

KUALITAS PELAYANAN PENJUAL TIKET BUS

**Anisa Rima Fadhilah, Yudhi Mulia Sejati, Risqa Fuji Lestari, Mawas Dwi Cahyadi,
M. Hafiz Chiesa A.**

Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta
anisa.rima2015@student.uny.ac.id

Abstraksi. Konsep kualitas pelayanan merupakan konsep penting yang menjadi ukuran keberhasilan organisasi penyedia layanan publik maupun bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kualitas pelayanan penjual tiket bus terhadap calon pembeli dilihat dari dimensi kualitas pelayanan, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Penelitian kualitatif dengan jenis studi kasus ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi partisipan dan teknik pencatatan data dengan checklist. Subyek penelitian adalah agen penjual tiket bus berusia 35 tahun dan berjenis kelamin laki-laki di Terminal Jombor, Yogyakarta. Observasi dilakukan 2 hari. Validitas instrumen berupa panduan observasi menggunakan penilaian ahli dan keabsahan data menggunakan metode inter-rater. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan penjual tiket bus tergolong cukup. Pada dimensi keberwujudan dan kepekaan tergolong cukup, sementara dimensi reliabilitas dan dimensi jaminan tergolong baik. Dimensi empati muncul dalam presentase terendah, sehingga dimensi empati yang dimiliki oleh penjual tiket bus ini masih perlu ditingkatkan.

Kata Kunci: kualitas layanan, penjual tiket bus, terminal

PENDAHULUAN

Dalam suatu organisasi, baik organisasi yang menyediakan pelayanan publik maupun pada organisasi bisnis, konsep kualitas pelayanan merupakan konsep penting yang menjadi ukuran keberhasilan organisasi. Ditinjau dari pengertiannya, kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara kenyataan atas pelayanan yang diterima dengan harapan atas pelayanan yang ingin diterima (Afrial, 2009:88).

Sementara itu menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Samosir, 2005:28), kualitas pelayanan adalah perbandingan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterimanya. Berdasarkan pengertian dari berbagai ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan, individu akan membandingkan pengalaman yang pernah dirasakan dengan apa yang diharapkan atas pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan menjadi faktor penentu

yang berkontribusi besar dalam menentukan kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Aryani dan Febrina Rosinta (2010) berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan" menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variabel kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FISIP UI, di mana variabel kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 72,9%, sedangkan sisanya sebesar 27,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel kualitas layanan.

Penelitian lain yang turut membahas mengenai kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Putri Rahmayanti Tambunan dan Bethani Suryawardani (2015) berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. JNE Perwakilan Kawalayaan Tahun 2014". Penelitian tersebut

mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh JNE memiliki pengaruh secara simultan sebesar 56,40% terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Diah Aditiyastuti(2015) berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sari Rahayu Di Banjarnegara”, ditemukan nilai koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa 62% dari variasi kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sedangkan 38% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hal ini berarti, kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen.

Di sisi lain, indikator- indikator dalam kualitas pelayanandapat mempengaruhi penjualan suatu organisasi bisnis. Berdasarkan penelitian berjudul “Kualitas Pelayanan Penjualan Tiket pada PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel” yang dilakukan oleh Fauziah (2013) menunjukkan bahwa indikator kualitas pelayanan yang terdiri dari indikator *tangibles*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* dapat mempengaruhi penjualan atau reservasi tiket transportasi udara di PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada agen penjual tiket di Terminal Jombor, karena Terminal Jombor sendiri belum memenuhi Standar Pelayanan Penyelenggaraan Terminal Penumpang Angkutan Jalan yang tercantum dalam Peraturan Menteri Perhubungan No 40 Tahun 2015. Berdasarkan Standar Pelayanan Penyelenggaraan Terminal Penumpang Angkutan Jalan dalam Peraturan Menteri Perhubungan No 40 Tahun 2015, terdapat 6 (enam) jenis pelayanan, yaitu pelayanan keselamatan, keamanan, kehandalan/ keteraturan, kenyamanan, kemudahan/ keterjangkauan dan kesetaraan.

