

Kualitas Pelayanan Angkutan Wisata dalam Kota (Studi Kasus : Bus Bandros – Kota Bandung)

Evaluation Of Service Quality Tourism Transport In Town (Case Study : Bandros Bus – Bandung City)

¹Devi Susilawati S, ²Tonny Judiantono

^{1,2}*Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Islam Bandung,*

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: ¹Devisusilawati59@yahoo.com, ²tjudiantono@yahoo.com

Abstract. The characteristics of tourist transport can be seen based on the subsystem, the type of travel, and travel form. In this study used a case study of a Bandros Bus serves as a touristic transportation while tourist attractions. The purpose of this study is to know the position of the Bus transport characteristics in Bandros tourism, to find out how the tourist transport service quality measurement, and to know the perceptions and expectations of tourists to the quality of Bus Services Bandros. The analysis conducted in this study is. the analysis of service quality which is used to find out the value gap between the perceptions and expectations of tourists. The dimensions are used Reliability, Responsivness, Assurance, Emphaty and Tangible measured based on 18 attribute. Based on the results of the analysis mentioned that the overall quality of Bus Services Bandros is in compliance with the expected passengers, there were only a few attributes that users expected to be noticed and immediately performed repair, is for adults is at the location of the vehicle and point attributes attributes attention for young officers and that is located at the point of vehicle location attribute and attribute fares/donations. As for kids being on tour guide compliance attributes.

Keywords: Tourism Transport, Tourist, Bus Bandros, Service Quality

Abstrak. Karakteristik angkutan wisata dapat dilihat berdasarkan subsistem, jenis perjalanan wisata, dan bentuk perjalanan wisata. Dalam studi ini menggunakan studi kasus Bus Bandros yang berperan sebagai angkutan wisata sekaligus obyek wisata. Tujuan dari studi ini untuk mengetahui posisi Bus Bandros dalam karakteristik angkutan wisata, untuk mengetahui cara pengukuran kualitas pelayanan angkutan wisata, dan untuk mengetahui persepsi dan ekspektasi wisatawan terhadap kualitas pelayanan Bus Bandros. Analisis yang dilakukan pada studi ini yaitu analisis *service quality* yang digunakan untuk mengetahui nilai *gap* antara persepsi dan ekspektasi wisatawan. Dimensi yang digunakan yaitu *Reliability*, *Responsivness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangible* yang diukur berdasarkan 18 atribut. Berdasarkan hasil analisis menyebutkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan Bus Bandros sudah sesuai dengan yang diharapkan penumpang, hanya terdapat beberapa atribut yang diharapkan pengguna untuk diperhatikan dan segera dilakukan perbaikan, yaitu untuk orang dewasa berada pada atribut titik lokasi kendaraan dan atribut perhatian petugas Dan untuk remaja yaitu berada pada atribut titik lokasi kendaraan dan atribut tarif/donasi. Sedangkan untuk anak-anak berada pada atribut kesesuaian tour guide.

Kata Kunci: Angkutan Wisata, Wisatawan, Bus Bandros, Kualitas Pelayanan

A. Pendahuluan

Angkutan wisata merupakan angkutan dengan menggunakan bus umum yang memperhatikan keamanan, keselamatan, kenyamanan, keterjangkauan, kesetaraan, dan keteraturan yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Pada dasarnya angkutan wisata hanya mengantarkan para wisatawan dari tempat asal ke tempat wisata yang dituju atau sebaliknya. Tetapi dalam subsistemnya, angkutan wisata terbagi atas dua subsistem yakni *touring* subsistem dan *destination* subsistem, dimana sistem pelayanan pada subsistem ini selain menjadikan alat transportasi wisata juga sebagai obyek wisata itu sendiri yang didalamnya terdapat fasilitas pelayanan, atraksi, maupun promosi suatu kota. Terdapat bentuk dan jenis dalam perjalanan wisata yang dapat ditawarkan kepada para wisatawan sesuai dengan keinginan. Apabila diterapkan dalam suatu kota seperti di Kota Bandung, maka tingkat keadaan pariwisata dalam kota tersebut akan meningkat.

