

EVALUASI TINGKAT KEPUASAN PENUMPANG KERETA API ARGO PARAHYANGAN

EVALUATION TOWARD SATISFACTION PASSENGER ON ARGO PARAHYANGAN TRAIN

Sri Lestari

Puslitbang Perhubungan Darat dan Perkeretaapian, Jl. Merdeka Timur No. 5 Jakarta Pusat 10110

slestari481@yahoo.co.id

Submitted: 7 Februari 2014, Review 1: 21 Februari 2014, Review 2: 28 Februari 2014, Eligible articles: 21 Maret 2014

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the level of satisfaction of the train passenger Argo Parahyangan. The research was being conducted onboard of Argo Parahyangan by circulating questionnaire to the passengers in order to find out the level of satisfaction of the railway passenger of Argo Parahyangan. The analytical method was using Importance and Performance Analysis which showed that the value of CSI of 75% from the 26 variables which considered as the indicator of level of services 8 variables need to be improved and 5 variables need to be maintained.

Keywords: *satisfaction, passengers, train, Argo Parahyangan*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa tingkat kepuasan penumpang kereta api Argo Parahyangan saat ini. Penelitian ini dilakukan terhadap penumpang kereta api Argo Parahyangan di atas kereta api dengan mengedarkan kuesioner untuk mengetahui seberapa tingkat kepuasan penumpang kereta api Argo Parahyangan terhadap pelayanan. Metode analisis yang digunakan adalah Importance and Performance Analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai CSI sebesar 75% dari 26 variabel yang dijadikan indikator kepuasan terdapat 8 variabel yang perlu di tingkatkan dan 5 variabel yang harus dipertahankan.

Kata kunci: *kepuasan, penumpang, kereta api, Argo Parahyangan*

PENDAHULUAN

Kota Bandung merupakan kota metropolitan sekaligus menjadi ibu kota propinsi Jawa Barat. Kota ini terletak 140 km sebelah tenggara Jakarta, yang merupakan kota pelajar dan kota wisata kuliner, sehingga Bandung saat ini merupakan salah satu kota tujuan utama wisata dan pendidikan. Setiap liburan sekolah dan penerimaan sekolah berduyun-duyun masyarakat melakukan perjalanan menuju Bandung dengan maksud mendaftar sekolah atau sekedar liburan dengan berwisata kuliner dan berbelanja. Untuk kebutuhan transportasi dari dan ke kota Bandung saat ini tersedia moda transportasi yang tersedia cukup banyak yaitu dengan moda transportasi jalan raya dan kereta api.

Salah satu moda yang cukup digemari dan menjadi pilihan masyarakat adalah moda kereta api, karena disamping kereta api merupakan moda angkutan massal juga mempunyai beberapa keunggulan aman, nyaman, selamat dan tepat waktu bila dibandingkan dengan moda transportasi lain. Sebelumnya sarana transportasi kereta api untuk menuju Bandung dari Jakarta dan sebaliknya menyediakan layanan kelas Eksekutif yang memiliki pendingin udara yang disebut kereta api (KA) Argo Gede dengan jumlah rangkaian 6 kereta dan kereta api kelas Bisnis tanpa pendingin udara hanya dengan kipas angin yang disebut kereta api (KA) Parahyangan dengan jumlah rangkaian 6

kereta. Frekuensi perjalanan KA Parahyangan saat jayanya pernah mencapai 20 kali pada hari biasa dan 30 kali pada akhir pekan dan libur. Perjalanan Jakarta-Bandung sepanjang kurang lebih 173 km dengan waktu tempuh rata-rata 3 jam dengan kereta api. Namun setelah beroperasinya Tol Cipularang pada tahun 2005 KA Parahyangan semakin menurun penumpangnya dan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) telah memberi diskon namun hasilnya penumpang masih rendah yakni dibawah 50%. Rendahnya penumpang KA Parahyangan itu berlaku baik untuk pemberangkatan Bandung-Jakarta maupun sebaliknya, KA Parahyangan hanya penuh pada waktu *weekend* saja. Dalam koridor pendek Bandung-Jakarta memang waktu tempuh lebih lama dari pada tol Cipularang, meski pada jam-jam sibuk *peak hour* tentu waktu tempuh kereta api masih unggul karena bebas hambatan sedang angkutan jalan macet.

Data terakhir dari PT. Kereta api Indonesia (Persero), KA Parahyangan mengalami kerugian hingga mencapai Rp. 36 miliar per tahun akibat peminat tinggal 50%, dan pada 27 April 2010 KA Parahyangan dihentikan operasinya sebagai penggantinya diluncurkan KA Argo Parahyangan dengan jumlah enam gerbong kelas Eksekutif (K1) dan 2 gerbong kelas Bisnis (K2). Melihat permasalahan tersebut di atas, maka perlu mengetahui berapa tingkat kepuasan penumpang

kereta api Argo Parahyangan dengan melakukan penelitian **“Tingkat Kepuasan Penumpang Kereta Api Argo Parahyangan”**.

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelayanan KA Argo Parahyangan, sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan rekomendasi dalam mengambil kebijakan pimpinan terkait dengan pelayanan kepada pengguna jasa/penumpang KA Argo Parahyangan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana karakteristik penumpang kereta api Argo Parahyangan? dan pelayanan KA Argo Parahyangan apakah sudah sesuai dengan harapan penumpang?.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Studi Terdahulu

Wahyu, Hermanto Andi (2008) dalam Tesis Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Terminal Peti Kemas Semarang, sebagai bahan perumusan kebijakan pelayanan terhadap konsumen maupun pengembangan terminal Peti Kemas Semarang dan pelayanan terhadap konsumen lebih ditingkatkan untuk masa yang akan datang, sehingga akan menambah jumlah pelanggan pada terminal peti kemas.

Sukei (2011) dalam Analisis Konsekuensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat (Kajian pada Penggunaan Pelayanan Publik Dinas Perhubungan dan LLAJ Provinsi Jawa Timur), masih adanya berbagai keluhan citra yang kurang baik terhadap kinerja aparat pemerintah. Metode pengumpulan data primer dengan metode survei melalui penyebaran angket atau kuesioner kepada pengguna jembatan timbang di 11 lokasi.

Idris, Zilhardi (2009) dalam Kajian Tingkat Kepuasan Pengguna Angkutan Umum DIY, adanya fenomena angkutan umum di Jogjakarta menunjukkan ketatnya persaingan antara kendaraan umum dan kendaraan pribadi, angkutan umum mulai ditinggalkan oleh masyarakat. Metode pengumpulan data primer adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna angkutan umum bus kota di perkotaan Jogjakarta.

