

## ANALISIS PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PILIHAN MODA TRANSPORTASI UDARA DI BANDAR UDARA MUARA BUNGO

*Sucitra Wijaya, Ari Andrial, Budi Eka Dharma*

[sucitra.wijaya19@gmail.com](mailto:sucitra.wijaya19@gmail.com), [bedahrc@gmail.com](mailto:bedahrc@gmail.com)

### ABSTRAK

Pada masa sekarang ini transportasi udara berubah dengan cepat, dimana salah satu pilihan jasa transportasi yang sangat cepat dan menghemat waktu adalah melalui jasa angkutan udara. Penyedia jasa ini perlu meningkatkan kinerja dan pelayanannya dengan memenuhi kebutuhan pelanggan. Persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan bandar udara hanyalah salah satu dari beberapa faktor, misalnya fasilitas dari bandara itu sendiri. Maksud dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap moda transportasi udara Muara Bungo dan faktor mana yang paling dominan mempengaruhi masyarakat.

Penelitian ini akan menganalisis tingkat pengaruh masyarakat terhadap pemilihan moda transportasi udara menggunakan analisis Skala Likert yang bertujuan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena dan menggunakan analisis Customer Satisfaction Index (CSI) yang gunanya mengetahui tingkat pengaruh kepuasan masyarakat secara keseluruhan terhadap Bandar udara Muara Bungo.

Berdasarkan hasil perhitungan kuesioner maka didapat nilai indeks tingkat pengaruh masyarakat adalah 0.76 atau 76% nilai ini terdapat pada range 0.66 - 0.80. Berdasarkan indeks CSI sebesar 76% ini berarti secara keseluruhan responden sudah berpengaruh terhadap kepuasan bandar udara Muara Bungo dan dari hasil Skala Likert bahwa hasil kuesioner yang paling dominan mempengaruhi masyarakat adalah kuesioner nomor 2 sebesar 430 rentang skala yaitu karena jarak lokasi lebih dekat sehingga waktu dan biaya juga dapat lebih efisien.

**Kata kunci:** Persepsi, Transportasi Udara, Bandar Udara, Muara Bungo

---

### 1. PENDAHULUAN

Menurut International Air Transport Association (IATA), potensi industri penerbangan Indonesia sangat besar dan pada 2034 diperkirakan masuk dalam daftar enam besar untuk perjalanan udara. Tidak dipungkiri, dalam beberapa tahun terakhir jasa angkutan udara laris manis di provinsi Jambi. Provinsi Jambi saat ini memiliki tiga bandar udara yakni Sultan Thaha yang rencananya akan ditingkatkan menjadi bandara Internasional. Kemudian dua bandara ada di kabupaten Kerinci dan Bungo akan ditingkatkan fasilitas pendukungnya.

Munculnya transportasi udara di Muara Bungo membuat masyarakat Jambi khususnya Muara Bungo memiliki banyak pilihan terhadap transportasi udara ditambah lagi jarak transportasi udara di provinsi tetangga tidak terlalu jauh dengan masyarakat Jambi. Semakin banyak pilihan masyarakat terhadap transportasi udara maka masyarakat lebih bias selektif dalam pemilihan jasa transportasi udara.

Bandara Muara Bungo yang baru diresmikan beberapa tahun terakhir, tentunya masih memiliki kekurangan dibandingkan dengan bandara tetangga. Diantaranya sarana dan prasarana bandar udara Muara Bungo belum selengkap bandar udara Sultan Thaha yang telah lama diresmikan dan masih ada fasilitas yang belum digunakan dengan maksimal, sisi lain keamanan pada Bandar udara Muara Bungo belum begitu memadai, tentunya mengganggu kenyamanan pengguna transportasi udara Muara Bungo dan hal itu kurang diperhatikan oleh pihak Bandar udara Muara Bungo. Kemudian rute penerbangan di bandar udara Muara Bungo hanya melakukan rute penerbangan Muara Bungo Jakarta yang dilakukan satu kali dalam sehari.

Adanya beberapa keluhan di lapangan yang berhubungan dengan masih tingginya harga tiket pesawat bandar udara Muara Bungo, ini dapat dilihat pada lampiran harga tiket. Persepsi Harga juga merupakan salah satu faktor utama yang menentukan masyarakat dalam menggunakan suatu jasa karena tarif berkaitan dengan besarnya pendapatan masyarakat yang dikorbankan untuk memutuskan menggunakan transportasi udara jika tarif harga tinggi, masyarakat semakin berpikir dua kali untuk menggunakan jasa tersebut, tetapi jika tarif harga dari suatu jasa semakin rendah, masyarakat akan memanfaatkan sarana transportasi tanpa berpikir panjang dan tidak memerlukan pertimbangan.

