

## Analisis Rencana Tarif Angkutan Umum Kereta Api Bandara Berdasarkan Ability To Pay (ATP) Dan Willingness To Pay (WTP)

**Septian Aryatama**

Magister Manajemen Transpor Institut Transportasi dan Logistik (ITL) Trisakti, Indonesia

Email: [septian@ppi.ac.id](mailto:septian@ppi.ac.id)

### Abstrak

Bandara Adi Sumarmo merupakan bandara yang terletak di Kota Boyolali, Jawa Tengah. PT Angkasa Pura I selaku pengelola bandara mencatat pada tahun 2017, Bandara Adi Soemarmo Solo menjadi yang tertinggi pertumbuhan penumpangnya yang mencapai 27,2 persen atau telah melayani 2,78 juta penumpang dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya yang mencapai 2,18 juta penumpang datang dan pergi. Hingga saat ini akses menuju bandara masih menggunakan taksi dan kendaraan pribadi serta pengguna kereta api harus berganti moda untuk menuju bandara yang berarti menambah biaya dan waktu. Untuk memudahkan akses konektivitas, telah dibangun kereta bandara. Yang penting dalam memberikan jasa transportasi adalah besaran yang ditentukan. Penetapan tarif harus memperhatikan kemampuan membayar (Ability To Pay) dan Kemauan Membayar bagi pengguna jasa kereta api.

**Kata Kunci:** *KA Bandara, Kemampuan Membayar, Kemauan Membayar.*

### Abstract

Adi Sumarmo Airport is an airport located in Boyolali City, Central Java. PT Angkasa Pura I as airport manager noted that in 2017, Adi Soemarmo Solo Airport was the highest for passenger growth which reached 27.2 percent or had served 2.78 million passengers compared to the same period of the previous year which reached 2.18 million passengers come and go. Until now, access to the airport still uses taxis and private vehicles and train users must change modes to get to the airport, which means increasing costs and time. To facilitate access to connectivity, airport trains have been built. The important thing in providing transportation services is the amount determined. Tariff determination must pay attention to the ability to pay (Ability To Pay) and Willingness To Pay for train service users.

**Keywords:** *Airport Railway, Ability to Pay, Willing to Pay*

### PENDAHULUAN

Transportasi telah berkembang menjadi kebutuhan manusia yang mendasar. Saat ini transportasi merupakan sebuah simbol maju atau tidaknya sebuah negara, karena kelancaran aktivitas ekonomi sangat dipengaruhi oleh perkembangan transportasi sehingga pembangunan di sektor transportasi lebih mendapat perhatian dari pemerintah. Bandar Udara menjadi salah satu akses keluar masuk yang menghubungkan suatu wilayah dengan wilayah lain baik antar provinsi (nasional) maupun antar negara (internasional). Dengan didukung sarana dan prasarana yang memadai dapat mempermudah dan mempercepat proses perpindahan manusia dan barang di suatu bandara. Bandara Adi Sumarmo adalah bandara internasional di Kabupaten Boyolali. Berdasarkan data PT Angkasa Pura

I selaku pengelola bandara mencatat pada Tahun 2017, Bandara Adi Soemarmo Solo menjadi yang tertinggi untuk pertumbuhan penumpang yang mencapai 27,2 persen atau telah melayani 2,78 juta penumpang dibandingkan pada periode yang sama tahun sebelumnya yang mencapai 2,18 juta penumpang datang dan berangkat. Perkembangan tersebut tidak diimbangi dengan aksesibilitas yang memadai untuk mendukung percepatan perpindahan lalu lintas pengguna jasa angkutan udara. Sampai saat ini akses ke bandara hanya dapat dijangkau dengan menggunakan jalan umum, sementara jalan umum sering terjadi kemacetan pada jam-jam sibuk.

