

CUSTOMER SATISFACTION INDEX PENGGUNA BUS TRANS JAKARTA

Oleh:

Gabriela Wonga¹
Ai Annisaa Utami²
Zahrudin³

Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Ilmu Pendidikan dan Pengetahuan Sosial
Universitas Indraprasta PGRI

Email:

aiannisaa87@gmail.com; zahrudinazah@ymail.com

ABSTRACT

This study aims to measure the level of satisfaction of users of Trans Jakarta Corridor 7 public transportation by the route of the village of Rambutan to Kampung Melayu by using CSI or the Customer Satisfaction Index. The research method used was descriptive qualitative, the sampling technique used was purposive sampling with a sample of 40 people consisting of Trans Jakarta users and Trans Jakarta officers in Corridor 7. The results showed that the Weight Score (WS) obtained from the multiplication of Weight Factors (WF) with an average level of satisfaction mean Mean Satisfaction Score (MSS) of 4.978 which means that they strongly agree with the satisfaction level assessment indicators. While the overall results of the steps in the calculation of the Customer Satisfaction Index (CSI) obtained a final result of 73.22% which means satisfied.

Keyword: Customer Satisfaction Index, Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna transportasi umum Trans Jakarta Koridor 7 dengan rute kampung Rambutan sampai dengan Kampung Melayu dengan menggunakan CSI atau *Customer Satisfaction Index*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan sampel yang terdiri dari pengguna Trans Jakarta dan petugas Trans Jakarta pada Koridor 7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Weight Score (WS)* yang didapat dari perkalian antara *Weight Factors (WF)* dengan rata-rata tingkat tingkat kepuasan *Mean Satisfaction Score (MSS)* adalah sebesar 4,978 yang berarti sangat setuju dengan indikator penilaian tingkat kepuasan. Sedangkan hasil keseluruhan dari langkah-langkah perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)* didapat hasil akhir sebesar 73,22 % yang berarti puas.

Kata Kunci: CSI, Indeks Kepuasan Konsumen, Kepuasan

A. PENDAHULUAN

Saat ini kebutuhan akan pelayanan jasa transportasi umum yang memberikan kenyamanan serta kualitas yang baik menjadi tuntutan bagi masyarakat di Ibu Kota Jakarta, tidak terkecuali untuk pengguna transportasi umum berupa Trans Jakarta. Beberapa fakta menunjukkan bahwa transportasi umum lainnya seperti angkutan perkotaan atau metro mini masih menimbulkan rasa takut bagi masyarakat terutama tingkat kriminalitas yang tinggi yang didukung oleh tidak adanya jaminan keamanan bagi pengguna mode transportasi tersebut.

Trans Jakarta dirancang sebagai modal transportasi massal untuk aktivitas penduduk ibu kota yang sangat padat. Trans Jakarta merupakan system BRT (*Bus Rapid Transit*) dengan jalur lalu lintas terpanjang di dunia yaitu sepanjang 230,9 Kilo Meter dengan jumlah stasitun atau halte sebanyak 242 stasiun Bus Rafiod Transit. Saat ini Trans Jakarta tersebar dalam 13 koridor (jalur) yang beroperasi mulai Pukul 05.00-22.00 WIB. Dalam perkembangannya Bus Trans Jakarta dapat mengangkut penumpang rata-rata 250.000 orang per hari. Beberapa dampak yang ditimbulkan dari overload penumpang ini adalah penurunan kualitas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat sebagai penumpang. Berikut ini adalah sejumlah perkembangan jumlah penumpang Trans Jakarta selama periode 2 tahun terakhir mulai dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2018.



Sumber : PT Trans Jakarta

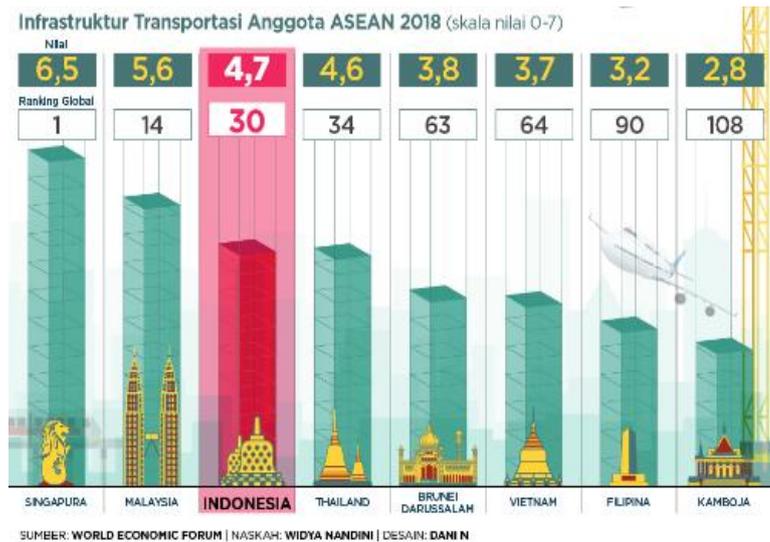
Grafik 1
Jumlah Penumpang Bus Trans Jakarta

Berdasarkan data di atas jumlah kenaikan penumpang selama 2 tahun terakhir terjadi hampir di seluruh koridor Bus Trans Jakarta. Terhitung pada tahun 2017, terdapat 144.868.949 penumpang yang menggunakan bus Trans Jakarta. Jumlah ini terus bertambah hingga mencapai 187.946.602 penumpang di tahun 2018 atau naik sebesar 22,92%.