Berdasarkan penelitian tesis yang dilakukan oleh Florentina Bupu (2015) berjudul “Evaluasi Kinerja Terminal Jombor Kabupaten Sleman” menunjukkan bahwa pelayanan terminal Jombor yang tersedia saat ini tidak

memenuhi enam jenis pelayanan tersebut, meskipun terdapat beberapa indikator yang telah memenuhi standar.

- a. Pada pelayanan keselamatan
Terdapat 8 (delapan) indikator pelayanan yang belum memenuhi standar yaitu: a) tidak tersedia jalur evakuasi, b) tidak tersedia alat pemadam kebakaran, c) tidak tersedia pos, fasilitas dan petugas kesehatan, d) tidak tersedia pos, fasilitas dan petugas pemeriksa kelaikan kendaraan umum, e) tidak tersedia fasilitas perbaikan ringan kendaraan umum, f) tidak tersedia informasi fasilitas keselamatan, petunjuk jalur evakuasi dan titik kumpul yang mudah terlihat dengan jelas, g) tidak tersedia informasi fasilitas kesehatan yang mudah terlihat dengan jelas, h) tidak tersedia informasi fasilitas pemeriksaan dan perbaikan ringan kendaraan bermotor yang mudah terlihat dengan jelas.
- b. Pada pelayanan keamanan
Semua indikator pelayanan belum memenuhi standar yaitu: a) tidak tersedia pos keamanan, b) tidak tersedia media pengaduan gangguan keamanan berupa stiker berisi nomor telepon dan/ atau SMS pengaduan ditempel pada tempat yang strategis dan mudah dilihat, c) tidak terdapat petugas keamanan berseragam dan mudah terlihat.
- c. Pada pelayanan kehandalan/ keteraturan
Terdapat 2 (dua) indikator yang belum memenuhi standar pelayanan yaitu; a) tidak tersedianya jadwal kedatangan dan keberangkatan kendaraan serta besaran tarif kendaraan bermotor umum beserta realisasi jadwal secara tertulis, b) tidak tersedianya jadwal kendaraan umum dalam trayek lanjutan dan kendaraan umum tidak dalam trayek lanjutan beserta realisasi jadwal secara tertulis.
- d. Pada pelayanan kenyamanan
Terdapat 2 (dua) indikator pelayanan yang belum memenuhi standar yaitu; a) tidak tersedia toilet penyandang disabilitas,

- b) tidak tersedia tempat istirahat awak kendaraan.
- e. Pada pelayanan kemudahan/keterjangkauan
Terdapat 4 (empat) indikator pelayanan yang belum memenuhi standar yaitu;
a) tidak tersedia informasi pelayanan berupa jadwal dan tarif, b) tidak tersedia informasi angkutan lanjutan, c) tidak tersedia informasi gangguan perjalanan mobil bus, d) tidak tersedia tempat penitipan barang.
- f. Pada pelayanan kesetaraan
Semua indikator pelayanan tidak memenuhi standar yaitu; a) tidak terdapat fasilitas untuk penyandang cacat (difabel), b) tidak terdapat ruang ibu menyusui.

Selain tidak memenuhi standar Pelayanan Penyelenggaraan Terminal Penumpang Angkutan Jalan yang tercantum dalam Peraturan Menteri Perhubungan No 40 Tahun 2015, pertimbangan lainnya, yaitu terdapat beberapa fasilitas yang tidak tersedia di terminal Jombor serta terdapat pula beberapa fasilitas yang tersedia, namun fasilitas tersebut sebenarnya tidak tercantum dalam studi standarisasi.

- a. Fasilitas yang luasannya telah memenuhi standar yaitu ruang parkir dan sirkulasi kendaraan, bengkel, ruang istirahat, gudang, kamar mandi, mushola, peron, retribusi, dan ruang informasi.
- b. Fasilitas yang luasannya tidak memenuhi standar, yaitu ruang service, ruang tunggu, sirkulasi manusia, kios/agen, ruang administrasi, ruang kantor, ruang pengawas.
- c. Fasilitas yang belum tersedia, yaitu pompa bensin, pelataran parkir cadangan, ruang administrasi, loket, ruang pertolongan pertama.
- d. Fasilitas yang tersedia di terminal Jombor namun fasilitas tersebut tidak tercantum dalam studi standarisasi yaitu; ruang parkir kendaraan pribadi, ruang ibu menyusui, kantin, pos parkir dan taman.