Belakangan ini transportasi massal sedang menjadi perhatian karena bisa memindahkan orang dalam jumlah banyak yang diharapkan dapat mengurangi kemacetan dan penggunaan kendaraan pribadi. Terkait kebutuhan moda transportasi massal tersebut, perkeretaapian sangat diperlukan untuk menunjang pergerakan manusia karena perkeretaapian merupakan moda transportasi yang mempunyai karakteristik pengangkutan yang menguntungkan yaitu dapat mengangkut secara massal dengan beberapa keunggulan seperti nyaman, aman, cepat, efektif, efisien dan selamat serta bebas macet. Kereta api bandara akan dibangun dengan stasiun utama di Solo Balapan dan di Bandara Adi Sumarmo. Untuk sementara waktu, kereta bernama Solo Ekspres ini akan melayani lintas Solo-Yogyakarta-Kutoarjo. Dalam menetapkan tarif angkutan orang dan barang dengan kereta api perlu memperhatikan kemampuan dan kemauan pengguna jasa kereta api untuk membayar sejumlah uang demi pelayanan jasa yang diberikan.

Tujuan dari penelitian adalah memperkirakan nilai Ability to Pay (ATP) dan Willingness to Pay (WTP) Pengguna jasa kereta Bandara Adi Sumarmo – Solo Balapan. Serta rencana penetapan tarif kereta Bandara Adi Sumarmo – Solo Balapan berdasarkan nilai ATP dan WTP. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa masukan pemikiran diantaranya sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan pasca sarjana bidang manajemen transportasi. Dapat menambah pengetahuan mengenai Ability To Pay dan Willingness To Pay pengguna jasa kereta api Bandara Adi Sumarmo – Stasiun Solo Balapan

Dalam perkembangannya Kota Surakarta sudah terkenal dengan kota wisata dengan ciri khas budaya Jawa. Selain itu juga menjadi kota transit bagi sebagian orang yang bepergian karena lokasinya yang berada tepat di tengah Pulau Jawa. Dukungan bermacam pilihan moda transportasi juga membuat kota ini menjadi tujuan orang bepergian karena bisa diakses lewat jalur darat kereta api dan jalur udara. Maka keberadaan transportasi yang terintegrasi dan berkelanjutan sangat dibutuhkan untuk memperlancar dan mempercepat mobilisasi manusia. Melihat perkembangan tersebut pemerintah lewat Kementerian Perhubungan akan membangun jalur kereta api dari Bandara Solo Balapan dengan Bandara Adi Sumarmo Solo. Berbagai analisis perlu dilakukan terkait rencana pembangunan kereta ini untuk mengetahui layak atau tidaknya kereta ini direalisasikan, termasuk diantaranya yaitu dilakukan suatu analisis terhadap aspek ekonomi dan juga finansial dari pelaksanaan operasional kereta ini. Analisis segi ekonomi dan finansial ini perlu dilakukan sehingga dapat diketahui apakah dalam perencanaan operasional kereta ini akan menghasilkan keuntungan dari segi finansial atau malah sebaliknya hanya akan merugikan.

Produk dapat diklasifikasikan sebagai barang yang tahan lama (*durable goods*), barang tidak tahan lama (*nondurable goods*), dan jasa (*service*). Menurut Philip Kotler, jasa didefinisikan sebagai berikut. “Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.”

Beberapa karakteristik utama dari jasa, menurut Kotler(1993:230), adalah sebagai berikut:

1. Intangibility (Tidak berwujud)

Jasa mempunyai sifat tidak berwujud karena tidak bisa diidentifikasi oleh kelima indera manusia, seperti: dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum terjadi proses transaksi pembelian.

2. Inseparability (Tidak dapat dipisahkan)

Jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, apakah sumber itu merupakan orang maupun mesin, disamping itu apakah sumber itu hadir atau tidak, produk fisik yang berwujud tetap ada.

3. Variability (Berubah-ubah)

Jasa dapat mudah berubah-ubah karena jasa ini tergantung pada siapa yang menyajikan, kapan, dan dimana disajikan.

4. Perishability (Daya tahan)

Jasa tidak dapat disimpan dan tidak memiliki daya tahan yang lama karena sifatnya tergantung dari fluktuasi permintaan.

Kualitas jasa sering didefinisikan sebagai usaha pemenuhan dari keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian jasa dalam rangka memenuhi harapan pelanggan. Menurut Wyckoff dalam Tjiptono (2005: 260) berpendapat bahwa Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dalam pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yakni, jasa yang diharapkan (expected service) dan jasa yang dipersepsikan (perceived service).