Dalam menghadapi era globalisasi yang penuh tantangan peluang pemerintah hendaknya memberikan pelayanan yang sebaik baiknya berorientasi pada kebutuhan dan kepuasan masyarakat, sehingga dapat meningkatkan daya saing dalam pemberian pelayanan di bidang jasa. Memperhatikan peran pelayanan yang semakin menonjol maka tidaklah heran apabila masalah pelayanan mendapatkan perhatian besar baik oleh masyarakat umum maupun dalam kaitannya dengan kegiatan perusahaan. Bus Trans Jakarta berupaya memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat dengan melakukan evaluasi dan pengawasan dengan berkoordinasi instansi terkait dan dukungan dari masyarakat. Di sisi lain, perubahan yang terjadi dalam masyarakat saat ini telah mendorong perkembangan peningkatan bidang jasa pelayanan baik yang dijalankan oleh pemerintah maupun swasta. Maka dari itu harus ada terobosan dalam melayani konsumen untuk meningkatkan pelayanan agar dapat dijangkau oleh seluruh kalangan masyarakat tanpa terkecuali. Salah satunya yaitu dengan adanya Trans Jakarta.

Trans Jakarta, menyediakan petugas *On Board* yang akan menjadi ujung tombak untuk pelayanan komunikasi, jadi bukan hanya kondektur biasa karena dibekali dengan pelatihan-pelatihan dalam memberikan pelayanan. Ketika pengadaan Trans Jakarta ini banyak memberikan kemudahan dan memberikan rasa aman bertransportasi, ironisnya dengan adanya Trans Jakarta ini, belum bisa dikatakan sebagai moda transportasi yang nyaman dan aman atau jauh dari tindakan kriminalitas.

Konotasi masyarakat terhadap pelayanan Trans Jakarta serta aparaturnya cenderung kurang optimal dan tidak berkualitas, hal ini dapat dilihat dari banyaknya keluhan masyarakat tentang kualitas pelayanan yang diberikan. Hampir setiap saat jalur koridor penuh dengan penumpang yang menunggu kedatangan Bus Trans Jakarta, selain itu jeda waktu menunggu kedatangan bus memakan waktu yang cukup lama sehingga para penumpang merasa kurang nyaman. Selain itu jumlah bus Trans Jakarta yang terbatas membuat penumpang Bus Trans Jakarta kewalahan. Jumlah yang terbatas dan banyaknya permintaan membuat Bus Trans Jakarta membawa penumpang melebihi kapasitas bus sehingga membuat suasana di dalam Bus menjadi tidak nyaman. Ironi data dan opini di lapangan menjadi bahan penelitian karena beberapa hasil survei menunjukkan bahwa infrastuktur transportasi negara Indonesia peringkat ketiga terbaik setelah Singapura dan Thailand.



Sumber: World Economic Forum

Grafik 2

Peringkat Infrastruktur Transportasi Negara ASEAN

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti melakukan study kasus untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna Trans Jakarta di koridor 7 dengan menggunakan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*). Indeks kepuasan pelanggan ini di susun dengan menggunakan beberapa indikator kemudian menghitung tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen yang dimulai dari membuat kuesioner yang terdiri dari tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. Konsumen diminta menilai antara 1 sampai 5 dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja masing masing atribut yang telah ditentukan.

B. KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan Konsumen

Kepuasan merupakan perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan mereka. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang. Penilaian pelanggan akan kinerja produk tergantung dari banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas pelanggan dengan merek. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menguntungkan dari suatu produk dengan merek yang mereka sudah merasa memuaskan (Kurniati, E., Silvia, E. & Efendi, Z., 2016)

Pada dasarnya tujuan bisnis adalah menciptakan konsumen merasa puas. Karena kepuasan konsumen telah menjadi fokus penting bagi setiap perusahaan, baik untuk meningkatkan profit maupun nirlaba (Lupiyoadi, 2014). Persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan perusahaan menyakini bahwa kepuasan onsumen adalah tujuan pokok utamanya.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2013). Jadi, kepuasan atau ketidakpuasan konsumen dilihat dari kesesuaian antara harapan konsumen dengan persepsi, pelayanan yang diterima atau kenyataan yang dialami. Menurut (Khalaf, 2013) yang dikutip dari (Firdaus, 2018) menunjukkan bagaimana pelayanan yang baik dari pegawai dapat memberikan dampak pada kepuasan dan loyalitas pelanggan/konsumen, hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara loyalitas dengan kepuasan pelanggan/konsumen. Untuk itu manakala diinginkan pelanggan yang loyal, hal pertama yang harus terpenuhi adalah kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen dilihat dari kesesuaian antara harapan konsumen dengan persepsi, pelayanan yang akan diterima atau kenyataan yang dialami. Kepuasan konsumen sudah menjadi bagian terpenting bagi misi dan tujuan perusahaan. Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, harga, kinerja, daya tanggap.