Pada saat ini keadaan angkutan wisata di Kota Bandung belum terintegrasi dengan baik. Banyaknya wisatawan yang memilih angkutan pribadi maupun alat transportasi umum dibandingkan dengan angkutan wisata yang baru diadakan oleh Pemerintah Kota Bandung. Pada penelitian ini akan membahas mengenai angkutan wisata dalam kota dengan studi kasus yaitu Bus Bandros (*Bandung Tour On The Bus*).

Bus Bandros sudah mulai beroperasi sejak awal tahun 2014 yang diharapkan dapat mengurangi penggunaan angkutan pribadi pada saat weekend maupun hari libur. Dengan adanya Bus Bandros, para wisatawan merasa kurang nyaman dengan pelayanan yang diberikan pihak bus, terkait dengan proses reservasi dan titik lokasi bus yang berpindah-pindah. Hal tersebut sangat penting untuk diperhatikan karena Bus Bandros merupakan sebuah angkutan wisata yang berperan juga sebagai obyek wisata, dimana Bus Bandros bukan hanya mengantar wisatawan keliling Kota Bandung tetapi sekaligus menjadi obyek wisata. Namun selama dua tahun beroperasi, Bus Bandros diberhentikan untuk sementara waktu. Dengan terhentinya pengoperasian angkutan wisata Bus Bandros menandakan bahwa kualitas pelayanan Bus Bandros belum sepenuhnya optimal. Untuk itu perlu dilakukan studi "*Evaluasi Kualitas Pelayanan Angkutan Wisata Dalam Kota (Studi Kasus Bus Bandros – Kota Bandung)*". Dilihat berdasarkan pemaparan yang telah dibahas, maka aspek yang akan dievaluasi yaitu berdasarkan *user* atau pengguna bus, dikarenakan pengguna dari angkutan wisata Bus Bandros yang merasakan langsung dampak dari pelayanan yang diberikan oleh pihak Bus Bandros.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui keadaan posisi Bus Bandros di dalam karakteristik angkutan wisata dalam kota
2. Untuk mengetahui cara mengukur kinerja kualitas pelayanan angkutan wisata Bus Bandros
3. Untuk mengetahui persepsi dan ekspektasi/keinginan masyarakat terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola Bus Bandros

B. Tinjauan Pustaka

1. Angkutan Wisata

Menurut Departemen Perhubungan Tahun 2008 bahwa angkutan wisata merupakan angkutan dengan menggunakan mobil bus umum yang dilengkapi dengan tanda-tanda khusus, untuk mengangkut wisatawan ke dan dari daerah tujuan wisata. Terdapat karakteristik angkutan wisata yang dilihat berdasarkan

subsistem, bentuk perjalanan wisata, dan jenis perjalanan wisata. Berdasarkan studi kasus Bus Bandros, maka karakteristik angkutan wisata dilihat berdasarkan subsistemnya yaitu *touring* subsistem dan *destination* subsistem. Berdasarkan Jenis perjalanan wisata yang terdiri dari *Ready Made Tour*, *Tailor Made Tour*, *Regular Tour*, *Irregular tour*, *Package Tour*, dan *Independent Tour*. Adapula bentuk perjalanan wisata yang dilihat berdasarkan tempat, jumlah, pengaturan, dan motif. Dalam Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan. Kepariwisataaan yang dimaksud dengan obyek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata. Obyek daya tarik wisata ini digunakan dengan sebutan *attraction* yang berarti segala sesuatu yang memiliki daya tarik, baik benda yang berbentuk fisik maupun non fisik. Obyek wisata dan daya tarik wisata dapat berupa :

- a. Ciptaan Tuhan (the creation of God)
 - b. Hasil karya dan budaya manusia (the creation of human being)
 - c. Obyek dan daya tarik wisata dapat dibedakan pula menjadi :
 - d. Site Attraction yakni atraksi yang bersifat statis, seperti tempat yang memiliki iklim menyenangkan, pemandangan indah ataupun tempat-tempat bersejarah
 - e. Event Attraction yakni atraksi yang bersifat hidup, seperti kejadian atau peristiwa kongres, pameran, festival, olahraga, kesenian, dan lain-lain.
2. Kualitas Pelayanan

Kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan. Pelayanan dapat didefinisikan juga sebagai suatu tindakan yang dilakukan guna memenuhi keinginan customer (pelanggan) akan suatu produk/jasa yang mereka butuhkan, tindakan ini dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan/customer untuk memenuhi apa yang mereka butuhkan tersebut (Gasperz V, 1997). Sedangkan untuk kesenjangan kualitas pelayanan terdapat 5 model kesenjangan (gap) yaitu Gap harapan – persepsi manajemen, Gap persepsi manajemen – harapan kualitas jasa, Gap spesifikasi kualitas jasa – penyampaian jasa, Gap penyampaian jasa – komunikasi eksteral, dan Gap jasa diharapkan – jasa yang dipersepsikan.

