LAPORAN HASIL PENELITIAN

Analisis Kualitas Pelayanan LRT Sumatera Selatan pada Masa Pandemi Corona

Oleh :

Ketua : Driaskoro Budi Sidharta (NIDN : 4213057801)

Anggota :

1. Siti Nurlaili. W, S.T., M.Sc (NIP : 19881110 201902 2002)

2. Herdi Agem Priyono (NPT : 19 03 006)

3. Tegar Brilianza (NPT : 19 03 023)

PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
POLITEKNIK TRANSPORTASI SUNGAI DANAU DAN PENYEBERANGAN PALEMBANG
TAHUN 2020

BAB I
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Virus Corona ditemukan pertama kali di Wuhan, China pada kahir tahun 2019. Pada awal tahun 2020, hampir seluruh negara di dunia termasuk Indonesia dikejutkan oleh penyebaran virus Corona (COVID-19). Jumlah kasus kematian akibat Corona di Eropa mencapai lebih dari tiga puluh ribu kasus (Zulfikar, W.,Aditama and V., Auliansyah 2020). Pada tanggal 11 Maret 2020, WHO (World Health Organization) menyatakan wabah penyakit akibat virus Corona COVID-19 sebagai pandemi global (Valerisha and Putra 2020). Pemerintah Indonesia menetapkan penyebaran Corona virus disease 2019 (COVID-19) sebagai bencana nasional melalui Keputusan Presiden Nomor 12 tahun 2020.

Penyebaran virus Corona tidak hanya mempengaruhi kesehatan masyarakat namun memberikan dampak pada perekonomian termasuk juga sektor transportasi. Dengan adanya beberapa kebijakan terkait kegiatan masyarakat seperti kegiatan sekolah secara daring, pemberlakuan sistem kerja Work Form Home (WFH) bagi ASN mengakibatkan jumlah pengguna jasa transportasi semakin berkurang. Hal tersebut memberikan dampak terhadap penurunan pergerakan moda transportasi karena adanya batasan melalui kebijakan pemerintah (Gustami.N.K,2020) bahkan menyebabkan okupansi kereta api turun hingga 40% (https://industri.kontan.co.id/news/dampak-covid-19-okupansi-kereta-api-turun-hingga-40). Sejak masa pandemi Corona, jumlah penumpang LRT Sumatera Selatan mengalami penurunan dan jumlah perjalanan berkurang dari 74 menjadi 22 perjalanan per hari (Siregar. R.A, 2020). Pemerintah mengatur pengendalian transportasi dalam rangka pencegahan penyebaran virus Corona melalui Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 18 tahun 2020 dan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 41 tahun 2020. Dalam peraturan Menteri Perhubungan tersebut menyatakan bahwa kereta api perkotaan harus melakukan

pembatasan jumlah penumpang dari kapasitas penumpang serta menerapkan jaga jarak dengan menetapkan konfigurasi tempat duduk. Selain itu, operator prasarana transportasi wajib menerapkan protokol kesehatan bagi petugas maupun penumpang diantaranya penggunaan masker bagi petugas maupun penumpang, penyediaan penyanitasi tangan atau tempat cuci tangan, pemeriksaan suhu tubuh penumpang.

LRT Sumatera Selatan merupakan salah satu moda transportasi pilihan bagi warga Palembang yang melayani rute Bandar Udara Internasional Sultan Mahmud Badaruddin II dengan Kompleks OPI Mall. Khususnya dalam masa pandemi Corona, pelanggan jasa transportasi termasuk LRT Sumatera Selatan mengharapkan layanan yang diberikan oleh operator transportasi tetap memberikan kenyamanan dan keamanan transportasi dengan tetap melakukan prosedur pencegahan penyebaran virus Corona. Menurut John Svioka (dalam Lupiyoadi, 2006), salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan suatu perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dalam hal pelayanan di LRT Sumatera Selatan, maka Balai Kereta Api Ringan Sumatera Selatan mempunyai tugas untuk menciptakan transportasi yang aman, nyaman dan selamat serta mempedulikan kesehatan pengguna jasa khusunya dari ancaman virus Corona. Keberadaan pelayanan angkutan umum yang handal akan mampu mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap penggunaan kendaraan pribadi dan mengurangi serta kemacetan di jalan di Palembang (Oktariansyah dkk, 2017). Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi spesifik terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan pemberi jasa, sehingga kepuasan pelanggan hanya dapat dinilai berdasarkan pengalaman yang pernah dialami saat proses pemberian pelayanan (H.J. Astuti, 2006). Untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan pengguna jasa, perlu dilakukan evaluasi kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pengguna jasa dengan membandingkan antara tingkat kepuasan konsumen (performance) dengan harapan (importance).