- 1) **Kualitas jasa**
Kualitas jasa memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan serta membentuk pelanggan yang loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan ungkapan perasaan seseorang pelanggan yang digambarkan setelah membandingkan apa yang diharapkan dengan apa yang ditawarkan perusahaan (Kotler, 2013)
- 2) **Harga**
Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Swasta, 2010)
- 3) **Kinerja**
Kinerja adalah sebuah tindakan yang dapat dilihat, diamati untuk mencapai tujuan tertentu. Kinerja juga dapat dikatakan sebagai kombinasi dari kemampuan, usaha dan kesempatan yang dapat dinilai dari hasil kerja (Tjiptono, 2012)
- 4) **Daya tanggap**
Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni berinisiatif untuk membantu dan memberikan informasi kepada konsumen

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry yang di kutip dari (Darus, M.D, & Mahalli, K, 2015) dalam mengukur kepuasan pelanggan ada lima dimensi besar melalui kualitas jasa, yaitu:

1. *Reability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat dan dapat diandalkan.
2. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu keinginan membantu dan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan cepat.

3. *Assurance* (jaminan) yaitu kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan.
4. *Emphaty* (empati) yaitu kepedulian dan perhatian yang diberikan karyawan terhadap kebutuhan konsumen.
5. *Tangible* (kasat mata) yaitu apresiasi terhadap fasilitas fisik, peralatan, karyawan serta sarana komunikasi

Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Berikut ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

- 1) Kinerja (*performance*), kinerja adalah sebuah tindakan yang dapat dilihat, diamati untuk mencapai tujuan tertentu. Kinerja juga dapat dikatakan sebagai kombinasi dari kemampuan, usaha dan kesempatan yang dapat dinilai dari hasil kerja
- 2) Fitur (*features*), fitur adalah sebuah karakteristik pelengkap sebuah perusahaan yang dilengkapi dengan interior dan eksterior
- 3) Keandalan (*reliability*), keandalan adalah suatu penerapan perancangan pada komponen dapat melaksanakan fungsinya dengan baik, tanpa kegagalan, sesuai rancangan atau proses yang dibuat
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi, yaitu sejauh mana karakteristik desain memenuhi standar operasi yang ditetapkan.
- 5) Daya tahan (*durability*), daya tahan adalah lama umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk
- 6) Kemampuan pelayanan (*service ability*), merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan/kesopanan, kompetensi kemudahan serta akurasi dalam perbaikan
- 7) *Eстетika*, merupakan daya tarik terhadap panca indra yang dirasakan oleh konsumen
- 8) Persepsi terhadap kualitas (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya yang bersifat subjektif, berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengkonsumsi produk, seperti meningkatnya harga diri.

Manfaat Kepuasan Konsumen

Dalam sebuah perusahaan harus ada *feedback* antara penjual dan pembeli, karena hal ini dengan terpenuhi keinginan serta kebutuhan konsumen, sehingga akan menciptakan sebuah kepuasan konsumen (Lovelock, 2011). Kepuasan pelanggan telah menjelma menjadi kewajiban bagi setiap organisasi bisnis, penelitian pemasaran, eksekutif bisnis, bahkan politisi (Tjiptono, 2012). Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan konsumen dan akan memberikan berbagai manfaat seperti: Berdampak positif pada loyalitas konsumen, berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian

ulang, *cross-selling* dan *up-selling*), menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biaya-biaya komunikasi pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan), menekan resiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan, meningkatkan toleransi harga (terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan konsumen cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih), memungkinkan terciptanya rekomendasi mulut yang menguntungkan bagi perusahaan sehingga semakin banyak konsumen yang akan membeli atau menggunakan, pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extensions* (perluasan merek dalam kategori produk yang sama), *brand extensions* (perkembangan merek dagang), dan *new add-on service* (menambah layanan baru) yang ditawarkan perusahaan, meningkatkan *bargaining power* (daya tawar) relatif perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi (Rahman, 2010).

Mengukur Kepuasan Konsumen

Perusahaan yang percaya kepuasan konsumen adalah hal penting, haruslah membuat program pengukuran kepuasan konsumen secara periodik. Hasil utama dari pengukuran kepuasan ini adalah dengan dihasilkan sebuah indeks kepuasan konsumen yang dapat memberikan jawaban. Ada beberapa macam metode dalam pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya:

1) **Sistem keluhan dan saran**

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan konsumen. Media yang digunakan bias berupa kotak saran yang diletakan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau pelanggan), kartu komentar (yang biasa diisi langsung maupun dikirim via pos atau email kepada perusahaan atau telepon bebas pulsa dan lain-lain)

2) ***Ghost shopping***

Salah cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian-pembelian produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan pelanggan menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan. Ada baiknya para manajer perusahaan terjun langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan pelanggannya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya sedang melakukan penelitian atau penilaian (misalnya dengan cara menelpon perusahaannya sendiri mengajukan keluhan atau pertanyaan).

3) Survei kepuasan pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei, baik survey melalui pos, telepon ataupun wawancara pribadi. Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feed back*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan data (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

4) Analisis pelanggan yang hilang (*lost customer analysis*)

Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Melakukan pemantauan juga penting, dimana peningkatan menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

Indeks Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk sebuah organisasi, baik itu organisasi nirlaba maupun organisasi yang non nirlaba. Indeks kepuasan sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan. Contohnya adalah perbaikan pelayanan, memotivasi karyawan, pemberian bonus, gambaran untuk menilai tingkat kepuasan seluruh pelanggan.