3. Variabel

Pengukuran kualitas pelayanan angkutan wisata dapat diukur berdasarkan 5 dimensi yaitu *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangible*. Serta diukur dengan 18 atribut yaitu waktu pelayanan jadwal kedatangan, waktu pelayanan jadwal keberangkatan, fasilitas kebersihan, kesesuaian tour guide, kesesuaian fasilitas penunjang, tarif, respon terhadap wisatawan, keamanan, kenyamanan, keselamatan, kemampuan tour guide, fasilitas kesehatan, perhatian petugas, keramahan dan sopan santun petugas, waktu operasional, penampilan fisik kendaraan, lokasi penempatan kendaraan, dan fasilitas penyimpanan dan pemeliharaan kendaraan.

C. Metodologi

1. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada angkutan wisata dalam kota dengan studi kasus Bus Bandros dilihat berdasarkan aspek *user*/pengguna bus untuk menilai kualitas pelayanan. Pengukuran kualitas pelayanan diukur berdasarkan 5 dimensi dan 18 atribut sesuai dengan indikator dan variabel yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan pengukuran tersebut, maka akan menghasilkan

penilaian berdasarkan persepsi dan ekspektasi wisatawan terhadap kualitas pelayanan, lalu dapat dilihat ada/tidaknya *gap* antara persepsi dengan ekspektasi terhadap kualitas pelayanan tersebut. Untuk mengukur dan mengetahui *gap*, maka dilakukan evaluasi kualitas pelayanan angkutan wisata dalam kota dengan tipe angkutan seperti Bus Bandros.

2. Metode Pendekatan dan Pengumpulan Data

Metode pendekatan yang digunakan pada studi ini yaitu pendekatan kuantitatif yang bersifat deskriptif. Untuk pengumpulan data, terdapat dua tipe data yang perlu dikumpulkan yaitu data primer dan data sekunder. **Tabel 1** menunjukkan kebutuhan data, sumber dan kegunaannya.

Tabel 1 . Kebutuhan Data, Sumber dan Kegunaannya

No	Jenis Data	Sumber	Kegunaan
1	Data Mengenai Kependudukan, berupa : <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah Penduduk Kota Bandung • Jumlah Wisatawan Kota Bandung 	BPS Kota Bandung (sekunder)	Untuk mengetahui seberapa banyak jumlah pengguna bus Kota Bandung dan Luar Kota Bandung
2	Data mengenai Bus Bandros, berupa : <ul style="list-style-type: none"> • Wawancara dengan pihak pengelola bus • Jumlah pengguna Bus Bandros • Rute Bus Bandros • Gambaran umum Bus Bandros 	Office Bandros (sekunder)	Untuk mengetahui gambaran kinerja dan karakteristik dari Bus Bandros
3	Data mengenai pengukuran kualitas pelayanan, berupa : <ol style="list-style-type: none"> 1. Reability <ul style="list-style-type: none"> • Waktu Pelayanan Jadwal Kedatangan • Waktu Pelayanan Jadwal Keberangkatan • Fasilitas Kebersihan • Kesesuaian Tour Guide • Kesesuaian Fasilitas Penunjang • Tarif 2. Responsiveness <ul style="list-style-type: none"> • Respon Terhadap Wisatawan 3. Assurance <ul style="list-style-type: none"> • Keamanan • Kenyamanan • Keselamatan • Kemampuan Tour Guide • Fasilitas Kesehatan • Keramahan dan Sopan Santun Petugas 4. Emphaty <ul style="list-style-type: none"> • Perhatian Petugas • Waktu Operasional 5. Tangible <ul style="list-style-type: none"> • Penampilan Fisik Kendaraan • Lokasi Penempatan Kendaraan 	Survei lapangan (Primer)	Untuk mengukur kualitas pelayanan angkutan wisata Bus Bandros berdasarkan SE Menteri Perhubungan No. 11 Tahun 2000 dan Peraturan Menteri Perhubungan RI No. PM 46 Tahun 2014