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan di atas, penelitian perlu dilakukan untuk mendapatkan gambaran kualitas pelayanan agen penjual tiket bus X terhadap calon pembeli di Terminal Jombor. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh penjual agen tiket bus X tersebut, perlu dilakukan tinjauan terhadap dimensi-dimensi kualitas pelayanan.

Berdasarkan latar belakang diadakannya penelitian ini, terdapat beberapa rumusan masalah, antara lain:(1) Bagaimana penjual agen tiket bus X dalam memberikan pelayanan terhadap calon pembeli tiket?, (2) Apakah penjual agen tiket bus X telah memiliki kualitas pelayanan yang tergolong baik?, (3) Dimensi kualitas pelayanan apa yang perlu ditingkatkan oleh penjual agen tiket bus X?. Tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mendeskripsikan kualitas pelayanan penjual agen tiket bus X di terminal Jombor.

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi organisasi, di mana penelitian ini dapat mendeskripsikan dimensi-dimensi pelayanan yang masih kurang, sehingga dapat menjadi evaluasi bagi organisasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki.

Dalam mendeskripsikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh agen penjual tiket bus X, peneliti menggunakan teori yang dikemukakan oleh Parasuraman, et.al. Menurut Parasuraman et al terdapat lima dimensi kualitas pelayanan (dalam Tjiptono dan Chandra, 2005:133-135), antara lain:

- a. Bukti Langsung (*Tangibles*) merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- b. Keandalan (*Reliability*) merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. Ketanggapan (*Responsiveness*) merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada

- pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. Jaminan (*Assurance*) merupakan pengetahuan kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan
 - e. Empati (*Emphaty*) merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh agen penjual tiket bus X, perlu dilakukan tinjauan atas dimensi- dimensi kualitas pelayanan tersebut melalui indikator- indikator dalam setiap dimensi kualitas pelayanan.

- a. *Tangible*
Yang dimaksud dengan *tangible* adalah keadaan fisik agen tiket bus yang meliputi: (1) Kondisi bangunan agen tiket yang kokoh, (2) Kondisi ruang pelayanan yang nyaman, bersih, dan rapi, (3) Fasilitas yang memadai di ruang pelayanan, misalnya berupa kursi atau kipas angin, peralatan dan perlengkapan untuk kebutuhan pelayanan, dan (4) Pengaturan ruang yang memungkinkan konsumen tidak crash dalam pelayanan.
- b. *Reliability*
Yang dimaksud dengan *reliability* adalah: (1) penjual tiket mampu melayani dengan tepat waktu, (2) penjual tiket mampu melayani dengan cepat, (3) penjual tiket mampu memberikan pelayanan yang mudah, (4) penjual tiket mampu memberikan pelayanan yang tidak berbelit, (5) penjual tiket menunjukkan sikap yang positif terhadap kebutuhan konsumen, dan (6) ketepatan jadwal pelayanan.
- c. *Responsiveness*
Yang dimaksud dengan *responsiveness* adalah: (1) Penjual tiket cepat dan

- tanggap menghadapi keluhan konsumen, (2) Penjual tiket segera bertindak untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi konsumen terkait pemesanan tiket, (3) Penjual tiket mampu memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti tentang pemesanan tiket.

- d. *Assurance*
Yang dimaksud dengan *assurance* adalah: (1) Penjual tiket mampu memberikan pelayanan yang tuntas, mampu menyelesaikan permintaan konsumen terkait pemesanan tiket, (2) Penjual tiket melayani konsumen tanpa mencelakai konsumen secara fisik (misalnya: memukul) maupun emosi (mengeluarkan kata- kata kasar dan menggertak), serta (3) Penjual tiket menyimpan dan menjaga data- data tentang pemesanan beserta data pribadi konsumen.
- e. *Emphaty*
Yang dimaksud dengan *emphaty* adalah: (1) Penjual tiket mendengarkan keluhan konsumen, (2) Penjual tiket memberikan perhatian dengan menatap konsumen saat berbicara, tidak mengacuhkan konsumen saat pelayanan berlangsung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Studi Kasus merupakan serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam tentang suatu program, peristiwa, dan aktivitas, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga, atau organisasi untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut (Rahardjo, 2017). Penelitian studi kasus tidak dimaksudkan untuk mengambil kesimpulan secara umum atau memperoleh generalisasi, karena itu tidak memerlukan populasi dan sampel (Rahardjo, 2017). Meskipun cakupan atau wilayah kajiannya sempit, secara substantif penelitian studi kasus sangat mendalam dan diharapkan dari pemahaman yang mendalam itu dapat diperoleh sebuah konsep atau teori tertentu

untuk pengembangan ilmu pengetahuan (Rahardjo, 2017).