Cara paling sederhana untuk menghitung indeks kepuasan konsumen adalah menghitung skor kinerja tiap atribut untuk produk atau jasa perusahaan (Sulaeman, 2015). Kelemahan rata-rata itu adalah bahwa tiap atribut kinerja dianggap memiliki nilai, atribut dan bobot (tingkat kepentingan) yang sama. Sementara itu dalam kenyataannya pelanggan sangat mungkin memberikan bobot yang sangat berbeda untuk tiap kinerja atribut. Misalnya, pelanggan mestinya akan memberikan bobot yang lebih besar terhadap atribut keamanan sarana transportasi dari pada keramahan kondektornya.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Menurut (Sinnun, 2017) metode CSI memiliki beberapa keunggulan antara lain: efisiensi (tidak hanya indeks kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi yang berhubungan dengan dimensi/atribut yang perlu diperbaiki), mudah digunakan dan sederhana serta menggunakan skala yang memiliki sensitivitas dan reliabilitas cukup tinggi. *Customer Satisfaction Index (CSI)* merupakan analisis kuantitatif berupa presentase pelanggan yang senang dalam suatu survei kepuasan pelanggan. Metode CSI memiliki beberapa keunggulan antara lain: efisiensi (tidak hanya indeks kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi yang berhubungan dengan dimensi/atribut yang perlu diperbaiki), mudah digunakan dan sederhana serta menggunakan skala yang memiliki sensitivitas cukup tinggi. (Anggraini, L.D., P. Deoiranto, & Ikasari, 2015).

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan studi literatur, berupa informasi-informasi dari berbagai artikel, tabloid, surat kabar, internet, dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah social situation yang terdiri dari tiga dimensi yaitu *Place* (tempat), *Activity* (aktifitas), dan *Person* (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini tiga elemen yang terkait *sosial situation* yaitu dimensi *place*/tempat beralokasi di halte Bus Trans Jakarta koridor 7, dimensi pelaku/*actors* adalah pengguna Bus Trans Jakarta dan petugas Bus Trans Jakarta, dan yang terakhir adalah aktivitas yang akan diteliti yaitu tingkat kepuasan konsumen berdasarkan pelayanan jasa yang diberikan kepada pengguna Bus Trans Jakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan kualitatif. Analisis data menggunakan kuesioner yang telah diisi oleh responden kemudian dikumpulkan dan diolah peneliti menggunakan *customer satisfaction index (CSI)*.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode index kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction Index*) merupakan indeks untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut-atribut tertentu (Maiyanti, S.I, Irmeilyana, & Verawaty, 2010). *Customer Satisfaction Index (CSI)* merupakan analisis kuantitatif berupa persentase pengguna yang senang dalam suatu survei kepuasan pengguna. CSI diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa. Perhitungan keseluruhan CSI menurut (nilai rata rata pada kepentingan (I) dijumlahkan sehingga diperoleh Y dan juga hasil kali I dengan P pada skor (S) dijumlahkan dan diperoleh T. Nilai 5 (pada 5Y) adalah nilai maksimum yang digunakan pada skala pengukuran. Langkah-langkah pengukuran tingkat kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)*. Nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan (*importance*) tiap atribut dan rata-rata kepuasan (*satisfaction*) tiap atribut.

Tabel 1.
Hasil Perhitungan *Mean Importance Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)*

No	Pernyataan	Tingkat Kepuasan <i>Mean Satisfaction Score (MSS)</i>	Tingkat Kepentingan <i>Mean Importance Score (MIS)</i>
1	Ketersedian kursi bagi penumpang kebutuhan khusus dan ibu hamil	3,72	4,84
2	Kebersihan di shalter Trans Jakarta	3,68	4,66
3	Kebersihan di dalam bus Trans Jakarta	3,88	4,72