B. Teori yang Mendukung

1. Pengertian Manajemen

Manajemen merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan. George R. Terry (2006) mendefinisikan

manajemen merupakan sebuah proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan, perencanaan, serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber lain.

Menurut Sondang P. Siagian (2005) menguraikan definisi yang paling sederhana tentang manajemen bahwa, manajemen adalah seni memperoleh hasil melalui berbagai kegiatan yang dilakukan oleh orang lain.

M.N. Nasution (2008) mengatakan dengan memahami fungsi manajemen perusahaan transportasi umum, maka sesuai dengan kondisi dan luasnya operasi, dapatlah disusun struktur organisasi dengan deskripsi tugas dan tanggung jawab, wewenang dan sistem manajemennya yang jelas dan mudah dilaksanakan.

2. Jasa

Menurut Lovelock dan Writz (2005) terdapat dua pengertian jasa, diantaranya adalah: (1) jasa adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya. Walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk fisik, kinerjanya pada dasarnya tidak nyata dan tidak menghasilkan kepemilikan atas faktor produksi. (2) jasa adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dari tindakan yang mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut. Manfaat yang dimaksud adalah keuntungan atau laba yang diperoleh pelanggan dari kinerja jasa atau penggunaan barang fisik.

3. Karakteristik Jasa

Menurut Kotler (2000) ada 4 karakteristik pokok jasa yang membedakan dengan barang yaitu:

- a. Tidak berwujud (*intangibility*), jasa memiliki sifat *intangible* artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, ataupun dicium sebelum dibeli. Seseorang tidak dapat menilai hasil dari jasa sebelum membeli jasa tersebut terlebih dahulu.
- b. Tidak terpisahkan (*inseparability*), umumnya jasa dijual terlebih dahulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana penyedia jasa juga merupakan bagian dari jasa

tersebut, baik penyedia maupun pelanggan akan mempengaruhi hasil dan jasa tersebut.

- c. Bervariasi (*variability*), jasa bersifat sangat variabel karena merupakan standarisasi output, yang berarti bahwa terdiri dari banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung kepada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.
- d. Mudah lenyap (*perishability*), jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan jika permintaan jasa bersifat konstan sehingga bila tidak digunakan maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja. Umumnya permintaan jasa bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman.

4. Kualitas Jasa

Menurut Supranto (2006) kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dan penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang bersekinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.

Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

Menurut Umar (2003), mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa yaitu:

- a. *Reliability*, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai janji yang ditawarkan.
- b. *Responsiveness*, yaitu respon atau kesigapan karyawan atau staf dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
- c. *Assurance*, yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, ramah-tamah, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi,

kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

- d. *Empathy*, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi kepada konsumen dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.
- e. *Tangibles*, yaitu meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

5. Kualitas Pelayanan

Fajar Laksana (2008) menguraikan, kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman, dalam mencapai mutu tersebut.

Fredy Rangkuti (2008) menguraikan tentang pengertian jasa. Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain.

Oentarto, et al (2004) menjelaskan bahwa: Standar Pelayanan Minimal memiliki nilai yang sangat strategis baik bagi pemerintah (daerah) maupun bagi masyarakat (konsumen). Adapun nilai strategis tersebut yaitu:

- a. Pertama, bagi pemerintah daerah: standar pelayanan minimal dapat dijadikan sebagai tolak ukur (*benchmark*) dalam penentuan biaya yang diperlukan untuk membiayai penyediaan pelayanan.
- b. Kedua, bagi masyarakat: standar pelayanan minimal dapat dijadikan sebagai acuan mengenai kualitas dan kuantitas suatu pelayanan publik yang disediakan oleh pemerintah (daerah). Sesuai UU Nomor 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, standar pelayanan didefinisikan sebagai tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan

pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggara kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau dan terukur. Pada lampiran Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No: 63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, pengertian pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Penyelenggaraan pelayanan publik adalah instansi pemerintah sedangkan penerima pelayanan publik adalah orang, masyarakat, instansi pemerintah dan badan hukum. Kelompok pelayanan publik dibagi menjadi tiga, yaitu kelompok pelayanan administratif, kelompok pelayanan barang dan kelompok pelayanan jasa yang didalamnya termasuk penyelenggara transportasi.

6. Kepuasan pelanggan

Menurut Kotler (2000), para konsumen membentuk suatu harapan akan nilai dan bertindak berdasarkan hal itu, kenyataannya apakah suatu penawaran memenuhi harapan akan nilai konsumen dan kemungkinan mereka akan membeli kembali, para pembeli akan membeli kembali pada perusahaan yang mereka anggap menawarkan *customer delivery value* yang tinggi.

Fandy Tjiptono (2008) menguraikan, perhatian kepuasan pelanggan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar, semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal tersebut.

Yaslis (2002), penilaian kinerja dapat didefinisikan sebagai proses formal yang dilakukan untuk mengevaluasi tingkat pelaksanaan pekerjaan atau unjuk kerja (*performance appraisal*) seorang personel dan memberikan umpan baik untuk kesesuaian tingkat kinerja.

Menurut Rangkuti (2003), kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap kesesuaian antara tingkat

kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan selama menggunakan beberapa tahapan pelayanan tersebut. Ketidakpuasan yang diperoleh pada tahap awal pelayanan menimbulkan persepsi berupa mutu pelayanan yang buruk untuk tahapan selanjutnya, sehingga pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan serta keseluruhan. Irawan (2003) juga menyatakan bahwa kepuasan pelanggan serta tidak langsung mencerminkan seberapa jauh perusahaan telah merespon keinginan dan harapan pasar. Dalam jangka pendek seringkali, tidak terlihat hubungan antara kepuasan pelanggan dengan tingkat keuntungan, karena kepuasan adalah strategi kepuasan yang bersifat *defensive*, maka kemampuan untuk mempertahankan pelanggan itulah yang akhirnya mempengaruhi keuntungan dalam jangka pendek.

7. Faktor-Faktor Pendukung Kepuasan Pelanggan

Irawan (2003) mengemukakan bahwa terdapat lima komponen yang dapat mendorong kepuasan pelanggan, yaitu:

- a. Kualitas Produk
Kualitas produk menyangkut lima elemen, yaitu *performance*, *reliability*, *conformance*, *durability*, dan *consistency*. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas Pelayanan
Pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang baik yang sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Faktor Emosional
Kepuasan pelanggan didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, dan sebagainya.
- d. Harga
Harga yang murah akan memberikan kepuasan bagi pelanggan yang sensitif terhadap harga karena mereka akan mendapat *value for money* yang tinggi.
- e. Kemudahan
Pelanggan akan semakin puas apabila *relative* mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

8. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang dapat digunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan dan pelanggan pesaing. Tjiptono, Fandi dan Chandra (2005) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

- a. Sistem keluhan dan saran dengan menggunakan kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang diisi langsung maupun yang dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, *website* dan lain-lain.
- b. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*
Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *shopper* untuk berperan sebagai pelanggan potensial produk perusahaan pesaing.
- c. *Lost Customer Analysis*
Sebisanya mungkin perusahaan 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.
- d. Survei kepuasan pelanggan, sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, *e-mail*, *website*, maupun wawancara langsung.