Dengan cara tersebut akan dapat diketahui parameter yang perlu ditingkatkan sesuai dengan keinginan pengguna jasa.

B. PERUMUSAN MASALAH

Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola LRT Sumatera Selatan kepada pengguna jasa selama pandemi virus Corona

C. TUJUAN PENELITIAN

Mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola LRT Sumatera Selatan kepada pengguna jasa selama pandemi virus Corona.

D. MANFAAT PENELITIAN

Memberikan masukan terkait perbaikan kepada pengelola LRT dengan harapan bahwa pengguna jasa LRT Sumatera Selatan akan merasa lebih puas dan nyaman selama menggunakan LRT Sumatera Selatan.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

a. Anisah, S (2019) telah melakukan penelitian tingkat persepsi pengguna layanan transportasi LRT Kota Palembang dengan menggunakan pendekatan *Importance Performance Analysis*. Penelitian ini menggunakan 12 atribut penilaian kualitas pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat selisih antara kepuasan dan kepentingan masyarakat terhadap pelayanan LRT Palembang yaitu 4,29 dan 4,74 pada faktor fisik, 4,10 dam 4,68 pada faktor keandalan, 4,18 dan 4,60 pada faktor daya tanggap, serta 4,40 dan 4,86 pada faktor empati.

b. Penelitian yang dilakukan oleh Rizal (2012), bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan yang diberikan oleh BRT Transjakarta koridor 6. Pada penelitian ini, lima dimensi utama kualitas jasa dijabarkan ke dalam 26 (dua puluh enam) atribut harapan dan kinerja. Metode analisa menggunakan SERQUAL yang digunakan pada penelitian ini. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk menentukan prioritas perbaikan kinerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasannya sebesar 70,16% dan terkategori sedang.

B. Jasa

Jasa merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan dari satu pihak ke pihak yang lainnya, yang pada hakikatnya tidak berwujud dan memiliki nilai bagi pembeli karena dapat memenuhi suatu kebutuhan tertentu (Rahman. A dan Supomo. H, 2012).

C. Pelayanan

LRT Sumatera Selatan memberikan produk berupa layanan jasa kepada pelanggan. M.N. Nasution (2005) mengatakan bahwa pelayanan jasa adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya

tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Dimensi kualitas pelayanan di desain dalam beberapa parameter dengan tujuan untuk memperoleh selisih antara harapan *(importance)* dan kepuasan *(performance)* pelanggan. Menurut Parasuraman dkk (1991), dimensi yang digunakan dalam menilai kualitas layanan meliputi :

a. Reability (keandalan) yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat dan dapat diandalkan.
b. Responsiveness (daya tanggap) yaitu keinginan membantu dan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan cepat.
c. Assurance (jaminan) yaitu kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan.
d. Emphaty (empati) yaitu kepedulian dan perhatian yang diberikan karyawan terhadap kebutuhan konsumen.
e. Tangible (kasat mata) yaitu apresiasi terhadap fasilitas fisik, peralatan, karyawan serta sarana komunikasi.

D. Kepuasan

Kepuasan merupakan perbedaan antara tingkat kepentingan dengan hasil yang dihasilkan. Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara apa yang diharapkan pelanggan (customer expectation) dengan apa yang diperoleh pelanggan (*perceived quality*) (Kotler, 2000). Menurut Fandy Tjiptono (2012), kepuasan pelanggan merupakan rasa bahagia atau kemurungan seseorang yang terjadi setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu produk dengan harapan-harapannya. Kepuasan dapat diartikan sebagai tidak adanya perbedaan antara harapan dan kinerja yang diterima (Yazid, 2003). Menurut (Rahman. A dan Supomo. H, 2012).Kesenjangan merupakan ketidaksesuaian antara pelayanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dan pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Menurut Tjiptono dalam SyukriS.H.A (2014) bahwa Berry, Parasuraman dan Zeithaml mengembangkan rumus :

$$Q = P – E$$

Dimana :

Q = Kualitas Pelayanan

P = Persepsi atau tingkat kepuasan pengguna jasa

E = Harapan atau kepentingan pengguna jasa

Fitriana dkk (2014) menagatakan bahwa nilai indeks kepuasan pelanggan dapat dibagi menjadi 5 kategori seperti yang tertera dalam tabel 1.