## 2. METODOLOGI

Lokasi penelitian dilakukan di Bandara Muara Bungo. Dalam melakukan penelitian ini, penelitian dilakukan selama 2 minggu (14 hari) tepatnya ketika mencapai 100 responden pada pukul 08.00-11.00 WIB tepatnya di saat masyarakat menunggu kedatangan pesawat di bandara Muara Bungo, dengan sampel dipilih secara acak melalui metode *Purposive Sampling* yang dirumuskan melalui:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad \dots(1)$$

Dengan:

$n$  = Jumlah Sampel

$N$  = Ukuran populasi

$e$  = Margin error

Dengan menggunakan standard deviasi ( $d$ ) 10%.

Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang dibagikan kepada setiap responden. Kuesioner berupa pilihan-pilihan ganda dengan menggunakan skala likert. Analisis data kuesioner dilakukan melalui 3 tahap;

1. Analisis rentang nilai pada skala likert,
2. Penentuan Rentang Skor, dan
3. *Customer Satisfaction index (CSI)*.

### 2.1. ANALISIS RENTANG NILAI SKALA LIKERT

Selanjutnya analisis data dilakukan dengan menggunakan Skala Likert, yang rentang nilai skalanya didasarkan pada persamaan berikut:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} \quad \dots(2)$$

Dimana:

$RS$  = Rentang Skala

$n$  = Jumlah Sampel

$m$  = Jumlah alternative jawaban item.

## 2.2. PENENTUAN RENTANG SKOR

Adapun rentangskor dari skala kuesionernya akan didapatkan melalui persamaan:

$$\text{Rentang Skor Terendah} = n \times \text{skor terendah} \quad \dots(3)$$

$$\text{Rentang Skor Tertinggi} = n \times \text{skor tertinggi} \quad \dots(4)$$

## 2.3. CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)

Analisis data lebih lanjut dilakukan dengan menggunakan metode *CSI*, yang secara bertahap dapat dikerjakan sebagai berikut:

1. Menentukan Mean Important Score (MIS) atau rata-rata, nilai persepsi kepuasan yang berasal dari rata-rata persepsi tiap masyarakat.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad \dots(5)$$

Dengan:

$n$  =Jumlah konsumen

$Y_i$  = Nilai persepsi atribut Y kei

2. Membuat Weight Factors (WF) atau Faktor Berat. Bagian ini merupakan prosentase MIS per atribut terhadap berat MIS sebagai berikut:

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p} \times 100\% \quad \dots(6)$$

3. Membuat Weight Score atau Score Berat Bagian ini merupakan perkalian antara Factor Berat dengan Rata-rata Tingat keinginan masyarakat (*Mean Satisfaction Score = MSS*).

$$WSI = WFI \times MSS \quad \dots(7)$$

4. Menentukan Customer Satisfaction Index (CSI)

$$CSI = \frac{\sum WSI}{HS} \quad \dots(8)$$

Dengan  $HS$  adalah skala tertinggi yang digunakan.

## 3. HASIL PEMBAHASAN

Menggunakan metode *Purposive Sampling*, didapatkan dari seluruh penumpang rata-rata harian, dipilih 100 konsumen yang dipilih secara acak, yang akan mengisi kuesioner berskala Likert dengan 80 rentang skala. Hasil perhitungan rentang skor menunjukkan skor tertinggi sebesar 500 dan skor terendah sebesar 100, sehingga kategorisasi rentang skornya dapat dikelompokkan sebagai berikut:

**Tabel 1.** Rentang Skor

<b>Rentang</b>	<b>Kategori</b>
100 – 180	sangat tidak terpengaruh
180 – 260	tidak terpengaruh
260 – 340	netral/kurang terpengaruh
340 – 420	cukup terpengaruh
420 – 500	sangat terpengaruh

Analisis terhadap skala likert yang didapatkan dari kuesioner menunjukkan tingkat persepsi keseluruhan yang ditampilkan dalam tabel 2:

**Tabel 2.** Tingkat persepsi keseluruhan

<b>No</b>	<b>Tingkat Persepsi</b>					<b>Jumlah Bobot</b>	<b>Skor Rata-Rata</b>
	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>		
1	42	43	13	0	2	423	4,23
2	43	46	9	2	0	430	4,3
3	28	32	30	6	4	374	3,74
4	31	42	25	2	0	402	4,02
5	34	26	25	15	0	379	3,79
6	13	34	42	6	5	344	3,44
7	13	30	35	17	5	329	3,29
8	13	45	34	5	3	360	3,6
9	14	32	31	16	7	330	3,3
10	19	68	13	0	0	406	4,06
11	23	42	31	3	1	383	3,83
<b>Σ</b>						4160	41,6

Dari tabel 2, dapat ditarik kesimpulan pada setiap nomornya, yang secara berurutan dijelaskan sebagai berikut:

1. Masyarakat sangat terpengaruh memilih Bandara Muara Bungo karena jaraknya lebih dekat dari bandara yang lainnya.
2. Masyarakat sangat terpengaruh Memilih Bandara Muara Bungo Karena jarak lokasi lebih dekat dapat lebih menghemat waktu dan uang dari pada Bandara yang jauh dari tempat tinggal.
3. Masyarakat sangat terpengaruh Memilih Bandara Muara karena Rasa suka dan ingin mencoba bandara Muara Bungo.
4. Masyarakat cukup terpengaruh Memilih Bandara Muara karena Gaya hidup masyarakat masa kini yang semakin modern dan berkembang mempengaruhi persepsi anda untuk memilih Bandara Muara Bungo.
5. Masyarakat cukup terpengaruh Memilih Bandara Muara karena masyarakat merasa Puas dengan pelayanan Bandara Muara Bungo.