No	Jenis Data	Sumber	Kegunaan
	<ul style="list-style-type: none"> Fasilitas Penyimpanan dan Pemeliharaan Kendaraan 		
4	Data mengenai persepsi pengguna terhadap Bus, berupa: <ul style="list-style-type: none"> Kuisisioner untuk pengguna Bus Bandros berdasarkan anak-anak, remaja, dan dewasa 	Survei lapangan (Primer)	Untuk mengetahui nilai <i>gap</i> yang dihasilkan berdasarkan nilai persepsi dengan nilai ekspektasi

3. Tahapan Analisis

Analisis yang akan dilakukan diukur menggunakan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan Skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Skala likert diukur menggunakan 5 poin yaitu Sangat Setuju (SS) dengan bobot 5, Setuju (S) dengan bobot 4, Netral (N) dengan bobot 3, Tidak Setuju (TS) dengan bobot 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan bobot 1. Setelah diukur dengan menggunakan skala likert, maka dilakukan analisis *Service Quality* yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan. Dengan kuesioner ini, kita bisa mengetahui seberapa besar celah (*gap*) yang ada di antara persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan terhadap suatu perusahaan jasa. Analisis service quality digunakan dengan mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai *gap* yang merupakan selisih antara persepsi terhadap layanan yang diterima dengan harapan terhadap layanan yang akan diterima. Berikut adalah perhitungan nilai *gap* :

$$G = P - E$$

Keterangan :

G = nilai *Gap*

P = nilai rata-rata pada atribut *Perceptions* (Kenyataan)

E = nilai rata-rata pada atribut *Expectations* (Harapan)

D. Pembahasan

1. Posisi Bus Bandros Dalam Karakteristik Angkutan Wisata

Posisi Bus Bandros dalam karakteristik angkutan wisata dilihat berdasarkan subsistem, bentuk, dan jenis perjalanan wisata. Dalam angkutan wisata terdapat dua subsistem yaitu *touring* subsistem dan *destination* subsistem. Bus Bandros termasuk kedalam kedua subsistem atau campuran, karena disamping Bus Bandros ini beda dengan bus wisata lainnya, Bus Bandros juga merupakan angkutan wisata yang sekaligus menjadi objek wisata. Hal ini dilihat dari karakteristik bus yang memiliki kelengkapan tersendiri, termasuk alat transportasi, atraksi, fasilitas pelayanan, dan pengarahannya yang digunakan saat tour berlangsung dan dapat dilakukan dalam satu kali atau kunjungan berulang. Untuk posisi Bus Bandros berdasarkan bentuk dan jenis perjalanan wisata dapat dilihat pada **Tabel 2**.

Tabel 2. Posisi Bus Bandros Dalam Karakteristik Angkutan Wisata

No	Bentuk Perjalanan Wisata				Jenis Perjalanan Wisata
	Tempat	Jumlah	Kepengaturannya	Motif	
1	Transfer Tour	Individual Tour	Pra-arranged Tour	Motif Bersenang-senang	Ready Made Tour
2	City Tour	Group Tour	Package Tour	Motif Rekreasi	Tailor Made Tour
3	Countryside Tour	Massa Tour	Coach Tour	Motif Kebudayaan	Reguler Tour
4	Intercity Tour		Special Arranged Tour	Motif Edukasi	Irregular tour
5	Interisland Tour		Optional Tour	Wisata Olahraga	Package Tour
6				Wisata Bisnis	Independent Tour
7				Wisata Konvensi	
8				Wisata Spiritual	
9				Motif Interpersonal	
10				Motif Kesehatan	
				Wisata Sosial	

Posisi Bus Bandros

2. Pengolahan Data Kuisisioner

Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner mengenai frekuensi naik bus, bahwa 51 orang dewasa dan 20 remaja baru satu kali naik bus, dan 9 orang dewasa lainnya sudah lebih dari satu kali. Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner mengenai pendapat saat naik Bus Bandros, cara penjualan tiket, rute yang tersedia, dan keefektifan bus pada hari kerja. Untuk lebih jelasnya mengenai data tabulasi kuisisioner dapat dilihat pada **Tabel 3**.