4	Tersedia tempat sampah di dalam bus Trans Jakarta	3,8	4,42
5	Tersedia tempat sampah di dalam <i>shelter</i> Trans Jakarta	4,04	4,72
6	Tersedianya peta jalur kota Trans Jakarta	3,64	4,66
7	Tersedianya fasilitas AC di dalam bus Trans Jakarta	4,4	4,6
8	Jumlah rute yang ditawarkan bus Trans Jakarta lengkap	3,42	4,64
9	Jumlah armada bus yang beroperasi	3,08	4,58
10	Kenyamanan di <i>shelter</i> Trans Jakarta	3,02	4,58
11	Kenyamanan di dalam bus Trans Jakarta	3,74	4,74
12	Kondisi ruang tunggu (<i>shelter</i>)	3,48	4,66
13	Ketersediaan fasilitas pengaduan dan keluhan	2,8	4,62
14	Penyediaan fasilitas hand grip (pegangan tangan) di dalam bus Trans Jakarta	4,18	4,62
15	Penyediaan tabungan pemadam kebakaran di dalam bus Trans Jakarta	4,28	4,76
16	Penyediaan kursi tunggu di dalam <i>Shelter</i> bus Trans Jakarta	3,04	4,72
17	Harga yang terjangkau	4,6	4,78
18	Perbedaan harga pada pagi hari sampai pukul 07.00	4,18	4,72
19	Durasi bus yang berhenti di <i>shelter</i>	3,78	4,7
20	Rentang tunggu waktu antar bus	3,02	4,66
21	Ketepatan waktu petugas membuka dan menutup <i>shelter</i> bus Trans Jakarta	4,04	4,74
22	Penampilan pegawai bersih dan rapih	4,42	4,66
23	Keterampilan petugas dalam komunikasi dengan penumpang	3,8	4,74
24	Pengetahuan petugas mengenai layanan yang disediakan	3,68	4,76
25	Kemudahan dalam komunikasi dengan penumpang	3,64	4,66
26	Penumpang merasa aman dalam berinteraksi	3,5	4,84
27	Kesopanan yang diberikan oleh petugas <i>shelter</i>	3,64	4,82
28	Kesopanann yang diberikan petugas di dalam bus Trans Jakarta	3,76	4,78
29	Petugas memberikan informasi halte yang akan dilewati	4,4	4,74
30	Keterampilan yang diberikan oleh pegawai <i>shelter</i>	3,84	4,74
31	Keramahan yang diberikan oleh pegawai <i>shelter</i>	4,06	4,7
32	Petugas bus Trans Jakarta memiliki kemampuan yang baik dalam menyelesaikan pekerjaan	3,84	4,74
33	Petugas mampu menyelesaikan tugas secara konsisiten	3,82	4,76
34	Petugas dapat memelihara tempat kerja tetap teratur sesuai dengan fungsinya	4,06	4,78

35	Petugas Trans Jakarta selalu menunjukkan kesabaran perhatian kepada penumpang	3,48	4,82
36	Petugas Trans Jakarta selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat	3,18	4,8
37	Petugas Trans Jakarta peka terhadap apa yang dibutuhkan penumpang	3,72	4,8
38	Kecepatan/ketanggapan petugas kasir	2,46	4,76
39	Petugas berinisiatif memberikan informasi informasi kepada penumpang	2,74	5,9
40	Petugas Bus Trans Jakarta selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian kepada penumpang	2,82	4,9
TOTAL		146,68	189,84

Sumber: Data diolah oleh penulis (2018)

- b. Menentukan *Weight Factors (WF)*. Bobot ini merupakan persentase nilai *Mean Importance Score (MIS)* kepentingan per atribut terhadap *Mean Importance Score (MIS)* kepentingan seluruh atribut.

Tabel 2
Hasil Perhitungan *Weight Factors (WF)*

No	Pernyataan	Tingkat Kepentingan <i>Mean Importance Score (MiS)</i>	Weight Factore (wf)%
1	Ketersediaan kursi bagi penumpang kebutuhan khusus dan ibu hamil	4,84	2,550
2	Kebersihan di shalter Trans Jakarta	4,66	2,455
3	Kebersihan di dalam bus Trans Jakarta	4,72	2,486
4	Tersedia tempat sampah di dalam bus Trans Jakarta	4,42	2,328
5	Tersedia tempat sampah di dalam <i>shelter</i> Trans Jakarta	4,72	2,486
6	Tersedianya peta jalur kota Trans Jakarta	4,66	2,455
7	Tersedianya fasilitas AC di dalam bus Trans Jakarta	4,6	2,423
8	Jumlah rute yang ditawarkan bus Trans Jakarta lengkap	4,64	2,444
9	Jumlah armada bus yang beroperasi	4,58	2,413
10	Kenyamanan di <i>shelter</i> Trans Jakarta	4,58	2,413
11	Kenyamanan di dalam bus Trans Jakarta	4,74	2,497
12	Kondisi ruang tunggu (<i>shelter</i>)	4,66	2,455
13	Ketersediaan fasilitas pengaduan dan keluhan	4,62	2,434
14	Penyediaan fasilitas hand grip (pegangan tangan) di dalam bus Trans Jakarta	4,62	2,434
15	Penyediaan tabungan pemadam kebakaran di dalam bus Trans Jakarta	4,76	2,507
16	Penyediaan kursi tunggu di dalam <i>Shelter</i> bus Trans Jakarta	4,72	2,486
17	Harga yang terjangkau	4,78	2,518
18	Perbedaan harga pada pagi hari sampai pukul 07.00	4,72	2,486
19	Durasi bus yang berhenti di <i>shelter</i>	4,7	2,476