Subyek penelitian adalah agen penjual tiket bus berusia 35 tahun dan berjenis kelamin laki-laki. Observer melakukan pengamatan terhadap 1 (satu) penjual agen tiket bus saja, yaitu penjual agen tiket bus X. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi. Jenis observasi yang digunakan adalah observasi partisipan, di mana dalam pengamatan observer terjun langsung ke lapangan menjadi calon pembeli tiket. Observer menjadi calon pembeli tiket untuk mengetahui secara langsung dan jelas bagaimana pelayanan agen penjual tiket bus X terhadap calon pembeli.

Observasi dilakukan di terminal Jombor yang berada di Jalan Magelang, Sinduadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta. Observasi dilakukan 2 hari. Observasi pertama dilakukan pada hari Sabtu, tanggal 5 November 2016, mulai pukul 08.30 hingga pukul 10.00 WIB. Observasi dilakukan selama 1,5 jam. Observasi kedua dilakukan pada hari Rabu, 9 November 2016, dengan jam dan durasi yang sama.

Observer berjumlah 5 orang yang masing-masing memiliki peran tersendiri. Tiga observer menjadi calon pembeli tiket, satu orang merekam menggunakan video recorder, dan satu orang menjadi partisipan sebagai pengamat. Pada hari kedua, observer bertukar peran untuk mengetahui perilaku penjual dalam melayani calon pembeli konstan atau tidak.

Teknik pencatatan data yang digunakan, yaitu teknik checklist. Teknik checklist adalah teknik pencatatan yang menyatakan keberadaan atau ketidakberadaan sesuatu (Kusdiyati dan Fahmi, 2015). Teknik pencatatan checklist dapat digunakan untuk mencatat ada tidaknya suatu tingkah laku berdasarkan kriteria yang akan dinilai (Kusdiyati dan Fahmi, 2015). Keuntungan dari checklist adalah efisien dalam waktu dan pengerjaannya. Atas dasar inilah, observer memilih teknik pencatatan checklist.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kemunculan Dimensi - Dimensi Pelayanan:

Tabel. 1
Kualitas Pelayanan

No	Dimensi	Hari Pertama	Hari Kedua
1.	Tangibles	15%	15%
2.	Reliability	17,5%	15%
3.	Responsiveness	12,5%	12,5%
4.	Assurance	20%	15%
5.	Emphaty	10%	10%
	Total Presentase	75% (Cukup)	67,5% (Cukup)

Kesimpulan Kualitas Pelayanan Keseluruhan:

Kategori:

0-25% muncul: Buruk

26%-50% muncul: Kurang

51%-75% muncul: Cukup

76%-100% muncul: Baik

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada hari pertama dan kedua, penjual tiket bus X secara keseluruhan memiliki kualitas pelayanan yang tergolong cukup. Namun yang perlu menjadi catatan, penjual tiket bus X menunjukkan perilaku yang tidak konsisten dalam memberikan pelayanan pada konsumen pada dimensi *assurance* (jaminan). Terdapat perbedaan presentase kemunculannya yang cukup signifikan pada dimensi *assurance* pada hari pertama dan kedua. Pada hari pertama didapati kemunculan dimensi *assurance* sebesar 20%. Penjual tiket menunjukkan perilaku tersenyum saat melayani konsumen dan mencatat pesanan konsumen.

Pada hari kedua didapati presentase kemunculan dimensi *assurance* sebesar 15%, turun sebesar 5% dibanding hari pertama. Penurunan ini dapat disebabkan karena pada hari kedua, penjual tiket mengetahui dirinya sedang diamati. Penjual tiket menunjukkan perilaku tidak tersenyum sama sekali saat

melayani konsumen, dan tidak mencatat pesanan konsumen.