9. Manfaat Mutu Kepuasan Pelanggan

Supranto (2001) menyatakan bahwa pengukuran tingkat kepuasan erat hubungannya dengan mutu produk (barang atau jasa). Pengukuran aspek mutu bermanfaat bagi pemimpin bisnis, antara lain:

- a. Mengetahui dengan baik bagaimana jalannya atau bekerjanya proses bisnis.
- b. Mengetahui dimana harus melakukan perubahan dalam upaya melakukan perbaikan secara terus-menerus untuk memuaskan pelanggan, terutama

untuk hal-hal yang dianggap penting oleh para pelanggan.

- c. Menentukan apakah perubahan yang dilakukan mengarah ke perbaikan (*improvement*).

10. Transportasi

Transportasi adalah pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah wahana yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Transportasi adalah proses pergerakan atau perpindahan orang atau barang dari satu tempat ke tempat lain. Prosesnya dapat dilakukan dengan menggunakan sarana angkutan berupa kendaraan atau tanpa kendaraan.

A. Abbas Salim (2008) mengatakan, transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ketempat lain.

M. N. Nasution (2008) mengatakan, pengangkutan diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Proses pengangkutan merupakan gerakan dari tempat asal, dari mana kegiatan angkutan dimulai, ketempat tujuan, kemana angkutan diakhiri.

Fidel Miro (2004) menguraikan arti transportasi sebagai usaha memindahkan, menggerakkan, mengangkut atau mengalihkan suatu objek dari suatu tempat ke tempat lain, dimana ditempat lain itu objek tersebut lebih bermanfaat atau dapat berguna untuk tujuan-tujuan tertentu.

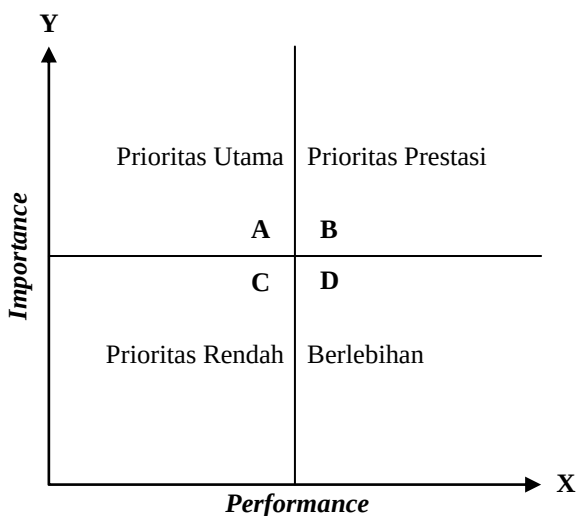
11. Sistem Transportasi

Edward K. Morlok (1988) menguraikan beberapa elemen dasar yang berfungsi pada semua sistem transportasi, yang pertama langsung bersangkutan dengan gerakan suatu benda dari suatu tempat ke tempat lainnya.

Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Transportasi sendiri dibagi 3 yaitu, transportasi darat, laut, dan udara. Transportasi udara merupakan transportasi yang membutuhkan banyak uang untuk memakainya. Selain karena teknologi yang lebih canggih, transportasi udara merupakan alat transportasi tercepat dibandingkan dengan alat transportasi lainnya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan di atas kereta api Argo Parahyangan dengan membagikan kuesioner kepada pengguna KA Argo Parahyangan dengan sistem *sampling* dimana obyek yang diteliti hanya sebagian dari populasi sehingga lebih efisien (Awal Isgianto, 2009) yang meliputi opini pengguna KA Argo Parahyangan terhadap pelayanan yang dirasakan dan pelayanan yang diinginkan/diharapkan. Kuesioner terhadap 200 pengguna KA Argo Parahyangan namun yang dapat diolah hanya 100 responden. Selanjutnya dilakukan proses pengolahan data sebagai bahan analisis dan evaluasi dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif untuk mendapatkan gambaran sekilas mengenai data yang diperoleh sehingga lebih mudah dibaca dan bermakna (Sugiyono, 2005). Analisis untuk menggambarkan karakteristik pengguna KA Argo Parahyangan dengan metode analisis untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna KA Argo Parahyangan yaitu dengan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Melakukan pemetaan atribut dalam dua dimensi, maka atribut-atribut tersebut bisa dikelompokkan dalam salah satu dari empat kuadrat, yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y), dengan X merupakan rata-rata dari jumlah rata-rata skor tingkat kepuasan seluruh atribut atau faktor yang diteliti (Supranto, 1997).



A. Kuadran A (Prioritas Utama)

Kuadran ini merupakan wilayah yang memuat peubah dengan tingkat kepentingan tinggi, tetapi memiliki tingkat kinerja rendah. Peubah-peubah yang masuk pada kuadran ini harus ditingkatkan kinerjanya. Perusahaan harus secara terus menerus melaksanakan perbaikan.

B. Kuadran B (Prioritas Rendah)

Faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap pelanggan telah sesuai dengan apa yang dirasakannya, sehingga tingkat kepuasannya

relatif lebih tinggi. Peubah-peubah yang masuk pada kuadran ini harus tetap dipertahankan dan harus dikelola dengan baik, hal ini dikarenakan semua peubah ini menjadikan produk atau jasa tersebut unggul dimata pelanggan.

C. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Kuadran ini merupakan wilayah yang memuat peubah dengan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja rendah. Peubah-peubah mutu pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh pelanggan dan pihak perusahaan hanya melaksanakan dengan biasa saja. Pihak perusahaan belum merasa terlalu perlu mengalokasikan biaya dan investasi untuk memperbaiki kinerjanya (prioritas rendah). Namun perusahaan juga perlu mewaspadai, mencermati dan mengontrol setiap peubah pada kuadran ini, karena kepentingan pelanggan dapat berubah seiring meningkatnya kebutuhan.