Tabel 3. Hasil Pengolahan Data Kuisisioner

No	Keterangan	Dewasa (orang)		Remaja (orang)		Anak-anak (orang)	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Wisatawan senang naik bus bandros	57	3	18	2	20	0
2	Wisatawan mengetahui penjualan tiket dengan metode reservasi	34	26	6	14		
3	Wisatawan setuju dengan metode reservasi	29	31	8	12		
4	Wisatawan mengetahui rute bus bandros sebelumnya	48	12	14	6		
5	Pendapat wisatawan mengenai rute yang tersedia	43	17	16	4		
6	Pendapat wisatawan mengenai penambahan rute	30	30	8	12		
7	Bus bandros efektif digunakan pada hari kerja	40	20	12	8		
8	Bus bandros bermanfaat bagi wisatawan	58	2	19	1		

3. Analisis Service Quality

Analisis service quality dilakukan sesuai dengan dimensi kualitas pelayanan yang telah ada, lalu membandingkan *mean* Persepsi dengan *mean* ekspektasi responden untuk melihat *gap* yang akan dianalisis guna melihat sejauh mana keberhasilan suatu pelayanan. Apabila hasil perhitungan yang diperoleh dari suatu atribut bernilai positif, kinerja atribut memuaskan bagi wisatawan sehingga perlu dipertahankan. Apabila hasil pada atribut bernilai negatif, maka kinerja pengelola pada suatu atribut berdampak pada kurangnya

kepuasan wisatawan.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, secara keseluruhan baik menurut anak-anak, remaja, maupun dewasa kualitas pelayanan yang diberikan pihak bus sudah baik karena nilai persepsi lebih besar dibandingkan nilai ekspektasi, hanya terdapat beberapa atribut yang harus dilakukan perbaikan. Untuk anak-anak dimensi yang memiliki nilai paling rendah yaitu pemanduan oleh tour guide, hal ini dianggap penting dan harus diperhatikan karena anak-anak belum sepenuhnya menangkap penjelasan yang diberikan oleh guide, karena bahasa yang digunakan terlalu verbal. Untuk remaja hal yang paling penting yaitu mengenai titik lokasi dan tarif yang memiliki nilai negatif, hal ini disebabkan oleh mahalnya tarif yang diberikan pihak pengelola bus. Untuk dewasa baik wisatawan domestik maupun non domestik, hal yang paling penting yaitu mengenai titik lokasi kendaraan dan perhatian petugas. Titik lokasi kendaraan yang dirasakan para wisatawan kurang strategis sehingga sulit untuk dijangkau ditambah dengan wisatawan yang tidak memiliki/membawa kendaraan pribadi, dan untuk perhatian petugas para wisatawan menilai bahwa keluhan dan masukan yang diberikan wisatawan tidak langsung direspon/ditanggapi oleh pihak bus baik mengenai reservasi tiket, titik lokasi kendaraan, dan permasalahan lainnya yang menyangkut pelayanan bus.

4. Kesimpulan Hasil Nilai Persepsi dan Ekspektasi

Persepsi dan ekspektasi wisatawan mengenai kualitas pelayanan Bus Bandros baik menurut orang dewasa maupun remaja dan anak-anak menilai bahwa secara keseluruhan sudah cukup memuaskan, hanya terdapat dua atribut pada remaja dan dewasa yang memiliki nilai persepsi lebih kecil dibandingkan nilai ekspektasi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada **Tabel 4**.

Tabel 4. Hasil Nilai *Gap*

No	Indikator	Dewasa	Remaja	Anak
1	Bus bandros datang tepat waktu	P > E	P > E	
2	Bus bandros berangkat tepat waktu	P > E	P > E	
3	Kondisi di dalam bus bandros bersih	P > E		
4	Pemanduan oleh tour guide jelas dan akurat	P > E	P > E	P > E
5	Naik-turun tangga nyaman dan tidak menakutkan	P > E	P > E	P > E
6	Tiket bandros murah dan terjangkau	P > E	P < E	
7	Staf operasional cepat dan tanggap dalam menjawab pertanyaan penumpang	P > E		
8	Penumpang merasa aman (dari gangguan kejahatan) saat naik bandros	P > E		
9	Tempat duduk enak dan nyaman	P > E	P > E	P > E
10	Supir bandros tidak ugal-ugalan	P > E	P > E	
11	Tour guide dapat menjawab pertanyaan penumpang dengan baik	P > E		
12	Fasilitas kesehatan dan kebersihan sudah memadai	P > E		
13	Petugas ramah dan sopan	P > E	P > E	
14	Petugas menanggapi keluhan/masukan yang diberikan penumpang	P < E		
15	Penumpang setuju dengan waktu operasional bandros	P > E		
16	Desain bus bandros bagus dan menarik	P > E	P > E	P > E
17	Naik/turun bandros mudah dicapai oleh penumpang	P < E	P < E	
18	Bus bandros terlihat terpelihara dengan baik	P > E		