Sementara itu, dimensi reliability pada hari pertama dan kedua muncul dalam presentase berbeda, tetapi perbedaannya tidak begitu signifikan, yaitu sebesar 2,5%. Perbedaan presentase kemunculan dimensi reliability disebabkan karena pada hari kedua penjual tiket mengetahui dirinya sedang diamati. Sedangkan presentase kemunculan dimensi pelayanan lain, yaitu tangibles (berwujud), dan responsiveness, dan empathy stabil karena muncul dalam presentase yang sama. Dimensi tangibles (berwujud) muncul sebesar 15%, responsiveness muncul sebesar 12,5%, dan empathy muncul sebesar 10%. Dimensi yang paling sedikit presentase kemunculannya, yaitu dimensi empati.

Pada dimensi keberwujudan bangunan agen tiket tidak memiliki retakan di dinding, berdiri kokoh, dan dilengkapi dengan ruang tunggu. Agen tiket dilengkapi dengan ruang tunggu dan kursi yang nyaman digunakan, dua kursi panjang memiliki sandaran, sedangkan 3 kursi utama di depan meja pelayanan tidak memiliki sandaran.

Dari segi kebersihan, ruangan agen tiket memiliki beberapa coretan di dinding, terdapat 2 kandang burung yang digantungkan di depan ruangan agen tiket, serta ada 2 ayam yang berkeliaran di depan agen tiket dan 1 ayam sempat masuk ke ruang pelayanan. Ruangan agen tiket tertata rapi dengan barang-barang diletakkan sesuai posisi. Di samping itu, jenis, macam, dan jumlah alat-alat tulis maupun peralatan lain yang digunakan untuk keperluan pelayanan tergolong cukup, seperti adanya kuitansi untuk bukti pembayaran, ballpoint untuk menulis, dan buku besar untuk mencatat pesanan tiket. Sementara itu, pengaturan ruangan belum mampu memudahkan konsumen satu dan lain dengan kebutuhan berbeda tidak saling berbenturan.

Pada dimensi reliabilitas, penjual tiket X mampu melayani konsumen dengan tepat waktu, yaitu ketika calon pembeli datang, penjual agen tiket akan langsung melayani

sesuai jam operasional kerja. Penjual agen tiket mampu melayani konsumen dengan cepat, dibuktikan dengan alokasi waktu untuk melayani konsumen dalam pemesanan tiket dapat dilakukan dalam waktu 7 menit.

Penjual agen tiket mampu memberikan pelayanan yang mudah yang dibuktikan dengan menawarkan opsi-opsi kemudahan pada konsumen, seperti menawarkan bus lain yang jadwal keberangkatannya sesuai dengan yang diinginkan konsumen, menawarkan konsumen untuk mengambil tiket satu hari sebelum keberangkatan, serta menawarkan opsi bus yang ber-AC dan non-AC beserta tarifnya.

Penjual agen tiket mampu dalam memberikan pelayanan yang tidak berbelit, seperti langsung menanyakan kebutuhan-kebutuhan konsumen dan berusaha memenuhinya, seperti akan bepergian ke mana, akan berangkat hari apa, kemudian menawarkan bus yang ada di hari tersebut beserta jadwal keberangkatannya. Sementara itu, sikap penjual agen tiket pada saat melayani konsumen, penjual tiket tidak mendekati ke arah konsumen saat konsumen bertanya mengenai pemesanan tiket, penjual tiket melayani dengan ramah, melayani dengan sikap yang sopan. Terkait dengan ketepatan jadwal pelayanan, penjual agen tiket mulai melayani konsumen sesuai dengan jadwal pelayanan, yaitu jam 08.30 WIB.

Berkaitan dengan kepekaan, penjual tiket bus X menunjukkan perilaku langsung menuju meja pelayanan ketika konsumen datang, langsung menanyakan apa kebutuhan konsumen, melayani keluhan konsumen terkait jadwal keberangkatan yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen, dan menjelaskan pemesanan tiket dengan bahasa yang sederhana, sehingga mudah dipahami oleh konsumen.