D. Kuadran D (Berlebihan)

Faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Peubah-peubah yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

Untuk menganalisis lebih lanjut tingkat kepentingan dan kepuasan seperti disebut di atas, digunakan *importance-3 grid*, dikembangkan oleh Richard L. Oliver (1997). Model ini adalah matriks dua dimensi yang membandingkan antara persepsi tingkat kepentingan suatu atribut dalam mendorong responden untuk menggunakan sebuah produk (*high and low*) dengan performansi atribut-atribut dari produk tersebut. Pemetaan faktor-faktor ini menggunakan nilai *mean* dari hasil *importance analysis* dan *performance analysis*, yaitu:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Dengan:

- X = skor rata-rata tingkat kepuasan
- Y = skor rata-rata tingkat kepentingan
- X_i = skor penilaian tingkat kepuasan
- Y_i = skor penilaian tingkat kepentingan
- N = jumlah responden

Tabel 1. Interpretasi Hasil Perhitungan CSI

Angka Indeks	Interpretasi	Interpretasi
$X \leq 64\%$	Very Poor	Sangat jelek
$64\% < X \leq 71\%$	Poor	Jelek
$71\% < X \leq 77\%$	Cause for Concern	Dipertimbangkan
$77\% < X \leq 80\%$	Border line	Cukup

Angka Indeks	Interpretasi	Interpretasi
$80\% < X \leq 84\%$	Good	Baik
$84\% < X \leq 87\%$	Verry Good	Sangat baik
$X > 87\%$	Excellect	Sangat-sangat baik

Sumber: www.leadershipsfactors.com

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kereta Api Argo Parahyangan adalah kereta api yang dioperasikan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dengan jurusan Bandung (BD)-Jakarta (GMR) dan sebaliknya. Kereta Api ini merupakan kereta api hasil peleburan KA Argo Gede dan KA Parahyangan yang telah dihentikan pengoperasiannya. KA Argo Parahyangan dioperasikan pertama kali pada Selasa, 27 April 2010 pada pukul 05.30 di Stasiun Bandung dan pukul 05.45 di Stasiun Gambir.

Kereta api Argo Parahyangan merupakan hasil respon PT. KAI (Persero) atas turunnya penumpang kereta api jarak dekat Jakarta-Bandung dan sebaliknya, sehingga PT. KAI (Persero) menggabungkan KA Parahyangan bersama rangkaian KA Argo Gede. Jadi rangkaian bekas KA Parahyangan disambungkan dengan KA api Argo Gede. Tetapi masyarakat tidak mau nama 'Parahyangan' ditiadakan. Akhirnya, PT. KAI (Persero) menggabungkan nama Argo Gede dan Parahyangan menjadi Argo Parahyangan. KA Argo Parahyangan menyediakan layanan kelas eksekutif yang memiliki pendingin udara (AC) dengan menggunakan kereta bekas KA Argo Gede dan kelas bisnis tanpa pendingin udara dengan menggunakan rangkaian kereta bekas KA Parahyangan.

Jumlah Perjalanan

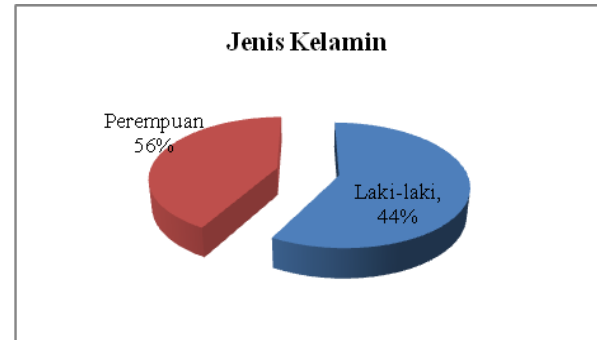
KA Argo Parahyangan beroperasi setiap harinya sekitar 6 kali pada hari biasa dan 7 kali pada akhir pekan dan libur. Perjalanan Jakarta-Bandung sepanjang ± 173 km menelusuri alam pegunungan Priangan Bagian Barat ditempuh dengan waktu rata-rata 3 jam 15 menit. Namun sejak tanggal 30 Desember 2011 K2-nya dihilangkan sehingga kereta api Argo Parahyangan menjadi kereta api Eksekutif seluruhnya dan hanya 2 kali perjalanannya yang masih ditambah kereta api Bisnis Parahyangan yaitu dari Jakarta-Bandung pada jam 10.50 WIB dan jam 17.45 WIB untuk Bandung-Jakarta pada jam 5.00 WIB dan 16.00 WIB. Hal ini dirasakan masyarakat pengguna sangat merasa kurang tersedianya KA Parahyangan dan terlalu lama jarak antara KA Parahyangan yang satu dengan berikutnya (*headway*).

Karakteristik Responden

Karakteristik demografi pelanggan berdasarkan hasil penelitian dibagi 5 kelompok yaitu jenis kelamin, usia, status, pekerjaan dan tingkat pendapatan per bulan, sedangkan aspek pengetahuan penumpang/pelanggan dibagi 8 kelompok yaitu tujuan perjalanan

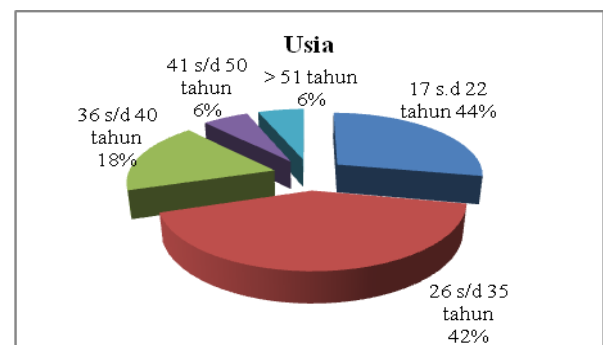
penumpang, frekuensi perjalanan dalam sebulan, alasan menggunakan KA Argo Parahyangan, tanggapan penumpang terhadap penggabungan KA Argo Gede dan KA Parahyangan.

Berdasarkan jenis kelamin penumpang KA Argo Parahyangan didominasi oleh perempuan hingga mencapai 56% sedang laki-laki terdapat 44%.



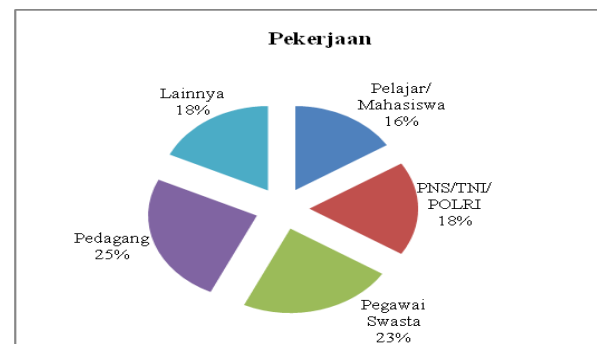
Gambar 1.
Jenis Kelamin Penumpang Argo Parahyangan

Usia penumpang KA parahyangan kebanyakan pada usia produktif yaitu 17 s.d. 22 tahun sebanyak 44%, 26 s.d. 35 tahun sebesar 32%, dan 36 s.d. 40 tahun 18%.