6. Masyarakat kurang terpengaruh Memilih Bandara Muara karena pelayanan Bandara muara Bungo memberikan kenyamanan.
7. Masyarakat cukup terpengaruh Memilih Bandara Muara karena fasilitas Bandara Muara Bungo (gedung terminal, ruang tunggu, counter chek-in, toilet, jalan dll) di Bandara menarik dilihat.
8. Masyarakat kurang terpengaruh memilih Bandara Muara karena status fasilitas Bandara berpengaruh saat anda menggunakan Bandara Muara Bungo.
9. Masyarakat cukup terpengaruh Memilih Bandara Muara karena image/citra pesawat Bandara Muara Bungo di masyarakat cukup baik.
10. Masyarakat cukup terpengaruh Memilih Bandara Muara karena image /citra karyawan Bandara Muara Bungo di masyarakat cukup baik.

Lebih lanjut, Berdasarkan hasil perhitungan kuesioner maka didapat nilai indeks tingkat pengaruh persepsi kepuasan masyarakat terhadap bandar udara Muara Bungo adalah 0.76 atau 76%. Berdasarkan range CSI, hal ini berarti persepsi kepuasan masyarakat total terletak di range 0.66 - 0.80 yang berarti tingkat persepsi kepuasan masyarakat sudah berpengaruh terhadap kinerja bandar udara Muara Bungo, Sampai saat ini bandar udara Muara Bungo telah berhasil mempengaruhi responden sebesar 76%. Meskipun begitu, hasil penelitian ini juga menunjukkan aspek-aspek mana yang dapat diprioritaskan untuk ditingkatkan oleh Bandar Udara Muara Bungo kedepannya.

#### **4. KESIMPULAN**

Secara umum, dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat memilih Bandar Udara Muara Bungo terutama dikarenakan letaknya yang lebih strategis sehingga dapat menghemat biaya, waktu dan tenaga. Hal ini didukung dengan fakta bahwa Bandar Udara Muara Bungo hanya satu-satunya bandara yang berada di tengah-tengah Provinsi Jambi wilayah barat. Bahkan secara jarak, Masyarakat Kabupaten Dharmasraya Sumatera Barat akan lebih dekat mencapai bandara ini dibandingkan bandara lainnya. Kecenderungan pemilihan akibat lokasi ini lebih tinggi dibandingkan memilih karena aspek pelayanan atau pun fasilitas.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih ditujukan kepada seluruh manajemen instansi Bandar Udara Muara Bungo yang telah memfasilitasi peneliti dalam pelaksanaan penelitian ini, sehingga penelitian dapat berjalan lancar tanpa hambatan yang signifikan.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Aji Wahyu Kartika. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Pada Pasien Klinik As Syifa Di Kabupaten Bekasi). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Dananjaya, Raditya Maharsyi. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Pelanggan Maskapai Batavia Airdi Bandara Ahmad Yani Semarang : Semarang

- Ghufran Abdurrahman. 2014. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Penerbangan Pt. Garuda Indonesia Di Semarang). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ilahidaya Reski. (2014). Efek Faktor Sosial Dan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian E-Ticket Maskapai Lion Air Di Kota Makassar. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Khisty Jotin C dan Kent Lal B. (2005). Dasar-dasar Rekayasa Transportasi. Ciracas, Jakarta : Erlangga
- Kotler Philip dan Gary Amstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1 Jl. H. Baping Raya. No. Jakarta 100: Erlangga,.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 2: Erlangga.
- Nidayati Ayu dwi.dkk.(2010). Panduan penulisan skripsi atau Tugas Akhir. Jakarta: Universitas Paramadina
- Noorani Adinta. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Kereta Api Argo Muria (Studi Pada Pt. Kereta Api Indonesia Daop Iv Semarang). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Pristanto Yanuar. dkk. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap Pada Hotel Bintang Mulia Jember (Analys Factors That Influence Stay Overnight Decision At Bintang Mulia Hotel Jember): Universitas Jember (Unej).
- Siregar Sofyan. (2012). Statistika Deskriptif Untuk penelitian. Jakarta: Rajawali pers.
- Teguh saryono. (2015). Analisis kepuasan penumpang terhadap pelayanan jasa transportasi ojek (studi kasus kabupaten bungo).Jambi: Universitas Muara Bungo.
- Zakaria Shandy Ibnu. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Transportasi (Studi Kasus Pada Pengguna Bus Trans Jogja Di Kota Yogyakarta). Semarang : Universitas Diponegoro.