Pada dimensi jaminan, penjual tiket bus X mampu melayani kebutuhan konsumen dan menyelesaikan kebutuhan konsumen terkait pemesanan tiket serta memberikan pelayanan secara tuntas. Penjual agen tiket juga menyimpan data pribadi konsumen di

buku besar yang berada di meja pelayanan dan menutupnya rapat ketika konsumen lain datang. Namun, pada hari kedua, penjual tiket tidak menunjukkan *attending* yang baik (tidak tersenyum saat melayani konsumen), sehingga konsumen merasa kurang nyaman selama pelayanan berlangsung.

Berkaitan dengan empati, penjual agen tiket bus X mempersilahkan konsumen untuk duduk, penjual tiket tidak mendekat ke arah konsumen saat mendengarkan keluhan konsumen, penjual tiket mendengarkan keluhan konsumen, tetapi tidak menatap konsumen (matanya mengarah ke meja), penjual tiket menanggapi keluhan konsumen sambil tersenyum pada hari pertama pengamatan, tetapi pada hari kedua, penjual tiket tidak tersenyum saat menanggapi keluhan konsumen.

Penjual tiket menenangkan konsumen bahwa keluhan tentang bus yang datang terlambat tidak akan terjadi, penjual tiket menatap wajah konsumen saat berkomunikasi, penjual tiket tidak menanyakan ada kebutuhan lain yang perlu diurus, dan penjual tiket mengesampingkan konsumen atas kepentingan konsumen lain saat pelayanan masih berlangsung pada hari pertama.

Pada hari kedua, aspek mengesampingkan konsumen atas kepentingan konsumen lain tidak muncul, karena saat itu kondisinya tidak ada konsumen lain (hanya satu konsumen yang datang ke agen tiket tersebut selama pengamatan berlangsung). Yang perlu menjadi catatan pada hari pertama adalah penjual tiket tidak memberikan perhatian penuh pada konsumen saat pelayanan, karena sering melihat handphonenya (sering mengecek handphonenya).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada hari pertama dan kedua, penjual tiket bus X secara keseluruhan memiliki kualitas pelayanan yang tergolong cukup. Namun yang perlu menjadi catatan, penjual tiket bus X menunjukkan perilaku yang tidak konsisten dalam memberikan pelayanan pada konsumen. Terdapat perbedaan *attending* yang ditunjukkan oleh penjual tike bus. Pada hari

pertama, penjual tiket menunjukkan perilaku tersenyum saat melayani konsumen dan mencatat pesanan konsumen sedangkan pada hari kedua perilaku tersebut tidak muncul.

Penjual tiket bus X perlu untuk meningkatkan empati terhadap konsumen. Dimensi empati dapat ditingkatkan dengan cara penjual tiket membiasakan untuk menatap wajah konsumen ketika melakukan komunikasi serta membiasakan untuk memberikan perhatian penuh kepada konsumen saat pelayanan berlangsung.

Terdapat beberapa penelitian yang turut mengungkap kualitas pelayanan yang bisa menjadi pembanding terhadap hasil penelitian ini. Penelitian berjudul “Kualitas Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia di Kota Tanjungpinang” oleh Imam Prakarsa (2013) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) di Kota Tanjungpinang dapat dikatakan kedalam kategori baik.

Dalam dimensi *tangible* atau bukti fisik, yaitu dalam hal kemudahan dalam bertransaksi masih dinilai buruk oleh responden, hal ini terlihat pada nasabah yang mengeluhkan fasilitas fisik, seperti mesin ATM yang kurang, Mesin CMD (Credit Machine Deposit) dan lain-lain yang bersifat fisik atau berwujud.

Pada dimensi *reliability* atau kehandalan sebesar 82,8% memberikan tanggapan baik di mana PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Soekarno Hatta Tanjungpinang membantu para pelanggan atau nasabah dalam hal menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan. Pada dimensi *responsiveness* atau ketanggapan, semua keluhan pelanggan direspon dapat dilihat bahwa 28,9% responden memberikan tanggapan buruk.

Pada dimensi *assurance* atau jaminan yang paling penting dalam hal ini adalah jaminan tepat waktu dalam proses pelayanan, dalam hal ini pegawai kurang, sehingga terdapat antrian nasabah yang cukup panjang. Pada dimensi *emphaty* atau empati sebesar 75,6% memberikan tanggapan baik dalam melayani nasabah pegawai. Pegawai bersikap ramah

saat melakukan proses pelayanan di PT. Bank Rakyat Indonesia di Kota Tanjungpinang.