5. Penentuan Tingkat Kepentingan

Penentuan tingkat kepentingan dilakukan untuk mengetahui atribut pelayanan mana yang memerlukan perbaikan secepatnya. Hasil *gap* yang diperoleh tiap atribut menjadi penentu posisi tingkat kepentingan atribut. Semakin besar nilai *gap* yang didapatkan oleh suatu atribut maka semakin atas posisi atribut tersebut dalam penentuan tingkat kepentingan. Penentuan tingkat kepentingan dibagi berdasarkan nilai *gap* dewasa, remaja, dan anak-anak.

Tabel 5. Tingkat Kepentingan Berdasarkan Orang Dewasa

No	Indikator	Nilai Gap
1	Naik/turun bandros mudah dicapai oleh penumpang	-0,12
2	Petugas menanggapi keluhan/masukan yang diberikan penumpang	-0,05
3	Tiket bandros murah dan terjangkau	0,07
4	Fasilitas kesehatan dan kebersihan sudah memadai	0,07
5	Penumpang setuju dengan waktu operasional bandros	0,09
6	Naik-turun tangga nyaman dan tidak menakutkan	0,10
7	Tour guide dapat menjawab pertanyaan penumpang dengan baik	0,12
8	Penumpang merasa aman (dari gangguan kejahatan) saat naik bandros	0,14
9	Staf operasional cepat dan tanggap dalam menjawab pertanyaan penumpang	0,15
10	Kondisi di dalam bus bandros bersih	0,17
11	Pemanduan oleh tour guide jelas dan akurat	0,20
12	Bus bandros terlihat terpelihara dengan baik	0,25
13	Bus bandros berangkat tepat waktu	0,28
14	Bus bandros datang tepat waktu	0,28
15	Tempat duduk enak dan nyaman	0,32
16	Petugas ramah dan sopan	0,45
17	Desain bus bandros bagus dan menarik	0,57
18	Supir bandros tidak ugal-ugalan	0,60

Sumber : Hasil Analisis, 2016

Tabel 6. Tingkat Kepentingan Berdasarkan Remaja

No	Indikator	Nilai Gap
1	Naik/turun bandros mudah dicapai oleh penumpang	-0,06
2	Tiket bandros murah dan terjangkau	-0,03
3	Naik-turun tangga nyaman dan tidak menakutkan	0,06
4	Pemanduan oleh tour guide jelas dan akurat	0,16
5	Bus bandros berangkat tepat waktu	0,21
6	Bus bandros datang tepat waktu	0,21
7	Petugas ramah dan sopan	0,22
8	Tempat duduk enak dan nyaman	0,22
9	Supir bandros tidak ugal-ugalan	0,43
10	Desain bus bandros bagus dan menarik	0,52

Sumber : Hasil Analisis, 2016

Tabel 7. Tingkat Kepentingan Berdasarkan Anak-anak

No	Indikator	Nilai Gap
1	Pemanduan oleh tour guide jelas dan akurat	0,15
2	Naik-turun tangga nyaman dan tidak menakutkan	0,20
3	Tempat duduk enak dan nyaman	0,30
4	Desain bus bandros bagus dan menarik	0,55

Sumber : Hasil Analisis, 2016

6. *Gap* Kualitas Pelayanan Bus Bandros

Kesenjangan kualitas pelayanan menghasilkan nilai *gap* antara persepsi dan ekspektasi. Hasil analisis mengenai kualitas pelayanan Bus Bandros ini menunjukkan bahwa Bus Bandros termasuk kedalam *gap* kelima yaitu *gap* antara jasa yang diharapkan dengan jasa yang dipersepsikan, hal ini dikarenakan Bus Bandros sebagai studi kasus dalam penelitian ini menilai tentang perbedaan kinerja aktual dengan persepsi pengguna. Dan menilai persepsi yang dirasakan pengguna bus dengan ekspektasi/harapan yang diinginkan oleh pengguna bus.