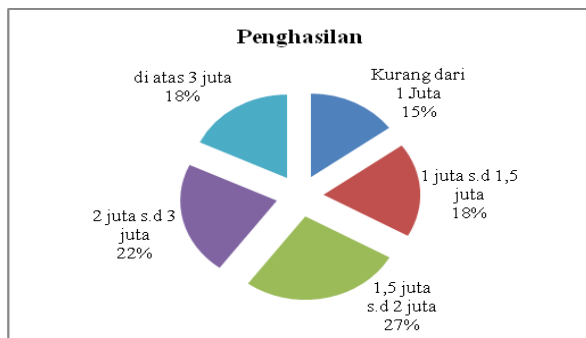
Gambar 2. Usia Penumpang Argo Parahyangan

Penumpang kereta Argo Parahyangan kebanyakan sebagai pedagang 25%, swasta 23%; PNS dan lainnya masing-masing 18% dan mahasiswa dan pelajar terdapat 16%.



Gambar 3.
Pekerjaan Penumpang Argo Parahyangan

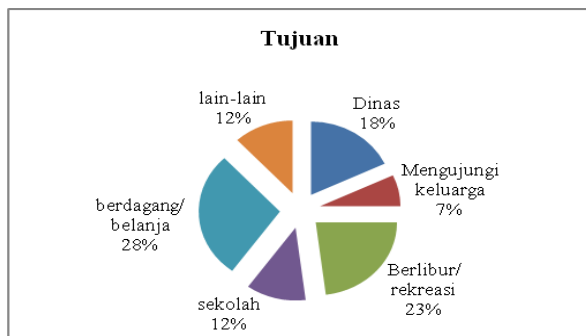
Penghasilan penumpang kereta Argo Parahyangan kebanyakan berpenghasilan di bawah 3 juta 27 %, sedangkan berpenghasilan di atas 3 juta hanya sebesar 18%.



Gambar 4.

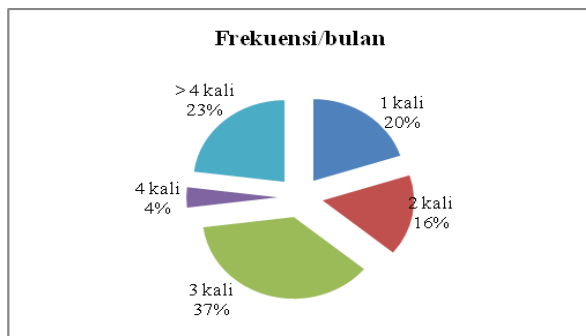
Penghasilan Penumpang Argo Parahyangan

Tujuan pengguna/penumpang KA Argo Parahyangan paling tinggi berdagang/belanja 28%, berlibur/rekreasi 23%, Dinas 18%, sekolah 12%.



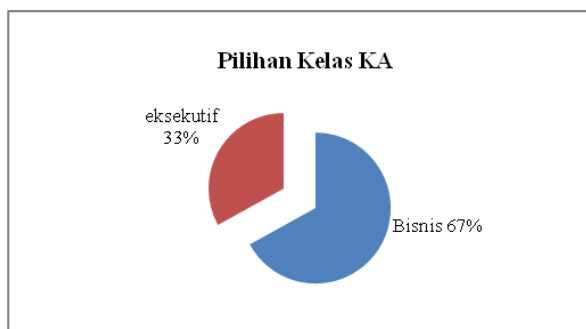
Gambar 5. Tujuan Penumpang Argo Parahyangan

Frekuensi penggunaan kereta Argo Parahyangan dalam sebulan paling banyak adalah 3 kali dalam sebulan sebanyak 37%, dan lebih dari 4 kali 23%.



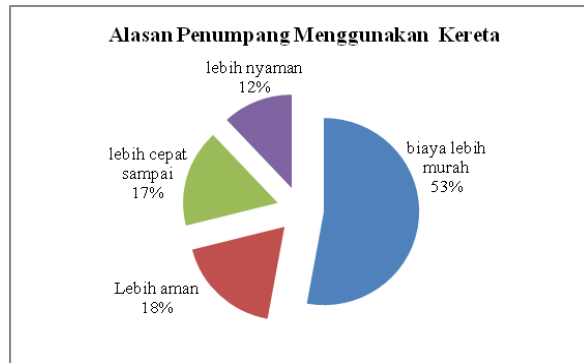
Gambar 6: Frekuensi Penumpang Argo Parahyangan Perbulan

Penumpang lebih memilih menggunakan kereta api bisnis sebesar 67% karena penumpang mayoritas berpenghasilan menengah kebawah dan yang memilih eksekutif hanya 33%.



Gambar 7. Pilihan Kelas KA

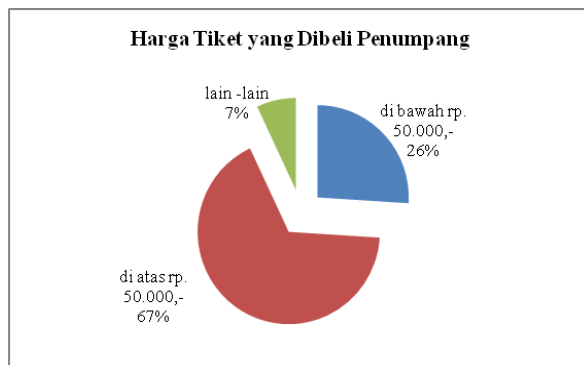
Alasan penumpang menggunakan KA Argo Parahyangan adalah biaya lebih murah mencapai 53%, lebih aman 18%, lebih cepat sampai 17% dan lebih nyaman hanya 12%.



Gambar 8.

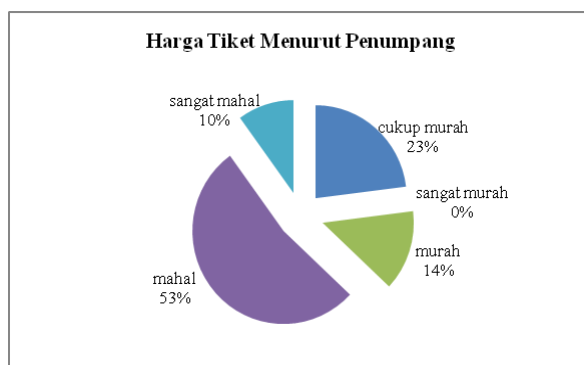
Alasan Penumpang Menggunakan Kereta

Harga tiket yang banyak dibeli penumpang kereta Argo Parahyangan di atas Rp. 50.000,- mencapai 67%, di bawah Rp. 50.000,- sebesar 26% dan lain-lain 7%.