20	Rentang tunggu waktu antar bus	4,66	2,455
21	Ketepatan waktu petugas membuka dan menutup <i>shelter</i> bus Trans Jakarta	4,74	2,497
22	Penampilan pegawai bersih dan rapih	4,66	2,455
23	Keterampilan petugas dalam komunikasi dengan penumpang	4,74	2,497
24	Pengetahuan petugas mengenai layanan yang disediakan	4,76	2,507
25	Kemudahan dalam komunikasi dengan penumpang	4,66	2,455
26	Penumpang merasa aman dalam berinteraksi	4,84	2,550
27	Kesopanan yang diberikan oleh petugas <i>shelter</i>	4,82	2,539
28	Kesopanann yang diberikan petugas di dalam bus Trans Jakarta	4,78	2,518
29	Petugas memberikan informasi halte yang akan dilewati	4,74	2,497
30	Keterampilan yang diberikan oleh pegawai <i>shelter</i>	4,74	2,497
31	Keramahan yang diberikan oleh pegawai <i>shelter</i>	4,7	2,476
32	Petugas bus Trans Jakarta memiliki kemampuan yang baik dalam menyelesaikan pekerjaan	4,74	2,497
33	Petugas mampu menyelesaikan tugas secara konsisiten	4,76	2,507
34	Petugas dapat memelihara tempat kerja tetap teratur sesuai dengan fungsinya	4,78	2,518
35	Petugas Trans Jakarta selalu menunjukkan kesabaran perhatian kepada penumpang	4,82	2,539
36	Petugas Trans Jakarta selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat	4,8	2,528
37	Petugas Trans Jakarta peka terhadap apa yang dibutuhkan penumpang	4,8	2,528
38	Kecepatan/ketanggapan petugas kasir	4,76	2,507
39	Petugas berinisiatif memberikan informasi informasi kepada penumpang	5,9	3,108
40	Petugas Bus Trans Jakarta selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian kepada penumpang	4,9	2,581
TOTAL		189,84	100

Sumber: Data diolah oleh penulis (2019)

- c. Menghitung *Weight Score (WS)*. Bobot ini merupakan perkalian antara *Weight Factors (WF)* dengan rata-rata tingkat tingkat kepuasan (*Mean Satisfaction Score/MSS*).

Tabel 3
Hasil Perhitungan Weight Factors (WF)

No	Pernyataan	Weight Factors (WF)%	Tingkat Kepuasan Mean Satisfaction Score (MSS)	Weight Score (WS)
1	Ketersediaan kursi bagi penumpang kebutuhan khusus dan ibu hamil	2,550	3,72	0,095
2	Kebersihan di shalter Trans Jakarta	2,455	3,68	0,090
3	Kebersihan di dalam bus Trans Jakarta	2,486	3,88	0,096
4	Tersedia tempat sampah di dalam bus Trans Jakarta	2,328	3,8	0,088
5	Tersedia tempat sampah di dalam shelter trans Jakarta	2,486	4,04	0,100
6	Tersedianya peta jalur kota Trans Jakarta	2,455	3,64	0,089
7	Tersedianya fasilitas AC di dalam bus Trans Jakarta	2,423	3,44	0,107
8	Jumlah rute yang ditawarkan bus Trans Jakarta lengkap	2,444	3,42	0,084
9	Jumlah armada bus yang beroperasi	2,413	3,08	0,074
10	Kenyamanan di shelter Trans Jakarta	2,413	3,02	0,073
11	Kenyamanan di dalam bus Trans Jakarta	2,497	3,74	0,093
12	Kondisi ruang tunggu (shelter)	2,455	3,48	0,085
13	Ketersediaan fasilitas pengaduan dan keluhan	2,434	2,8	0,068
14	Penyediaan fasilitas hand grip (pegangan tangan) di dalam bus Trans Jakarta	2,434	2,18	0,102
15	Penyediaan tabung pemadam kebakaran di dalam bus Trans Jakarta	2,507	4,28	0,107
16	Penyediaan kursi tunggu di dalam Shelter bus Trans Jakarta	2,486	3,04	0,076
17	Harga yang terjangkau	2,518	4,6	0,116
18	Perbedaan harga pada pagi hari sampai pukul 07.00	2,486	4,18	0,104
19	Durasi bus yang berhenti di shelter	2,476	3,78	0,094
20	Rentang tunggu waktu antar bus	2,455	3,02	0,074
21	Ketepatan waktu petugas membuka dan menutup shelter bus Trans Jakarta	2,497	4,04	0,101
22	Penampilan pegawai bersih dan rapih	2,455	4,42	0,108
23	Keterampilan petugas dalam komunikasi dengan penumpang	2,497	3,8	0,095
24	Pengetahuan petugas mengenai layanan yang disediakan	2,507	3,68	0,092
25	Kemudahan dalam komunikasi dengan penumpang	2,455	3,64	0,089
26	Penumpang merasa aman dalam berinteraksi	2,550	3,5	0,089

27	Kesopanan yang diberikan oleh petugas <i>shelter</i>	2,539	3,64	0,092
28	Kesopanann yang diberikan petugas di dalam bus Trans Jakarta	2,518	3,76	0,095
29	Petugas memberikan informasi halte yang akan dilewati	2,497	4,4	0,110
30	Keterampilan yang diberikan oleh pegawai <i>shelter</i>	2,497	3,84	0,96
31	Keramahan yang diberikan oleh pegawai <i>shelter</i>	2,476	4,06	0,101
32	kemampuan yang baik dalam menyelesaikan pekerjaan	2,497	3,84	0,096
33	Petugas mampu menyelesaikan tugas secara konsisiten	2,507	3,82	0,096
34	Petugas dapat memelihara tempat kerja tetap teratur sesuai dengan fungsinya	2,518	4,06	0,102
35	Petugas Trans Jakarta selalu menunjukkan kesabaran perhatian kepada penumpang	2,539	3,48	0,088
36	Petugas Trans Jakarta selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat	2,528	3,18	0,080
37	Petugas Trans Jakarta peka terhadap apa yang dibutuhkan penumpang	2,528	3,72	0,094
38	Kecepatan/ketanggapan petugas kasir	2,507	2,46	0,062
39	Petugas berinisiatif memberikan informasi informasi kepada penumpang	3,108	2,74	0,085
40	Petugas Bus Trans Jakarta selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian kepada penumpang	2,581	2,82	0,073
TOTAL		100	146,68	3,661

Sumber: Data diolah oleh penulis (2019)

- d. Menghitung *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Nilai CSI diperoleh dengan menggunakan persamaan:

Berikut ini adalah rincian hasil perhitungann CSI untuk masing-masing atribut yang telah dibuat.