Tabel 8. Posisi Bus Bandros dalam *Gap* Kualitas Pelayanan

Gap	Keterangan
1	Gap harapan – persepsi manajemen
2	Gap persepsi manajemen – harapan kualitas jasa
3	Gap spesifikasi kualitas jasa – penyampaian jasa
4	Gap penyampaian jasa – komunikasi eksternal
5	Gap jasa diharapkan – jasa yang dipersepsikan
	Posisi Bus Bandros

E. Kesimpulan

1. Posisi Bus Bandros Dalam Karakteristik Angkutan Wisata

Karakteristik angkutan wisata dapat dilihat berdasarkan subsistem, bentuk perjalanan wisata, dan jenis perjalanan wisata. Bus Bandros sebagai studi kasus dalam penelitian ini memiliki keunikan, selain sebagai angkutan wisata sekaligus berperan sebagai obyek wisata yang beda dibandingkan dengan bus wisata lain, karena selain untuk mempromosikan Kota Bandung, Bus Bandros sebagai alat transportasi, obyek wisata, dan menyediakan fasilitas pelayanan serta dapat dilakukan satu kali maupun berulang. Berdasarkan karakteristik angkutan wisata, maka posisi Bus Bandros dalam karakteristik angkutan wisata dapat dilihat pada **Tabel 9**.

Tabel 9. Tipe/Posisi Bus Bandros

No	Karakteristik Angkutan Wisata	Tipe/Posisi Bus Bandros
1	Subsistem	<i>Touring</i> Subsistem dan <i>Destination</i> Subsistem
2	Tempat	<i>City Tour</i>
3	Jumlah	<i>Individual Tour</i> dan <i>Group Tour</i>
4	Kepengaturan	<i>Coach Tour</i>
5	Motif	Motif Bersenang-senang dan edukasi
6	Jenis Perjalanan Wisata	<i>Regular Tour</i>

2. Pengukuran Kualitas Pelayanan Bus Bandros

Berdasarkan Surat Edaran Menteri Perhubungan Nomor 11 Tahun 2000 dan Peraturan Menteri Perhubungan RI Nomor PM 46 Tahun 2014 terkait dengan Standar Pelayanan Minimal Angkutan Orang Untuk Pariwisata, maka kualitas pelayanan diukur berdasarkan lima dimensi dan 18 atribut. Kelima dimensi tersebut yaitu Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*), dan Bukti Fisik (*Tangible*). Dengan 18 atribut yaitu waktu pelayanan jadwal kedatangan, waktu pelayanan jadwal keberangkatan, fasilitas kebersihan, kesesuaian tour guide, kesesuaian fasilitas penunjang, tarif, respon terhadap wisatawan, keamanan, kenyamanan, keselamatan, kemampuan tour guide, fasilitas kesehatan, perhatian petugas, keramahan dan sopan santun petugas, waktu operasional, penampilan fisik kendaraan, lokasi penempatan kendaraan, dan fasilitas penyimpanan dan pemeliharaan kendaraan.

3. Persepsi dan Ekspektasi Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan Bus Bandros

Hasil penelitian menunjukkan nilai *gap* yang dihitung berdasarkan nilai persepsi dengan nilai ekspektasi. Perhitungan *Gap* dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kesenjangan yang terjadi pada setiap atribut antara nilai persepsi dengan nilai ekspektasi wisatawan.

- a. Untuk persepsi dan ekspektasi wisatawan Kota Bandung dan Luar Kota Bandung, nilai *gap* yang dihasilkan bahwa wisatawan luar kota menilai titik lokasi bus kurang strategis untuk digunakan. Wisatawan menginginkan titik lokasi bus berada di pusat kota sehingga mudah dijangkau. Sedangkan untuk nilai *gap* kedua yaitu perhatian petugas dalam menanggapi keluhan wisatawan yang tidak langsung ditanggapi mengenai cara reservasi yang dirasa kurang nyaman untuk digunakan oleh wisatawan luar kota.
- b. Hasil nilai persepsi dan ekspektasi yang memiliki nilai *gap* negatif atau harus segera dilakukan perbaikan yaitu untuk orang dewasa berada pada atribut titik lokasi bus dan perhatian petugas. Untuk remaja berada pada

atribut tarif dan titik lokasi. Sedangkan untuk anak-anak tidak memiliki nilai *gap* negatif tetapi atribut yang terendah berada pada pemanduan oleh *tour guide*.