NO	NILAI INDEKS	KRITERIA PENILAIAN
1	81%-100%	Sangat Puas
2	66%-80.99%	Puas
3	51%-65.9%	Cukup Puas
4	5%-50.99%	Kurang Puas
5	0%-34.99%	Tidak Puas

E. Analisis Kualitas Pelayanan

Pendapat dan masukan dari pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam rangka pertumbuhan dan keberlangsungan usaha. survey kepuasan pelanggan melalui jawaban atas pertanyaan-pertanyan yang tertuang dalam formulir survey perlu dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan hal apa saja yang dibutuhkan oleh pelanggan. Menurut Raonir. R (2015), pengukuran pelayanan dapat dilakukan dengan beberapa model yaitu :

Servqual model, *Impact Score Technique* (IST), *Importance Performance Analysis* (IPA), *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan *Ordered Logic Model (Structural Equation Model* (SEM).

a. *Service Quality* (ServQual)

Kualitas Layanan atau dalam bahasa Inggris *Service quality* (SQ) adalah ketidaksesuaian antara harapan (E) sebuah layanan dengan kinerja (https://id.wikipedia.org/wiki/Kualitas_layanan/diakses pada 19 Februari 2020).

ServQual memiliki lima elemen utama, yakni *Reliability*, *Assurance*, *Tangible*, *Empathy*, dan *Responsiveness* (RATER). Bila kelima elemen ini terpenuhi, pelanggan akan mendapatkan apa yang dinamakan *customer*

satisfaction (https://marketeers.com/lima-elemen-service-quality/diakses pada 19 Februari 2020).

1) *Reliability*. Elemen ini merujuk pada kemampuan perusahaan memberikan layanan secara akurat kepada pelanggannya. Pada tahap ini, produk dan layanan perusahaan bisa diakses oleh pelanggan kapan saja dan di mana saja. Perusahaan menyediakan diri setiap saat untuk pelanggan. Misalnya, perusahaan operator seluler menyediakan sinyal di berbagai area di mana pelanggannya berada.
2) *Assurance.* Elemen ini mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan di mata pelanggan melalui keramahan dan pengetahuan staf dalam melayani. Garuda Indonesia dengan program Garuda Indonesia Experience menjadikan layanan dan produknya memiliki kekhasan keramahan dan citarasa Indonesia. Hal ini yang harus diresapi oleh setiap karyawan maskapai pelat merah ini. Dengan cara pelayanan tersebut, pelanggan bisa mengenal keunikan dan kelebihan dari maskapai ini.
3) *Tangible*. Elemen ini mengacu pada segala sesuatu yang bersifat tangible dan memengaruhi kualitas layanan kepada pelanggan. Misalnya, ruang tunggu pelanggan yang bersih dan rapi, fasilitas untuk pelanggan, penamilan fisik staf dan karyawan, ambience ruangan, dekorasi, interior, dan sebagainya. Kantor Google, misalnya, dikenal sebagai kantor dengan desain dan dekorasi yang ciamik yang membuat karyawan maupun tamu betah berada di dalamnya.
4) *Empathy*. Elemen ini mengacu pada perhatian perusahaan pada pelanggannya. Praktik empati perusahaan bisa diwujudkan dengan mendengarkan pelanggan, membantu pelanggan menemukan solusi, memahami apa yang menjadi kegelisahan dan kecemasan pelanggan, solider dengan pelanggan, tidak meninggalkan pelanggan, dan sebagainya.
5) *Responsiveness*. Elemen ini mengacu pada bentuk tindakan perusahaan dalam merespons pelanggan secara tepat waktu. Kadar responsiveness ini bisa diuji dengan pertanyaan, seperti seberapa besa keingintahuan perusahaan pada tingkat kesulitan yang dialami pelangganya, seberapa sanggup perusahaan membantu pelanggan untuk keluar dari permasalahan, seberapa tanggap perusahaan pada keluhan dan komplain pelanggan, dan sebagainya.