Hal ini berarti ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (expected service) dan jasa yang dipersepsikan (perceived service). Bila jasa yang diterima atau dirasakan (perceived service) sesuai dengan yang diharapkan (expected service), maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas jasa yang ideal. Akan tetapi bila jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa sangat bergantung pada kemampuan penyedia jasa menyediakan jasa kepada konsumen secara continue dan konsisten.

Dalam bisnis jasa, sikap dan pelayanan contact personnel merupakan aspek yang sangat penting dan menentukan kualitas jasa yang dihasilkan, Bila aspek tersebut dilupakan, maka dalam kurun waktu yang tidak terlalu lama, perusahaan yang bersangkutan bisa kehilangan banyak pelanggan. Meningkatnya intensitas persaingan dalam bisnis dan semakin terdidiknya masyarakat juga mendorong konsumen untuk beralih pada perusahaan lain yang dapat memahami kebutuhan pelanggan dengan tepat dan memberikan pelayanan yang terbaik.

Pada dasarnya adalah hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasinya, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Dengan demikian, harapan pelangganlah yang melatarbelakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya (Zeithaml, et al., 1993). Pengertian ini didasarkan pada pandangan bahwa harapan merupakan standar prediksi. Selain standar prediksi, ada pula yang menggunakan harapan sebagai standar ideal.

## METODE

Sampel adalah sebagian dari populasi. Populasi adalah keseluruhan elemen atau unsur yang akan kita teliti. Penelitian yang dilakukan atas seluruh elemen dinamakan sensus. Idealnya, agar hasil penelitiannya lebih bisa dipercaya, seorang peneliti harus melakukan sensus. Namun karena sesuatu

hal peneliti bisa tidak meneliti keseluruhan elemen tadi, maka yang bisa dilakukannya adalah meneliti sebagian dari keseluruhan elemen atau unsur tadi.

Berbagai alasan yang masuk akal mengapa peneliti tidak melakukan sensus antara lain yaitu :

1. Populasi yang sangat banyak sehingga dalam prakteknya tidak memungkinkan seluruh elemen diteliti.
2. Keterbatasan waktu penelitian, biaya, dan sumber daya manusia
3. Kelelahan fisik dan mental peneliti
4. Jika elemen populasi homogen, penelitian terhadap seluruh elemen dalam populasi menjadi tidak masuk akal.

Agar hasil penelitian yang dilakukan terhadap sampel masih tetap bisa dipercaya dalam artian masih bisa mewakili karakteristik populasi maka cara penarikan sampelnya harus dilakukan secara seksama. pemilihan sampel dikenal dengan nama teknik sampling atau teknik pengambilan sampel. Keuntungan ekonomis pengambilan sebagian elemen/sampel dibandingkan sensus adalah sangat besar, dan hal ini merupakan salah satu faktor penting yang menjadi pertimbangan mengapa kita melakukan pengambilan contoh tersebut. Kita tidak perlu mengeluarkan biaya yang sangat besar dengan melakukan sensus terhadap seluruh objek pengamatan jika dengan mengamati sebagian kecil objek tersebut saja kita bisa memperoleh informasi yang bisa digunakan untuk menyimpulkan suatu karakteristik objek pengamatan keseluruhan.