Gambar 9. Harga Tiket yang Dibeli Penumpang

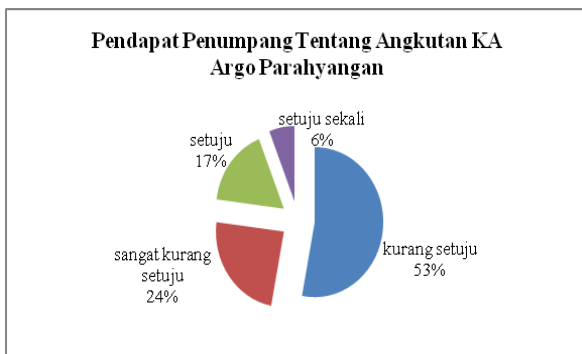
Harga tiket yang berlaku pada KA Argo Parahyangan menurut pendapat penumpang mahal mencapai 53%, cukup murah 23 %, sangat mahal 10% dan murah 14 %.



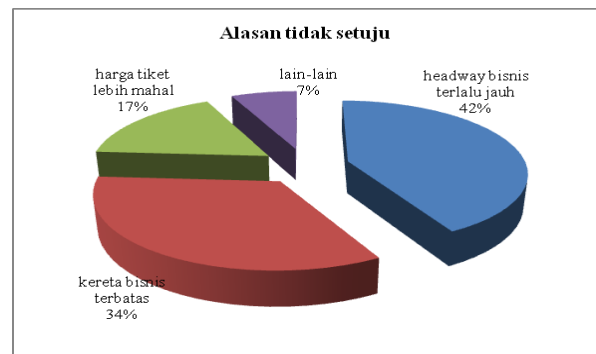
Gambar 10.

Harga Tiket yang Dibeli Menurut Penumpang

Adanya penggabungan KA menjadi kereta Argo Parahyangan 53% penumpang merasa kurang setuju, sangat kurang setuju 24%, setuju 17%, serta setuju sekali 6%.



Gambar 11. Pendapat Penumpang Tentang Angkutan KA Argo Parahyangan



Gambar 12. Alasan Penumpang Tidak Setuju

Alasan penumpang tidak setuju 42% menyatakan *headway* bisnis terlalu jauh, kereta bisnis terbatas 34%, dan harga tiket lebih mahal 17% dan lain-lain 7%.

Analisis Customer Satisfaction Indeks (CSI)

Hasil perhitungan nilai rata-rata tingkat kepuasan dan kepentingan (persepsi) untuk setiap aspek pelanggan.

Tabel 2. Analisis Customer Satisfaction Index

Kode	Aspek Pelayanan	Perhitungan CSI															
		Kepentingan								Kepuasan							
		1	2	3	4	5	Total	Mean Importance Score (MIS)	Weight Factor (WF)	1	2	3	4	5	Total	Mean Satisfaction Score (MSS)	Weighted Score (%)
V1	Kemudahan boarding pass	22	54	24	0	0	100	2.020	0.034	0	24	27	27	22	100	3.470	0.118
V2	Kenyamanan tempat duduk	14	50	36	0	0	100	2.220	0.038	0	23	21	23	33	100	3.660	0.137
V3	keamanan waktu membeli tiket	16	42	42	0	0	100	2.260	0.038	3	37	25	12	23	100	3.150	0.120
V4	Kemudahan mendapatkan tiket	18	50	32	0	0	100	2.140	0.036	0	22	34	24	20	100	3.420	0.124
V5	keamanan waktu naik/turun kereta api	16	41	43	0	0	100	2.270	0.038	0	21	27	12	22	82	3.427	0.131
V6	kemudahan naik turun kereta api	13	59	23	5	0	100	2.200	0.037	0	33	55	12	0	100	2.790	0.104
V7	Sistem pengembalian uang pembatalan naik kereta	18	68	14	0	0	100	1.960	0.033	0	21	25	24	36	106	3.708	0.123
V8	Kemudahan pengambilan uang pembatalan tiket	12	62	23	3	0	100	2.170	0.037	0	23	26	23	28	100	3.560	0.131
V9	ketersediaan tempat sampah di ruang tunggu	8	50	26	12	4	100	2.540	0.043	0	12	41	26	21	100	3.560	0.153
V10	ketersediaan tempat duduk dalam kereta	22	58	20	0	0	100	1.980	0.033	0	28	22	26	24	100	3.460	0.116
V11	Kenyamanan dalam kereta	12	56	10	18	4	100	2.460	0.042	0	23	18	26	33	100	3.690	0.153
V12	kecepatan pemberian informasi kedatangan dan keberangkatan kereta	13	43	18	16	10	100	2.670	0.045	0	18	34	24	24	100	3.540	0.160
V13	Kecepatan petugas apabila terjadi kejahatan	14	59	17	10	0	100	2.230	0.038	0	13	17	37	33	100	3.900	0.147

Kode	Aspek Pelayanan	Perhitungan CSI																
		Kepentingan								Kepuasan								
		1	2	3	4	5	Total	Mean Importance Score (MIS)	Weight Factor (WF)	1	2	3	4	5	Total	Mean Satisfaction Score (MSS)	Weighted Score (%)	
V14	ketepatan waktu tempuh	14	64	16	6	0	100	2.140	0.036	0	24	20	23	33	100	3.650	0.132	
V15	headway/jarak waktu perjalanan kereta	18	56	16	6	4	100	2.220	0.038	0	0	6	16	78	100	4.720	0.177	
V16	ketersediaan jumlah kereta kelas bisnis	14	56	23	7	0	100	2.230	0.038	0	0	0	28	72	100	4.720	0.178	
V17	daftar/jadwal KA Argo Parahyangan	13	57	24	6	0	100	2.230	0.038	0	17	24	43	16	100	3.580	0.135	
V18	Petugas memberikan informasi jelas dan mudah dimengerti	17	56	17	6	4	100	2.240	0.038	0	16	32	24	28	100	3.640	0.138	
19	kecepatan petugas membantu penumpang naik/turun penumpang	13	56	21	5	5	100	2.330	0.039	0	8	28	29	35	100	3.910	0.154	
V20	keramahan petugas menjual tiket	12	59	18	6	5	100	2.330	0.039	0	17	21	33	29	100	3.740	0.147	
V21	keramahan petugas melayani penumpang	16	43	33	8	0	100	2.330	0.039	0	12	8	32	48	100	4.160	0.164	
V22	terdapat petugas keamanan di dalam kereta	13	37	41	7	2	100	2.480	0.042	0	26	24	22	28	100	3.520	0.147	
V23	Keramahan petugas menghadapi keluhan penumpang	13	56	20	7	4	100	2.330	0.039	0	26	23	28	23	100	3.480	0.137	
V24	harga tiket yang ditawarkan	14	57	16	6	7	100	2.350	0.040	0	53	33	13	1	100	2.620	0.104	
V25	kebersihan tempat menunggu di stasiun	12	53	26	6	3	100	2.350	0.040	0	24	23	28	25	100	3.540	0.141	
V26	Kebersihan fasilitas didalam kereta	15	47	18	12	8	100	2.510	0.042	0	22	24	26	28	100	3.600	0.153	
	Nilai Rata-Rata	Sumbu Ordinat						2.277		Sumbu Absis						3.624		
	Nilai CSI (%)								0.755									