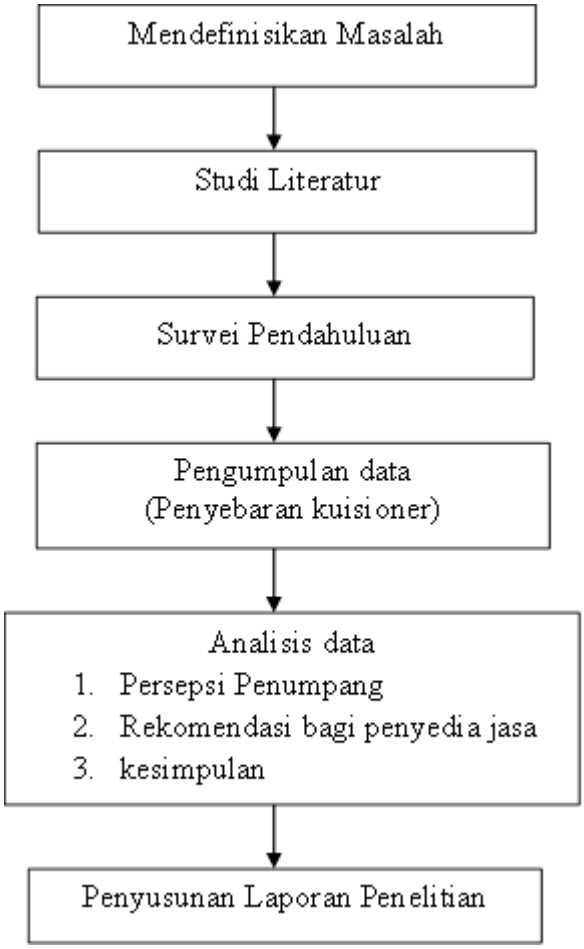
(https://marketeers.com/lima-elemen-service-quality/diakses pada 19 Februari 2020).

b. *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Customer Satisfaction Index model merupakan model yang didasarkan pada asumsi bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya persepsi kualitas persepsi nilai, harapan pelanggan, dan citra perusahaan (Turkyılmaz dan Ozkan, 2007).

BAB III
METODE PENELITIAN

A. TAHAPAN PENELITIAN



B. POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* terhadap pengguna jasa LRT Sumatera Selatan dengan memberikan beberapa pertanyaan yang tertuang dalam kuisioner.

C. METODE PENGUMPULAN DATA

data dperoleh dengan cara menyebarkan kuisioner yang terbagi menjadi dua bagian yaitu bagian pertama berisi pertanyaan tentang karakteristik responden sedangkan bagian kedua berisi 24 pertanyaan yang merepresentasikan 5 faktor layanan.

D. METODE ANALISIS DATA

Sebelum penelitian dimulia, *pretest* terhadap kuisioner dilakukan untuk dilakukan uji validitas dan realibilitas terhadap kuisioner. Sampel untuk uji validitas disebarkan kepada 32 orang responden yang juga merupakan pengguna jasa LRT Sumatera Selatan. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa alat survey yang digunakan mampu untuk mengukur dengan tepat. Menurut Sugiyono (2011) bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*. Hasil korelasi Pearson (r) digunakan untuk validitas dari masing-masing item pertanyaan. Item pertanyaan dikategorikan valid apabila nilai (r) Pearson hasil perhitungan lebih besar dari nilai kritis pada table (r) *Product Moment* sesuai dengan derajat kebebasan dan signifikansinya. Realibilitas merupakan parameter yang menunjukkan tingkat kekonsistesian pengujian berdasarkan hasil pengujian. Menurut Sugiyono (2011), instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Analisis *Service Quality* dilakukan dengan cara menghitung gap antara harapan *(importance)* dan kepuasan *(performance)*(Winarno & Absor, 2018). Terdapat tiga kriteria penilaian yang digunakan pada metode servqual yaitu nilai gap sama dengan nol artinya kualitas pelayanan sama dengan harapan, nilai gap kurang dari nol artinya kualitas pelayanan kurang memenuhi harapan sedangkan niai gap lebih dari nol dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan

melebihi harapan dari pelanggan atau konsumen. Servqual dikenal juga dengan gap analysis model (Syukri.S.H.A, 2014).