Kualitas penelitian dengan teknik sampel sering lebih baik dibandingkan dengan melakukan sensus. Dengan pengambilan sampel kita bisa melakukan investigasi yang lebih lengkap, pengawasan dan pengolahan data yang lebih baik. Hal ini ditunjukkan dengan hasil penelitian bahwa 90 persen galat (error) penelitian disebabkan oleh kesalahan non sampling dan hanya 10 persen yang disebabkan kesalahan sampling. Pengambilan sampel juga bisa menyediakan informasi secara cepat dibandingkan sensus. Kecepatan ini bisa meminimalkan waktu antara kebutuhan akan suatu informasi dengan ketersediaan informasi tersebut. Masalah utama mengenai pengambilan sampel ini adalah seberapa jauh keterwakilan sampel tersebut terhadap populasi sasarnya. Hasil pengolahan dari sampel, disebut statistik, bisa salah dalam menduga nilai populasi yang disebut parameter. Hasil pengolahan dari sampel tersebut terlalu kecil (underestimate) atau terlalu besar (overestimate) dari nilai parameter yang sesungguhnya. Keragaman nilai-nilai statistik tersebut cenderung terjadi kompensasi satu sama lain sehingga nilai statistik tersebut secara umum mendekati nilai parameter. Masalah ini terkait dengan berapa jumlah elemen dalam sampel yang cukup mewakili dan bagaimana pengambilan contohnya. Sedangkan penjelasan teoritis mengenai keterwakilan ini adalah prinsip peluang (probability) dan distribusi sampling.

Khusus untuk data atau parameter dimana pengumpulan datanya dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner, maka aspek yang penting sebelum survey dilakukan adalah merancang kuesioner. Maksud dari kegiatan ini adalah merancang isi, bentuk maupun format yang diperkirakan paling tepat agar sasaran pengumpulan data dapat tercapai, baik dari aspek kuantitatif maupun kualitatif. Kuesioner merupakan alat ukur untuk menganalisis suatu penelitian kuesioner ini dibuat untuk mengkaji penelitian ini lebih dalam yaitu mengumpulkan jawaban dari responden. Sebuah kuesioner yang baik adalah kuesioner yang mengandung pertanyaan-pertanyaan yang baik dimana pertanyaan yang diajukan sedemikian rupa, sehingga tidak menimbulkan interpretasi lain dari responden. Bertindak sebagai sampel (responden) yaitu penumpang pesawat udara yang ada di bandara. Untuk menentukan sampel dari populasi digunakan perhitungan maupun acuan tabel yang dikembangkan para ahli. Secara umum, untuk penelitian korelasional jumlah sampel minimal untuk memperoleh hasil

yang baik adalah 30, sedangkan dalam penelitian eksperimen jumlah sampel minimum 15 dari masing-masing kelompok dan untuk penelitian survey jumlah sampel minimum adalah 100.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Ability To Pay (ATP) dan Willingness To Pay (WTP)**

Ability to pay adalah kemampuan seseorang untuk membayar suatu jasa berdasarkan penghasilan yang didapat (Rumiati, Fahmi, dan Edison, 2013: 1). Ability to pay juga dapat didefinisikan sebagai batas maksimum kemampuan dari penghasilan seseorang yang dialokasikan untuk membayar jasa yang diterimanya. Pendekatan yang digunakan dalam menganalisis nilai ATP didasarkan pada alokasi dana untuk transportasi dan intensitas perjalanan. Nilai ATP merupakan hasil perbandingan antara dana transportasi dan intensitas perjalanan. Nilai ATP menunjukkan batas maksimum kemampuan seseorang membayar ongkos dalam sekali perjalanan. Besar ATP adalah rasio anggaran untuk transportasi dengan intensitas perjalanan. Besaran ini menunjukkan kemampuan masyarakat dalam membayar ongkos perjalanan yang dilakukannya. Faktor-faktor yang mempengaruhi ATP menurut Permata (2012: 30-31) adalah :

1. Penghasilan keluarga per bulan

Bila pendapatan total keluarga semakin besar, tentunya semakin banyak uang yang dimilikinya sehingga akan semakin besar alokasi biaya transportasi yang disediakan.

2. Alokasi biaya transportasi

Semakin besar alokasi biaya transportasi yang disediakan sebuah keluarga, maka secara otomatis akan meningkatkan kemampuan membayar perjalanannya, demikian pula sebaliknya.

3. Intensitas perjalanan

Semakin besar intensitas perjalanan keluarga tentu akan semakin panjang pula jarak (panjang) perjalanan yang ditempuhnya maka akan.

4. Jumlah anggota keluarga

Semakin banyak jumlah anggota keluarga tentunya akan semakin banyak intensitas perjalanannya, semakin panjang jarak yang ditempuhnya dan secara otomatis akan semakin banyak alokasi dana dari penghasilan keluarga per bulan yang harus disediakan.