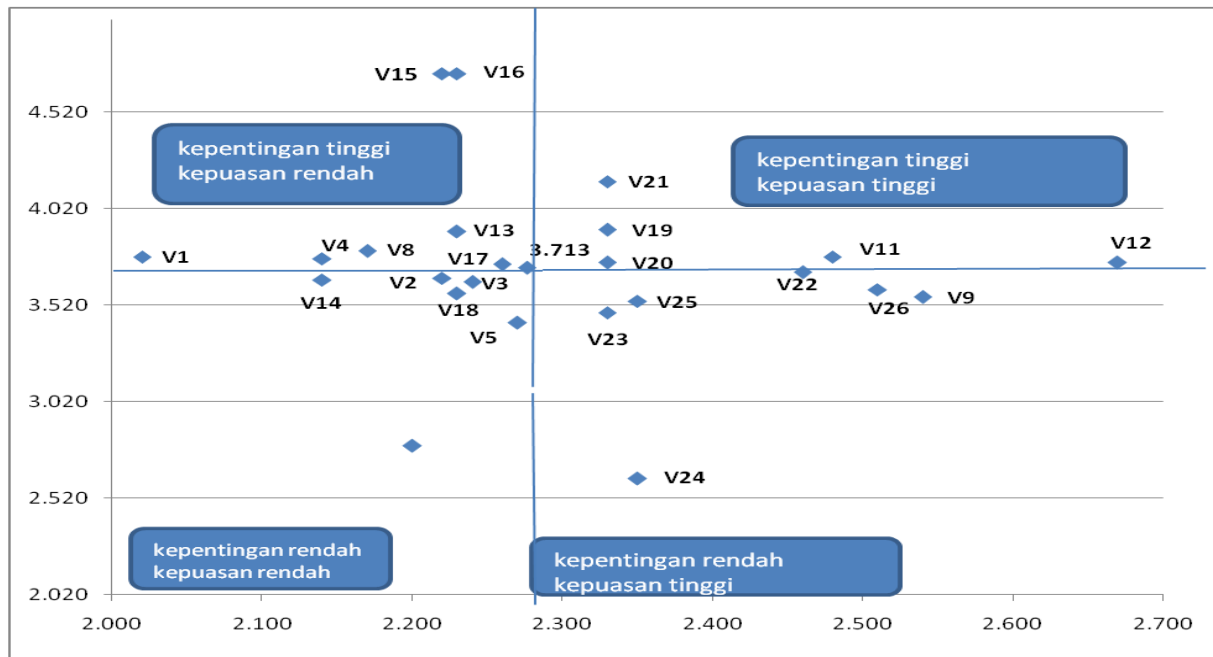
Nilai CSI Pelayanan KA Argo Parahyangan sebesar 75,5 yang diinterpretasikan sebagai “Cause for Concern”.

faktor-faktor apa saja yang sesungguhnya masih perlu ditingkatkan atau tidak perlu terlalu mendapatkan perhatian.

Importance Performance Analysis (IPA)

Dari hasil analisis CSI tersebut dapat dikelompokkan menggunakan grafik (IPA) untuk mengetahui

Gambar 13. Grafik *Importance Performance Analysis* (IPA)



Berdasarkan Diagram IPA maka faktor-faktor berkaitan dengan tingkat pelayanan KA Argo Parahyangan dapat dikelompokkan dalam masing-masing kuadran sebagai berikut:

Kuadran A (Prioritas Utama) terdapat 8 variabel antara lain:

- V.1 Kemudahan *boarding pass*
- V.4 Kemudahan mendapatkan Tiket
- V.8 Kemudahan pengambilan uang pembatalan tiket
- V.13 Kecepatan petugas apabila terjadi kejahatan
- V.15 *Headway*/jarak waktu perjalanan kereta bisnis
- V.16 Ketersediaan kereta kelas Bisnis
- V.17 Daftar/Jadwal kereta Argo Parahyangan

Atribut-atribut yang berada dalam kuadran ini harus lebih diprioritaskan dan diperbaiki, sehingga kinerjanya meningkat dan menjadi lebih baik lagi, karena atribut-atribut ini memiliki nilai kepentingan yang tinggi bagi konsumen, namun kinerjanya masih kurang memuaskan penumpang KA Argo Parahyangan.

Kuadran B (Prestasi): Pertahankan kinerja/prestasi dengan kepuasan tinggi dan harapan tinggi terdapat 5 variabel adalah :

- V.11 Kecepatan pemberian informasi kedatangan dan keberangkatan kereta
- V.12 Ketepatan kedatangan /keberangkatan kereta api
- V.19 Kecepatan petugas membantu penumpang naik/turun kereta
- V.20 Kebersihan tempat menunggu di stasiun
- V.21 Keramahan petugas penjual tiket

Atribut-atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini merupakan atribut-atribut yang dianggap penting

oleh penumpang KA Argo Parahyangan dan kinerja pada atribut ini juga sudah sangat baik, sehingga penumpang merasa puas.

Kuadran C (Prioritas Rendah) yaitu mempunyai tingkat kepuasan rendah dan kepentingan rendah terdapat 6 variabel antara lain:

- V.2 Kenyamanan tempat duduk
- V.3 Keamanan waktu membeli Tiket
- V.5 Keamanan waktu naik turun kereta api
- V.6 Kemudahan naik turun kereta api
- V.18 Petugas memberikan informasi jelas dan mudah dimengerti penumpang kereta api

Atribut-atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini merupakan atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pengguna/penumpang KA Argo Parahyangan dan kinerjanya pada atribut ini juga kurang begitu diperhatikan karena atribut-atribut pada kuadran tiga merupakan atribut-atribut yang kurang berpengaruh terhadap kepuasan penumpang kereta Argo Parahyangan.