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa (Syukri. S.H.A, 2014). Dengan analisis CSI, kita dapat mengetahui indeks kepuasan pelanggan dengan mempertimbangkan kepentingan masing-masing variabel. Hal ini dapat membantu pihak pengelola LRT Sumatera Selatan melakukan langkah-langkah startegis untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Menurut (Aritonang, 2005), Customer Satisfaction Index dapat dianalisis dengan langkah-langkah :

1. Menentukan Mean Importance Score (MIS) tiap-tiap variabel,
2. Membuat Weight Factors (WF) per variabel.
3. Menentukan Mean Satisfaction Score (MSS) tiap atribut,
4. MembuatWeight Score (WSk) tiap variabel,
5. Menentukan Customer Satisfaction Index(CSI)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL

Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan *margin error* 5 persen dengan jumlah 32 sampel, maka nilai (r) *product moment* yang (r table) yang digunakan 0,349. Hasil uji validitas untuk 32 sampel menunjukkan bahwa seluruh nilai r hitung melebihi 0.349. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan pada kuisioner valid. Hasil uji realibilitas menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* bernilai 0.919 melebihi nilai 0.6, hal ini menunjukkan bahwa kuisioner realibel.

Tabel 5. Hasil uji Validitas dan Realibilitas

Faktor	Atribut	r hitung		Croncbach's Alpha	r tabel
		Importance	Performance		
Tangibles	TANG 1	0.394	0.703	0.919	0.349
	TANG 2	0.404	0.489		
	TANG 3	0.467	0.608		
	TANG 4	0.669	0.635		
	TANG 5	0.600	0.633		
	TANG 6	0.601	0.534		
	TANG 7	0.501	0.512		
	TANG 8	0.453	0.646		
	TANG 9	0.380	0.514		
Realibility	REAL 1	0.461	0.436		
	REAL 2	0.631	0.657		
	REAL 3	0.518	0.674		
	REAL 4	0.570	0.735		

Responsiveness	RESP 1	0.614	0.503		
	RESP 2	0.527	0.696		
Assurance	ASS 1	0.643	0.696		
	ASS 2	0.741	0.641		
	ASS 3	0.706	0.488		
	ASS 4	0.599	0.603		
	ASS 5	0.685	0.721		
	ASS 6	0.704	0.498		
	ASS 7	0.704	0.56		
Empathy	EMP 1	0.725	0.682		
	EMP2	0.696	0.703		

Kepuasan pelanggan merupakan suatu bentuk penilaian terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Pada penelitian ini, tingkat kepuasan pelanggan diukur menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan gap analysis.

Nilai *Customer Satisfaction Index (CSI)* yang diperoleh sebesar 85.6%. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pengelola LRT Sumatera Selatan selama pandemic corona telah menimbulkan nilai yang sangat memuaskan bagi pengguna jasa LRT Sumatera Selatan. Namun capaian tersebut perlu ditingkatkan dalam beberapa hal agar tingkat kepuasan pelanggan semakin meningkat.

Langkah perbaikan kualitas pelayanan yang dapat dilakukan oleh pengelola LRT Sumatera Selatan melalui penentuan prioritas perbaikan dengan memperhatikan gap antara harapan dan kepuasan pelanggan. Perbaikan layanan dapat dilakukan secara bertahap dengan dimulai dari gap yang terbesar. Prioritas perbaikan layanan tersebut tercantum dalam tabel 6.

Tabel 6. Peringkat Kepuasan Pelanggan LRT Sumatera Selatan

NO	DIMENSI	KODE ATRIBUT	SKOR		GAP
			KEPUASAN	KEPENTINGAN	
1	Halte/Stasiun terintegrasi dengan moda transportasi umum lain	TANG 7	1490	1617	-127
2	Tersedia fasilitas park and ride penumpang LRT	TANG 8	1498	1608	-110
3	Toilet di ruang tunggu bersih	TANG 4	1521	1609	-88
4	Fasilitas pendukung disabilitas memadai	TANG 1	1519	1605	-86
5	Kondisi ruang tunggu / halte nyaman	TANG 3	1525	1611	-86
6	Fasilitas di ruang tunggu / halte memadai	TANG 2	1528	1607	-79
7	Papan informasi memudahkan saya memperoleh informasi	TANG 5	1533	1611	-78
8	Petugas LRT selalu bersikap sopan dan ramah	ASS 1	1551	1620	-69
9	Tersedia fasilitas cuci tangan dengan sabun atau hand sanitizer untuk penumpang	TANG 9	1538	1606	-68
10	Saya merasa aman dan nyaman naik LRT	ASS 2	1552	1615	-63
11	LRT datang dan berangkat tepat waktu	ASS 4	1544	1604	-60
12	Petugas LRT selalu menggunakan masker selama bertugas.	ASS 5	1551	1611	-60
13	Petugas LRT selalu membantu saya saat dibutuhkan	RESP 1	1544	1603	-59
14	Petugas memberikan tanggapan atas keluhan dan saran dari pengguna LRT	EMP 2	1539	1598	-59