Penelitian lain membahas mengenai Kualitas Pelayanan Transportasi Publik (Studi Deskriptif Tentang Kualitas Pelayanan Jasa Angkutan Umum Perum Damri Unit Angkutan Bus Khusus Gresik-Bandara Juanda). Dalam hal tangible, fasilitas fisik sudah lengkap, kebersihan bus baik sesuai dengan prinsip Damri, sarana dan prasarana kurang memadai. Dalam hal reliabilitas, sikap adil petugas sudah baik. Kehandalan petugas dalam menyampaikan informasi sudah cukup baik. Proses terkait alur pelayanan bus khusus Bandara ini sudah cukup jelas, akan tetapi masih ada kekecewaan masyarakat di dalam sistem pembayaran tiket.

Dalam hal responsiveness (kepekaan), daya tanggap petugas terhadap aspirasi pelanggan sudah cukup baik, tetapi daya tanggap petugas terhadap kebutuhan pelanggan masih belum berwujud nyata. Dalam hal assurance (jaminan), jaminan identitas kendaraan perusahaan sudah jelas, jaminan keamanan sudah baik dan jelas, tetapi jaminan ketepatan waktu pelayanan masih belum sesuai.

Dalam hal empathy (empati), sikap para petugas sudah baik sesuai dengan prinsip Damri, kemauan petugas untuk membantu masyarakat menimbulkan rasa nyaman dan perasaan terlayani secara pribadi sudah baik. Sementara dari hasil penelitian ini terungkap bahwa dalam dimensi tangibles (keberwujudan) tergolong cukup. Fasilitas fisik yang masih perlu dibenahi, antara lain ruang/ kios agen yang masih sempit dan terkesan kumuh. Hal ini dikarenakan di Terminal Jombor sendiri terdapat beberapa fasilitas yang luasannya tidak memenuhi standar termasuk kios/ agen tiket bus.

Pada dimensi reliabilitas, hasil penelitian menunjukkan kehandalan penjual tiket bus X termasuk dalam kategori baik. Penjual tiket bus X menjelaskan alur pemesanan dengan jelas dan bahasa yang mudah dipahami, tetapi terdapat kekurangan, yaitu tidak adanya bagan daftar keberangkatan bus dan kedatangan bus,

sehingga konsumen harus bertanya langsung pada penjual. Tidak adanya bagan-bagan berupa penjelasan tentang keberangkatan dan kedatangan bus dapat terjadi, karena tidak adanya tuntutan yang bersifat memaksa agen tiket untuk menerapkan hal tersebut.

Berbeda dengan Jasa Angkutan Umum Perum Damri dan PT. Bank Rakyat Indonesia di Kota Tanjungpinang yang telah memiliki SOP yang di dalamnya telah terdapat tuntutan-tuntutan yang harus dilaksanakan oleh setiap karyawannya.

Sementara itu, pada dimensi responsiveness (kepekaan) termasuk cukup. Pada dimensi assurance (jaminan) termasuk baik. Pada dimensi empathy (empati), penjual tiket bus X menunjukkan empati yang kurang. Hal ini dapat terjadi karena tidak adanya prinsip-prinsip yang menuntut penjual tiket bus X dalam melayani pembeli tiket (misalnya, tidak ada tuntutan untuk menerapkan salam, senyum, sapa pada konsumen). Berbeda dengan Jasa Angkutan Umum Perum Damri, di mana mereka memiliki prinsip-prinsip Damri yang harus ditaati oleh setiap pekerjanya. Apabila karyawan tidak menaati, kemungkinan konsumen akan memberikan komplain ke Damri dan karyawan akan mendapatkan teguran (adanya badan yang menampung keluhan konsumen akan pelayanan). Sementara pada kasus penjual tiket bus X di terminal Jombor ini, komplain mau tidak mau harus disampaikan ke penjual langsung, tidak ada badan yang menampung keluhan konsumen, sehingga semakin sulit untuk meningkatkan kualitas pelayanan (kemungkinan penjual tidak mau dikomplain, sehingga semakin sulit bagi peningkatan kualitas pelayanan terjadi).