Tabel 4
Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

No	Pernyataan	CSI (%) per atribut	Keterangan
1	Ketersedian kursi bagi penumpang kebutuhan khusus dan ibu hamil	74,40	Puas
2	Kebersihan di <i>shelter</i> Trans Jakarta	73,60	Puas
3	Kebersihan di dalam bus Trans Jakarta	77,60	Puas
4	Tersedia tempat sampah di dalam bus Trans Jakarta	76,00	Puas
5	Tersedia tempat sampah di dalam <i>shelter</i> Trans Jakarta	80,88	Puas
6	Tersedianya peta jalur kota Trans Jakarta	72,80	Puas
7	Tersedianya fasilitas AC di dalam bus Trans Jakarta	88,00	Sangat Puas
8	Jumlah rute yang ditawarkan bus Trans Jakarta lengkap	68,40	Puas
9	Jumlah armada bus yang beroperasi	61,60	Cukup Puas

10	Kenyamanan di <i>shelter</i> Trans Jakarta	60,40	Cukup Puas
11	Kenyamanan di dalam bus Trans Jakarta	74,80	Puas
12	Kondisi ruang tunggu (<i>shelter</i>)	69,60	Puas
13	Ketersediaan fasilitas pengaduan dan keluhan	56,00	Cukup puas
14	Penyediaan fasilitas hand grip (pegangan tangan) di dalam bus Trans Jakarta	83,60	Sangat Puas
15	Penyediaan tabungan pemadam kebakaran di dalam bus Trans Jakarta	85,60	Sangat Puas
16	Penyediaan kursi tunggu di dalam <i>shelter</i> bus Trans Jakarta	60,80	Cukup Puas
17	Harga yang terjangkau	92,00	Sangat Puas
18	Perbedaan harga pada pagi hari sampai pukul 07.00	83,60	Sangat Puas
19	Durasi bus yang berhenti di <i>shelter</i>	75,60	Puas
20	Rentang tunggu waktu antar bus	60,40	Cukup Puas
21	Ketepatan waktu petugas membuka dan menutup <i>shelter</i> bus Trans Jakarta	80,80	Sangat Puas
22	Penampilan pegawai bersih dan rapih	88,40	Sangat Puas
23	Keterampilan petugas dalam komunikasi dengan penumpang	76,00	Puas
24	Pengetahuan petugas mengenai layanan yang disediakan	73,60	Puas
25	Kemudahan dalam komunikasi dengan penumpang	72,80	Puas
26	Penumpang merasa aman dalam berinteraksi	70,00	Puas
27	Kesopanan yang diberikan oleh petugas <i>shelter</i>	72,80	Puas
28	Kesopannn yang diberikan petugas di dalam bus Trans Jakarta	75,20	Puas
29	Petugas memberikan informasi halte yang akan dilewati	88,00	Sangat Puas
30	Keterampilan yang diberikan oleh pegawai <i>shelter</i>	76,80	Puas
31	Keramahan yang diberikan oleh pegawai <i>shelter</i>	81,20	Sangat Puas
32	Petugas bus Trans Jakarta memiliki kemampuan yang baik dalam menyelesaikan pekerjaan	76,80	Puas
33	Petugas mampu menyelesaikan tugas secara konsisiten	76,40	Puas
34	Petugas dapat memelihara tempat kerja tetap teratur sesuai dengan fungsinya	81,20	Sangat Puas
35	Petugas Trans Jakarta selalu menunjukkan kesabaran perhatian kepada penumpang	69,60	Puas
36	Petugas Trans Jakarta selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat	63,60	Cukup Puas
37	Petugas Trans Jakarta peka terhadap apa yang dibutuhkan penumpang	74,40	Puas
38	Kecepatan/ketanggapan petugas kasir	49,20	Kurang Puas
39	Petugas berinisiatif memberikan informasi informasi kepada penumpang	54,80	Cukup Puas
40	Petugas bus Trans Jakarta selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian kepada penumpang	56,40	Cukup Puas
TOTAL		77,24	

Sumber: Data diolah oleh penulis (2019)

Berdasarkan hasil perhitungan CSI yang sudah dijabarkan dapat disimpulkan bahwa hasil keseluruhan dari langkah-langkah perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)* didapat hasil akhir sebesar 73,22 % yang berarti puas.