- c. Kriteria/atribut yang paling penting berdasarkan keinginan pengguna bus untuk diperhatikan pelayanannya yaitu mengenai tarif, titik lokasi kendaraan, dan perhatian petugas.
- d. Hasil analisis mengenai kualitas pelayanan Bus Bandros ini menunjukkan bahwa Bus Bandros termasuk kedalam *gap* kelima yaitu *gap* antara jasa yang diharapkan dengan jasa yang dipersepsikan, hal ini dikarenakan Bus Bandros sebagai studi kasus dalam penelitian ini menilai tentang persepsi yang dirasakan pengguna bus dengan ekspektasi/harapan yang diinginkan oleh pengguna bus.

Daftar Pustaka

- A.J. Muljadi. 2009. Kepariwisata dan Perjalanan. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Adrian Payne. 2000. The Essence of Service Marketing. Andi dan Pearson Education (Asia) Pte. Ltd. Yogyakarta
- Bitner, M. J. Dan Zeithaml, V. A. 2003. Service Marketing Edition 3, Tata McGraw Hill, New Delhi
- Departemen Kesehatan RI. 2009. Profil Kesehatan Indonesia : Kategori Umur. Jakarta : Departemen Republik Indonesia
- Departemen Perhubungan. 2008. Direktorat Jenderal Perhubungan Darat, Sistem Transportasi Mikro. Jakarta : Departemen Perhubungan
- Faisal, Sanapiah. 2003. Format-format Penelitian Sosial, Dasar-dasar dan Aplikasi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2005. Manajemen Kualitas Jasa, Yogyakarta. Andi
- Fandy, Tjiptono. 2007. Strategi Pemasaran, Yogyakarta : Andi
- Gasperz, V. 1997. Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Hadinoto, Kusdianto. 1996. Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata. Jakarta : UI Press
- Khisty, C. J. And Lall, B.K. 1998. Transportation Engineering an Introduction edition 2
- Kusmayadi, dkk. 2000. Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisata. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Mahadewi, E. Ni Made dan Rai Utama, I.G. Bagus. 2012. Metode Penelitian Pariwisata dan Perhotelan. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Parasuraman, et al. 1998. Servqual : A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. Hal. 64, Journal of Retailing
- Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor 46 Tahun 2014 Tentang Standar Pelayanan Minimal Angkutan Orang dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek : SPM Angkutan Orang Untuk Pariwisata
- Ridwan dan Engkos Achmad Kuncoro. 2007. Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis). Bandung : Alfabeta
- Setyawan, Henri. 2012. Kualitas Layanan Transportasi (Studi Kasus Transjakarta Busway di Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta). Tesis magister pada FE Perencanaan dan Kebijakan Publik
- Sindo News. 2015. Operasional Bus Bandros dihentikan, Bandros Ditinjau Ulang.

- <http://daerah.sindonews.com/topic/3796/pemkot-bandung>
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta,cv.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta,cv.
- Surat Edaran Menteri Perhubungan Nomor 11. 2000. *Standar Pelayanan Minimal Sektor Perhubungan dan Telekomunikasi*
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta : Andi
- Timetoexplo. 2012. *Jenis-jenis paket tour dan macam-macam bentuk wisata*
<https://timetoexplo.wordpress.com/2012/10/13/jenis-jenis-paket-tour-macam-macam-bentuk-wisata/>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10. 2009. *Kepariwisata*
- Universitas Gajah Mada. 2014. *Evaluasi Kualitas Pelayanan Bus Tingkat Wisata Werkadura*. Skripsi : Chapter 1
- Widodo, Erna dan Mukhtar. 2000. *Konstruksi Ke Arah Penelitian Deskriptif*. Yogyakarta : Aveyrous
- Yoeti, Oka. 1999. *Psikologi Pelayanan Wisata*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Zeithaml Valerie A, A. Parasuraman and Leonard L. Berry. 1990. *Delivering Quality Service Balancing Customer and Expectations*, The Free Press a Division of MacMillan, Inc., New York