = kualitas yang diharapkan penumpang lebih tinggi daripada kualitas pelayanan yang dirasakan penumpang, maka perusahaan terkait perlu meningkatkan kinerja dan kualitas pelayanan.
2. Jika  $G = 0$  = kualitas yang diharapkan penumpang sama dengan kualitas pelayanan yang dirasakan penumpang, maka perusahaan terkait telah memberikan pelayanan yang baik namun perlu peningkatan.

### 3.6.2 Analisis kuadran

Analisis kuadran berfungsi untuk memetakan kepuasan dan harapan pelaku transportasi terhadap beberapa indikator kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelaku transportasi. Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepuasan dan tingkat kinerja maka akan dihasilkan suatu perhitungan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor persepsi dengan skor yang diharapkan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut mulai dari urutan yang sangat sesuai dengan tidak sesuai. Terdapat dua hal yang dapat terjadi dalam tingkat kesesuaian :

1. Apabila kinerja (persepsi) di bawah harapan maka pelanggan akan kecewa dan tidak puas (Supranto, 2006).
2. Apabila kinerja (persepsi) sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas, sedangkan bila kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas (Supranto, 2006).

Kriteria penilaian tingkat kesesuaian pelanggan :

1. Tingkat kesesuaian nasabah  $> 100\%$ , berarti kualitas layanan yang diberikan telah melebihi apa yang dianggap penting oleh pelanggan. Pada tingkat kesesuaian ini pelayanan dinilai sangat memuaskan.
2. Tingkat kesesuaian nasabah  $= 100\%$ , berarti kualitas layanan yang diberikan memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan. Pada tingkat kesesuaian ini pelayanan dinilai telah memuaskan.

3. Tingkat kesesuaian < 100% berarti kualitas layanan yang diberikan kurang/tidak memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan. Pada tingkat kesesuaian ini pelayanan dinilai belum memuaskan.

Dalam tingkat kesesuaian < 100% dapat dijelaskan lagi sebagai berikut :

1. 0 – 32 % Mahasiswa Sangat Tidak Puas
2. 33 – 65% Mahasiswa Tidak Puas
3. 66 – 99% Mahasiswa Kurang Puas

Untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan metode *Importance Performance Analysis* (Martilla and James, 1997 dalam Supranto, 2006) atau Analisis tingkat Kepentingan/Kepuasan dan kinerja oleh angkutan umum penumpang dengan menggunakan rumus untuk menghitung tingkat kesesuaian adalah:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \dots\dots\dots 3.7$$

Keterangan :  $Tki$  = tingkat kesesuaian responden

$Xi$  = skor penilaian pelaksanaan/kepuasan angkutan

$Yi$  = skor penilaian kepentingan/harapan bagi kepuasan penumpang

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y). Setelah itu akan digambarkan diagram kartesius yang dimana  $\bar{X}$  merupakan rata-rata dari skor tingkat kinerja atau kepuasan penumpang dari seluruh faktor dan  $\bar{Y}$  adalah rata-rata dari skor tingkat kepentingan/harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan penumpang.

Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk menganalisis kuadran dalam diagram kartesius adalah menghitung rata-rata tingkat kepentingan/harapan dan kinerja untuk setiap atribut/pernyataan digunakan rumus sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}, \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n} \dots\dots\dots 3.8$$

Keterangan :  $\bar{X}$  = skor rata-rata tingkat kinerja

$\bar{Y}$  = skor rata-rata tingkat kepentingan/harapan

$n$  = jumlah responden

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian kedalam diagram kartesius seperti pada Gambar 3.2.



Gambar 3.2 Diagram Kartesius

(Sumber : Supranto, 1997)

Keterangan :

a. Kuadran I

Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan sehingga mengecewakan/tidak puas.

b. Kuadran II

Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib mempertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

c. Kuadran III

Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan-perusahaan biasa saja. Dianggap kurang penting atau kurang memuaskan.

d. Kuadran IV

Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

### 3.7 Skala Likert

Sugiyono (2010) menerangkan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat seseorang atau sejumlah kelompok terhadap sebuah fenomena sosial yang dimana jawaban dari setiap item instrumen

mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Dengan skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Ong, 2014). Pada saat menanggapi pernyataan maupun pertanyaan dengan menggunakan skala Likert, responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan/pertanyaan dengan memilih salah satu dari pilihan skala Likert yang tersedia.

Pada penelitian ini, skala Likert digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan serta kepentingan para pengemudi dan pengguna layanan Go-Jek khususnya Go-Ride (transportasi motor). Untuk penentuan tingkat kepuasan (*performance*), skala Likert yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Sangat buruk/sangat tidak setuju, dengan nilai skala = 1.
2. Buruk/tidak setuju, dengan nilai skala = 2.
3. Biasa, dengan nilai skala = 3.
4. Baik/setuju, dengan nilai skala = 4.
5. Sangat baik/sangat setuju, dengan nilai skala = 5.

sedangkan untuk penentuan tingkat kepentingan (*importance*), skala Likert yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Sangat tidak penting, dengan nilai skala = 1.
2. Tidak penting, dengan nilai skala = 2.
3. Biasa, dengan nilai skala = 3.
4. Penting, dengan nilai skala = 4.
5. Sangat penting, dengan nilai skala = 5.