Atribut yang memiliki nilai tertinggi merupakan atribut yang sangat berpengaruh terhadap suatu produk yang hendak dibeli oleh konsumen. Konsumen memiliki persepsi yang berbeda-beda dalam menilai sesuatu yang dianggap penting. Konsumen akan memberikan perhatian yang lebih besar pada atribut yang mereka anggap memberikan kepuasan pada mereka. (Kurniati, E., Silvia, E. & Efendi, Z., 2016)

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Handriati, A.A., Sunaryo, S. & Helia, V.n, 2015) menemukan bahwa atribut dalam dimensi jadwal keberangkatan dan kedatangan bus, perlu dilakukan inovasi untuk meningkatkan kepuasan pengguna Bus, melalui cara-cara sebagai berikut:

1. Kejelasan jadwal keberangkatan dan kedatangan bus. Pihak terminal tepat dan akurat dalam memberikan informasi jadwal keberangkatan dan kedatangan bus agar penumpang tidak merasa lama menunggu atau tidak ketinggalan bus yang akan digunakan.
2. Karyawan cepat tanggap terhadap masalah atau keluhan penumpang. Karyawan selalu siap sedia dan tidak merasa sibuk dalam menangani keluhan penumpang yang diajukan.
3. Karyawan bersikap dan berkomunikasi ramah dan sopan kepada penumpang. Karyawan selalu menjaga komunikasi dengan baik dan sopan agar penumpang bus merasa nyaman dan puas atas pelayanan yang diberikan pihak terminal.
4. Pelayanan yang adil kepada semua pihak. Pihak terminal tidak membedakan status dalam proses pelayanan, serta mengutamakan sistem antrian sehingga pelayanan yang diberikan berjalan dengan terstruktur.
5. Kemudahan proses pembelian tiket. Pihak terminal menyediakan beberapa tempat untuk membeli tiket sehingga penumpang tidak perlu jauh-jauh pergi membeli tiket ke agen bus. Cara tersebut dapat dilakukan dengan mengadakan loket agen penjualan tiket atau melakukan pemesanan tiket melalui alat komunikasi seperti handphone.

Salah satu indikator yang paling menonjol tingkat kepuasan pengguna bus Trans Jakarta adalah harga. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Utami, 2020) yang mengungkapkan bahwa konsumen akan menjadi loyal pada merek-merek berkualitas tinggi jika produk yang ditawarkan dengan harga yang wajar. Begitu pula dengan Trans Jakarta, harga yang ditawarkan oleh PT Trans Jakarta sangat terjangkau, sehingga hampir seluruh lapisan masyarakat memilih untuk menggunakan sarana transportasi ini.

E. SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Weight Score (WS)* yang didapat dari perkalian antara *Weight Factors (WF)* dengan rata-rata tingkat kepuasan *Mean Satisfaction Score (MSS)* adalah sebesar 4,978 yang berarti sangat setuju dengan indikator penilaian tingkat kepuasan. Sedangkan hasil keseluruhan dari langkah-langkah perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)* didapat hasil akhir sebesar 73,22 % yang berarti “puas”.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah memperluas populasi penelitian dengan jumlah penumpang yang lebih banyak dari seluruh koridor pengguna Trans Jakarta, memberikan atribut yang lebih lengkap untuk standar kepuasan konsumen pengguna Trans Jakarta, membandingkan dengan metode lain misalnya IPA dalam menghitung nilai kepuasan untuk penumpang pengguna Trans Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L.D., P. Deoiranto, & Ikasari. (2015). Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index. *Jurnal Industri* , Vol 4 No 2: 74-81.
- Darus, M.D, & Mahalli, K. (2015). Analisis Tingkat Kepuasan Penumpang terhadap Kualitas Pelayanan Di bandar Udara Internasional Kualanamu. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* , 3(6)-14857.
- Firdaus, M.A & Yudhawati, D. (2018). Mengukur Kepuasan Mahasiswa Dengan IPA. *Journal Inovator*, 69-89.
- Handriati, A.A., Sunaryo, S. & Helia, V.n . (2015). Analisis Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Konsumen dengan menggunakan Metode SERVPERF, IPA, CSI. *Journal Teknoin*, 21(4).
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniati, E., Silvia,E. & Efendi, Z. (2016). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kue Baytat Bengkulu. *Jurnal Teknologi dan Industri pertanian Indonesia*, 8(2), 67-75.
- Lovelock, C. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Index.
- Lupiyoadi. (2014). *Manajemen Pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maiyanti, S.I,Irmeilyana,& Verawaty . (2010). Applied Customer Satisfaction Index (CSI) And Importance Performance Analysis (IPA) to Know Student Satisfaction Level of Sriwijaya University Lybrary Service. *Jornal UMM SMatematik*, 7-18.
- Rahman. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix*. Jakarta: Trans Media.
- Sinnun, A. (2017). Analisis Kepuasan LMS Berbasis Web dengan metode Servqual, IPA, CSI,. *Jurnal Informatika*, 4(1).
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaeman. (2015). Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Study kasus pada Charly VTH Family Karaoke Cabang Garut . *Juornal Maranatha Bandung*, 50-63.
- Swasta, B. (2010). *Manajemen Pemasaran; Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, C. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, A. A. (2020). Analisis Strategi Penetapan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Ojek Online PT Gojek Indonesia. *JABE (Journal Of Applied Business and Economic)*, 6(2) 137-156.