15	Petugas Loket melayani dengan cepat dan sesuai antrian	RESP 2	1555	1612	-57
16	Petugas LRT mengatur physical distancing calon penumpang LRT	ASS 7	1549	1606	-57
17	Suara informasi di ***ruang tunggu*** terdengar jelas dan mudah dimengerti	TANG 6	1552	1608	-56
18	Petugas LRT mengatur mengarahkan penumpang saat keluar masuk kereta	REAL 4	1562	1617	-55
19	Saya merasa mudah untuk membeli tiket LRT	ASS 3	1552	1607	-55
20	Harga tiket wajar dan murah	REAL 1	1549	1600	-51
21	Petugas LRT memberikan informasi yang jelas dan akurat	REAL 2	1553	1602	-49
22	Petugas loket melayani antrian dengan cepat dan susuai dengan nomor antrian	REAL 3	1559	1608	-49
23	Petugas LRT melakukan deteksi suhu tubuh calon penumpang di setiap titik pintu masuk.	ASS 6	1561	1610	-49
24	Pengelola LRT memberikan kemudahan dalam menyampaikan keluhan dan saran	EMP 1	1549	1590	-41

Tabel 6 menunjukkan gap yang berupa selisih antara rata-rata kepuasan dengan rata-rata harapan konsumen dari masing-masing atribut. Nilai gap negative menunjukkan bahwa nilai harapan konsumen lebih tinggi daripada nilai kepuasan konsumen yang berarti bahwa kinerja atribut-atribu tersebut belum mampu memberikan harapan konsumen.

B. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil gap analysis diatas, bahwa terdapat gap pada semua atribut. Hal ini dapat diartikan bahwa masih terdapat beberapa atribut yang perlu ditingkatkan kualitasnya oleh pengelola LRT Sumatera. Terdapat 6 aribut *tangible* yang perlu diperhatikan lebih serius terutama tentang fasilitas integrasi antar moda serta area *park and ride* di area halte LRT. Sehubungan dengan fenomena pandemic corona, maka penyediaan fasilitas cuci tangan atau *hand sanitizer* perlu perhatikan lebih serius meskipun berdasarkan analisis atribut tersebut berada pada prioritas ke 9. Hal ini mengingat pandemic corona masih terus berlanjut. Akbar, J (2020) mengatakan bahwa penyebaran virus corona di Indonesia telah mencapai angka 100.033 kasus Diprediksi bahwa pandemic corona ini akan berakhir pada tahun 2022 (Purnomo. H, 2020).

Metode CSI dapat digunakan oleh pengelola LRT Sumatera Selatan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Namun gap analysis dapat digunakan untuk mengetahui secara detail atribut yang menjadi prioritas perbaikan. Perbaikan layanan tersebut dapat dilakukan dengan harapan bahwa pengguna jasa LRT Sumatera Selatan akan merasa lebih puas dan nyaman selama menggunakan LRT Sumatera Selatan. Peningkatan kualitas layanan LRT Sumatera Selatan perlu selaras dengan program pemerintah dalam pengendalian transportasi selama pandemic corona. Dengan meciptakan kepuasan bagi pelanggan LRT diharapkan jumlah pengguna LRT Sumatera Selatan akan setia dan meningkat.

BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan perhitungan skor kepuasan pelanggan menggunakan *Customer Satisfaction Index*, diperoleh bahwa secara *overall* pelanggan LRT Sumatera Selatan merasa sangat puas ditunjukkan oleh nilai CSI sebesar 85.6%. Namun apabila dilihat dari semua variable, masih terdapat gap antara keinginan pelanggan dengan kienerja yang telah diberikan oleh LRT Sumatera Selatan. Nilai gap tertinggi terletak pada Variabel integrasi antara Halte LRT dengan moda lainnya (-127). Di masa pandemic corona ini, meskipun variabel fasilitas cuci tangan dengan sabun atau hand sanitizer untuk penumpang tidak memiliki gap yang tertinggi, namun hal ini harus menjadi catatan khusus bagi pengelola LRT Sumatera Selatan, karena keberadaan variabel ini sangat penting untuk mencegah penyebaran virus corona.

B. SARAN

a. Pengelola LRT dapat melakukan perbaikan kualitas layanan bagi pelanggan LRT dengan menggunakan skala prioritas. Tingkat prioritas tersebut dapat dilihat dari nilai gap namun untuk varibel yang terkait dengan pandemic corona dapat dianggap sebagai hal yang sangat penting untuk segera dilakukan perbaikan.

b. Di masa pandemi Covid-19 saat ini, meskipun variabel fasilitas cuci tangan dengan sabun atau hand sanitizer untuk penumpang tidak memiliki gap yang tertinggi, namun hal ini harus menjadi catatan khusus bagi pengelola LRT Sumatera Selatan, karena keberadaan variabel ini sangat penting untuk mencegah penyebaran Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

A, P., Berry, L. L., & Zeithami, V. A. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL instrument. *Journal of Retailing (J RETAILING)*.

Akbar, J. (2020). *Perjalanan Pandemi Covid-19 di Indonesia, Lebih dari 100.000 Kasus dalam 5 Bulan*. Retrieved September 9, 2020, from https://www.kompas.com/tren/read/2020/07/28/060100865/perjalanan-pandemi-covid-19-di-indonesia-lebih-dari-100.000-kasus-dalam-5?page=all

Anisah, S., S, B. U., & Kustiani, I. (2020). *Analisis Persepsi Pengguna Layanan Transportasi LRT Kota Palembang.* Lampung: Universitas Lampung.

Aritonang, R. (2005). *Kepuasan Pelanggan.* Jakarta: Gramedia.

Astuti , H. J. (2007). Analisis Kepuasan Konsumen (Servqual Model dan Important Performance Analysis Model). *Media Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto*.

CNN Indonesia. (2020, April 25). *Kasus Kematian Akibat Corona di Eropa Tembus 120 Ribu Orang*. Retrieved September 16, 2020, from https://www.cnnindonesia.com/internasional/20200425193043-134-497287/kasus-kematian-akibat-corona-di-eropa-tembus-120-ribu-orang

Fitriana, D., Florencia Y. K. O, H, J. U., & Tanto, D. S. (2014). Pengukuran Kepuasan Kontraktor Terhadap Kinerja Klien Pada Proyek Konstruksi Swasta. *JURNAL KARYA TEKNIK SIPIL, Vol 3(1)*, 287.

Gunawan, A. A. (2016). Pengaruh Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Gesit Nusa Tangguh. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis. VOL.16 (1)*.

Gustami, N. K. (2020). *Menurunnya Moda Transportasi Pada Masa Pandemi Covid-19*. Retrieved August 29, 2020, from https://www.suara.com/yoursay/2020/06/08/120151/menurunnya-moda-transportasi-pada-masa-pandemi-covid-19?page=all

Kotler, P. (2000). *Marketing Management. Edisi Milenium.* New Jersey: Prentice Hall Intl, Inc.

Lupiyoadi, R., & A, H. (2006). *Manajemen pemasaran jasa.* Jakarta: Salemba Empat.

M.N, N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu.* Jakarta: Ghalia Indonesia.

Mayasari , S. (2020, March 25). *Dampak Covid-19, okupansi kereta api turun hingga 40%*. Retrieved September 16, 2020, from https://industri.kontan.co.id/news/dampak-covid-19-okupansi-kereta-api-turun-hingga-40

Noprizal, A. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi LRT Palembang, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.* Palembang: Universitas Muhammadiyah Palembang.

Oktariansyah, Damayanti, R., Usman, B., & Putra, A. E. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Angkutan Umum (Transmusi) Melalui Kinerja Terhadap Kepuasan Masyarakat di Kota Palembang. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS SRIWIJAYA*.