Table 1.
Subject's Background

	Subject 1
Initials	N.F.
Age (years old)	35
Sex	M

SIMPULAN

Penjual tiket bus X memiliki kualitas pelayanan yang tergolong cukup. Dalam hal reliabilitas, penjual tiket bus X mampu melayani dengan tepat waktu, mampu melayani dengan cepat, mampu memberikan pelayanan yang mudah, mampu memberikan pelayanan yang tidak berbelit, serta penjual tiket menunjukkan keramahan, sikap yang sopan, dan penjual tiket melayani sesuai jam operasional pelayanan. Penjual tiket dalam hal kepekaan menunjukkan perilaku langsung menuju meja pelayanan ketikakonsumendatang, langsung menanyakan apa kebutuhan konsumen, melayani keluhan konsumen terkait jadwal keberangkatan yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen, dan menjelaskan pemesanan tiket dengan bahasa yang sederhana, sehingga mudah dipahami oleh konsumen. Dalam hal jaminan, penjual tiket bus X mampu melayani kebutuhan konsumen dan

menyelesaikan kebutuhan konsumen terkait pemesanan tiket (melayani secara tuntas). Penjual agen tiket juga meng-keep data pribadi konsumen di buku besar yang berada di meja pelayanan dan menutupnya rapat ketika konsumen lain datang. Sementara itu, empati muncul dalam presentase terendah, sehingga dimensi empati yang dimiliki oleh penjual tiket bus X ini masih perlu ditingkatkan. Berdasarkan paparan di atas, terdapat beberapa saran bagi Penjual tiket bus X, antara lain: (1) Penjual tiket bus X dapat terus mempertahankan kinerjanya, terutama dalam hal keberwujudan, reliabilitas, dan jaminan. (2) penjual tiket bus X masih perlu meningkatkan empati dalam pelayanan. Dimensi empati dapat ditingkatkan dengan cara membiasakan untuk menatap wajah konsumen dan memberikan perhatian penuh pada konsumen saat pelayanan berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiyastuti, Diah. (2015, January). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Sari Rahayu di Banjarnegara. *Naskah Publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Retrieved October, 20, 2016, from <http://eprints.ums.ac.id/32565/17/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>
- Afrial, R. (2009). Kualitas Pelayanan Publik Kecamatan sebuah Perubahan Kedudukan dan Fungsi Camat sebagai Perangkat Daerah. *Jurnal Administrasi dan Organisasi*. 16(2). 87-95.
- Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. 17(2). 114-126.
- Bupu, Florentina. (2015). Evaluasi Kinerja Terminal Jombor Kabupaten Sleman. Thesis *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*. Retrieved October 20, 2016, from <http://e-journal.uajy.ac.id/8922/7/6MTS02180.pdf>
- Fauziah. (2013, January). Kualitas Pelayanan Penjualan Tiket pada PT. Bonanza Pekanbaru Holiday Tour & Travel. *Repository Perpustakaan Universitas Riau*. Retrieved October 20, 2016, from <http://repository.unri.ac.id/xmlui/handle/123456789/1497>
- Kusdiyati, Sulisworo dan Irfan Fahmi. (2015). *Observasi Psikologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rahardjo, Mudjia. (2017). Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif: Konsep dan Prosedurnya. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Program Pascasarjana.

- Samosir, Z.Z. (2005). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU. *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*. 1(1).28-36.
- Tambunan, Putri Rahmayanti dan Bethani Suryawardani. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. JNE Perwakilan Kawalayaan. *Banking and Management Review*. 4 (2).554-566.
- Tjiptono, F dan Chandra, G. (2005). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Prakarsa, Imam (2013, August). Kualitas Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia di Kota Tanjungpinang. *Naskah Publikasi. Universitas Maritim Raja Haji*. Retrieved April 19, 2017, from <http://jurnal.umrah.ac.id/wp-content/uploads/2013/08/JURNAL-imam-prakarsa-080563201018.pdf>
- Al Rasyid, Rio Bagus Firmansyah.(2015). Kualitas Pelayanan Transportasi Publik (Studi Deskriptif tentang Kualitas Pelayanan Jasa Angkutan Umum Perum Damri Unit Angkutan Bus Khusus Gresik-Bandara Juanda). *Kebijakan dan Manajemen Publik*. 3(2).97-105.