Kuadran D (Berlebih): Tingkat kinerja tinggi dan kepentingan rendah terdapat 6 variabel

- V.9 Ketersediaan tempat duduk dalam kereta
- V.22 Keramahan petugas melayani penumpang
- V.23 Terdapatnya petugas keamanan didalam kereta
- V.24 Keramahan petugas kereta api dalam menghadapi keluhan penumpang
- V.25 Harga tiket yang ditawarkan
- V.26 Kebersihan tempat menunggu di stasiun

Kuadran ini menunjukkan atribut yang dirasa kurang penting oleh pelanggan, tetapi kinerjanya dilakukan dengan baik sehingga pelanggan menilai kinerja tersebut dirasakan berlebihan.

KESIMPULAN

Karakteristik penumpang KA Argo Parahyangan mayoritas adalah perempuan (56%), usia antara 17-25 tahun (44%), pekerjaan pedagang (25%), berpenghasilan Rp. 1,5 juta s.d Rp. 2 juta sebesar (27%), tujuan penumpang paling banyak belanja untuk berdagang sebesar 28%, alasan menggunakan KA Argo Parahyangan lebih murah mencapai 53%, penumpang lebih memilih kereta kelas bisnis mencapai 67%, penumpang membeli tiket di atas Rp. 50.000,- mencapai 67%, harga tiket mahal mencapai 53%, kurang setuju adanya penggabungan antara Parahyangan dengan Argo Gede 53%, alasan tidak setuju penggabungan karena *headway* kereta kelas bisnis terlalu jauh mencapai 42% dan terbatasnya kereta kelas bisnis mencapai 34%. Nilai CSI pelayanan KA Argo Parahyangan 75,5 berdasarkan interpretasi hasil perhitungan CSI maka angka indeks 75,5 diinterpretasikan sebagai "*Cause for Concern*" ini berarti keseluruhan aspek pelayanan KA Argo Parahyangan harus dipertimbangkan, hal ini terlihat dari 26 variabel yang harus ditingkatkan terdapat 8 variabel yaitu kemudahan *boarding pass*, kemudahan mendapatkan tiket; kemudahan pengambilan uang pembatalan tiket, kecepatan petugas apabila terjadi kejahatan; *headway*/jarak waktu perjalanan KA kelas bisnis, ketersediaan kereta kelas bisnis; dan Daftar/Jadwal KA Argo Parahyangan.

SARAN

Dirjen Perkeretaapian sebagai regulator dan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) khususnya Daop I Jakarta dan Daop II Bandung sebagai operator agar dapat meningkatkan pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan penumpang kereta api Argo Parahyangan dengan memperhatikan aspek-aspek pelayanan KA Argo Parahyangan dengan mempertahankan yang mempunyai tingkat kepentingan tinggi, dan memperbaiki aspek-aspek pelayanan yang mempunyai tingkat kepentingan tinggi namun masih dinilai kurang memuaskan. *Boarding pass* dapat lebih dipermudah cukup menunjukkan nomor *booking* tanpa harus menukarkan tiket lebih dulu sehingga menghemat waktu. Perlunya penambahan perjalanan kereta api khususnya pada hari minggu dan libur sehingga penumpang mudah mendapatkan tiket, khususnya kelas bisnis mengingat bahwa 67% penumpang lebih memilih kelas bisnis. Kesigapan petugas ditingkatkan sebagai antisipasi terjadi kejahatan, dan pengembalian uang pembatalan tiket diharapkan lebih mudah, penumpang tidak harus menunggu 2 bulan kedepan untuk mendapatkan uang ganti, sedangkan uang sudah dipotong 25%, serta jadwal kereta diperjelas dan di tempat yang

mudah dilihat. *Headway* KA kelas Bisnis/KA Parahyangan lebih dipercepat dan setiap perjalanan KA Argo Parahyangan disertakan KA kelas bisnis, mengingat bahwa 67% penumpang lebih memilih kelas bisnis dengan alasan harga lebih murah sehingga penumpang tidak terlalu lama menunggu kereta kelas bisnis, hal ini disebabkan saat ini dalam satu hari hanya dua kali perjalanan KA Argo Parahyangan yang disertai kelas bisnis, itupun hanya 2 kereta dari Jakarta pada jam 10.50 dan jam 17.45 WIB, sedangkan dari Bandung pada jam 5.00 dan 16.00 WIB, hal ini dirasa penumpang sangat kurang. Kedepan diharapkan dapat ditambah kereta dalam satu rangkaian yang saat ini hanya tersedia 6 kereta dengan 4 kelas eksekutif dan 2 kereta kelas bisnis menjadi 8 kereta dengan 4 kereta kelas eksekutif dan 4 kereta kelas Bisnis dan perlu adanya penambahan jadwal perjalanan kereta Argo Parahyangan khususnya pada hari libur mengingat bahwa Bandung merupakan kota tujuan utama wisata dan pendidikan, yang setiap liburan sekolah dan penerimaan sekolah berduyun-duyun masyarakat melakukan perjalanan menuju Bandung dengan maksud mendaftar sekolah atau sekedar liburan dengan berwisata kuliner dan berbelanja.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Salim. 2008. *Manajemen Transportasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Fandy, Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy.
- Irawan, H. 2003. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Isgianto, Awal. 2009. *Teknik Pengambilan Sampel*. Buku Kesehatan.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. 2000. *Marketing Management*. New Jersey: The Millenium Edition, Prentice Hall International Edition.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lovelock dan Writz. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta.
- Miro, Fidel. 2004. *Pengantar Sistem Transportasi, More Details*.
- Morlok, Edward K 1988. *Pengantar Teknik dan Perencanaan Transportasi*.
- Nasution. (2008). *Manajemen Transportasi*. Cetakan Pertama. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Oentarto, et al. 2004. *Standar Pelayanan Minimal*. Jakarta.
- Oliver. Richard L. 1997. *Satisfaction : A Behaviorral Perspective on The Consumer*. Mc Crow Hill.

- Rangkuti, F. 2008. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Siagian, Sondang. P. 2005. *Sistem Informasi Manajemen*. Edisi 2. Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2005. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sukesi. 2011. *Analisis Konsekuensi Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Propinsi Jawa Timur*. Surabaya: Fakultas Ekonomi, Universitas Dr. Soetomo.
- Supranto, J. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Terry, Goerge R. 2006. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Bumi Aksara.
- Tjiptono, J. dan Chandra. G. 2005. *Service, Quality Statisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. 2003. *Metode Riset Perilaku Kosumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyu, Hermanto Andi. 2008. *Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Terhadap Pelayanan Terminal Peti Kemas Semarang*. Tesis.
- Yaslis. 2002. *Kiat Sukses Manajemen Team Kerja*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Zilhardi, Idris. 2009. *Studi Tingkat Kepuasan "Pengguna Angkutan Umum di DIY"*. Surakarta: Fakultas Teknik, Universitas Muhamadiyah Surakarta.
- Undang-undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik.