Purnomo, H. (2020). *Iya Semua Lelah, Ini Prediksi Kapan Pandemi Corona Berakhir*. Retrieved September 9, 2020, from https://www.cnbcindonesia.com/news/20200908124242-4-185178/iya-semua-lelah-ini-prediksi-kapan-pandemi-corona-berakhir

Rahman, A., & Supomo, H. (2012). Analisa Kepuasan Pelanggan pada Pekerjaan Reparasi Kapal dengan Metode Quality Function Deployment (QFD). *JURNAL TEKNIK ITS Vol.1 (1)*.

Siregar, R. A. (2020). *2 Tahun Beroperasi, LRT Palembang Angkut 5,1 Juta Penumpang*. Retrieved August 30, 2020, from https://news.detik.com/berita/d-5105183/2-tahun-beroperasi-lrt-palembang-angkut-51-juta-penumpang_ga=2.164732095.1099820389.1598757901-140369886.1589760907

Sugiyono. (2011). *Statistika untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta.

Syukri, S. (2014). Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Analisis gap pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri (13(2))*.

The World Bank. (2020). *COVID-19 Makes Handwashing Facilities and Promotion More Critical Than Ever*. Retrieved September 16, 2020, from https://www.worldbank.org/en/news/feature/2020/04/30/covid-19-makes-handwashing-facilities-and-promotion-more-critical-than-ever

Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik.* Yogyakarta: Andi Offset.

Valerisha, A., & Putra, M. A. (2020). Pandemi Global Covid-19 dan Problematika Negara-Bangsa: Transparansi Data Sebagai Vaksin Socio-Digital? *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*.

Winarno, H., & Tb, A. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (ServQual) dan Importance Performance Analysis (IPA) pada PT. Media Purna Engineering. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, 146.

Yazid. (2003). *Pemasaran Jasa : Konsep dan Implementasi.* Yogyakarta: Ekonisia.

DOKUMENTASI KEGIATAN SURVEI

No	DIMENSI	TINGKAT KEPUASAN					TINGKAT KEPENTINGAN				
		STS	TS	R	S	SS	STP	TP	R	P	
A	TANGIBLES										
1	Fasilitas pendukung disabilitas memadai				✓					✓	
2	Fasilitas di ruang tunggu / halte memadai				✓						✓
3	Kondisi ruang tunggu / halte nyaman				✓					✓	
4	Toilet di ruang tunggu bersih				✓						✓
5	Papan informasi memudahkan saya memperoleh informasi				✓					✓	
6	Suara informasi di ***ruang tunggu*** terdengar jelas dan mudah dimengerti				✓						✓
7	Halte/Stasiun terintegrasi dengan moda transportasi umum lain				✓						✓
8	Tersedia fasilitas Park and ride penumpang LRT				✓						✓
9	Tersedia fasilitas cuci tangan dengan sabun atau hand sanitizer untuk penumpang				✓						✓
B	REALIBILITY										
1	Harga tiket wajar dan murah				✓						✓
2	Petugas LRT memberikan informasi yang jelas dan akurat				✓					✓	
3	Petugas loket melayani antrian dengan cepat dan susuai dengan nomor antrian				✓						✓
4	Petugas LRT mengatur mengarahkan penumpang saat keluar masuk kereta				✓						✓
C	RESPONSIVENESS										
1	Petugas LRT selalu membantu saya saat dibutuhkan				✓						✓
2	Petugas Loket melayani dengan cepat dan sesuai antrian				✓						✓
D	ASSURANCE										
1	Petugas LRT selalu bersikap sopan dan ramah				✓						✓
2	Saya merasa aman dan nyaman naik LRT				✓						✓
3	Saya merasa mudah untuk membeli tiket LRT				✓						✓
4	LRT datang dan berangkat tepat waktu				✓						✓
5	Petugas LRT selalu menggunakan masker selama bertugas.				✓						✓
6	Petugas LRT melakukan deteksi suhu tubuh calon penumpang di setiap titik pintu masuk.				✓						✓
7	Petugas LRT mengatur physical distancing calon penumpang LRT				✓						✓
E	EMPATHY										
1	Pengelola LRT memberikan kemudahan dalam menyampaikan keluhan dan saran				✓						✓
2	Petugas memberikan tanggapan atas keluhan dan saran dari pengguna LRT				✓						✓

Scanned by TapScanner