Untuk menganalisis kemampuan membayar dari masyarakat pada dasarnya dilakukan dengan pendekatan travel budget, dengan asumsi bahwa setiap keluarga akan selalu mengalokasikan sebagian dari penghasilannya untuk kebutuhan akan aktivitas pergerakan, baik yang menggunakan kendaraan pribadi maupun yang menggunakan angkutan umum.

Besarnya biaya perjalanan atau tarif merupakan salah satu pertimbangan masyarakat dalam memilih moda angkutan untuk memenuhi kebutuhannya. Jika tarif yang harus dibayar mempunyai proporsi yang besar dari tingkat pendapatannya maka masyarakat akan memilih moda yang lebih murah, tetapi jika tidak ada pilihan lain maka ia akan menggunakan moda tersebut secara terpaksa. Secara eksplisit tampak bahwa pendapatan merupakan faktor yang mempengaruhi daya beli atas jasa pelayanan angkutan umum. Selanjutnya diperhitungkan persentase alokasi dana untuk transportasi untuk setiap keluarga dari total pendapatannya. Setelah dilakukan perhitungan terhadap persentase alokasi biaya transportasi keluarga, maka kemudian diperhitungkan ATP tiap keluarga.

### **Willingness To Pay (WTP)**

Willingness To Pay (WTP) adalah kesediaan pengguna untuk mengeluarkan imbalan atas jasa yang diperolehnya. Pendekatan yang digunakan dalam analisis WTP didasarkan pada persepsi

pengguna terhadap tarif dari jasa pelayanan angkutan umum tersebut. Dalam permasalahan transportasi WTP dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah:

1. Produk yang ditawarkan/disediakan oleh operator jasa pelayanan transportasi. Semakin banyak jumlah armada angkutan yang melayani tentunya lebih menguntungkan pihak pengguna
2. Kualitas dan kuantitas pelayanan yang disediakan.

Dengan produksi jasa angkutan yang besar, maka tingkat kualitas pelayanan akan lebih baik, dengan demikian dapat dilihat pengguna tidak berdesak-desakkan dengan kondisi tersebut tentunya konsumen dapat membayar yang lebih besar.

3. Utilitas atau maksud pengguna terhadap angkutan tersebut

Jika manfaat yang dirasakan konsumen semakin besar terhadap suatu pelayanan transportasi yang dirasakannya tentunya semakin besar pula kemauan membayar terhadap tarif yang berlaku, demikian sebaliknya jika manfaat yang dirasakan konsumen rendah maka konsumen akan enggan untuk menggunakannya, sehingga kemauan membayarnya akan semakin rendah.

4. Penghasilan pengguna

Bila seseorang mempunyai penghasilan yang besar maka tentunya kemauan membayar tarif perjalanannya semakin besar hal ini disebabkan oleh alokasi biaya perjalanannya lebih besar, sehingga akan memberikan kemampuan dan kemauan membayar tarif perjalanannya semakin besar.

Nilai WTP yang diperoleh dari masing-masing responden yaitu berupa nilai maksimum rupiah yang bersedia dibayarkan oleh responden untuk tarif angkutan jasa kereta api, diolah untuk mendapatkan nilai rata-rata (mean) dari nilai WTP tersebut, dengan rumus.

#### **Hubungan Ability To Pay (ATP) dan Willingness To Pay (WTP)**

Berdasarkan penelitian PT Dardela Yasa Guna dalam pelaksanaan untuk menentukan tarif sering terjadi benturan antara besarnya WTP dan ATP, kondisi tersebut selanjutnya disajikan secara ilustratif yang terdapat pada

1. ATP lebih besar dari WTP

Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan membayar lebih besar dari pada keinginan membayar jasa tersebut. Ini terjadi bila pengguna mempunyai penghasilan yang relatif tinggi tetapi utilitas terhadap jasa tersebut relatif rendah, pengguna pada kondisi ini disebut *choiced riders*.

2. ATP lebih kecil dari WTP

Kondisi ini merupakan kebalikan dari kondisi diatas, dimana keinginan pengguna untuk membayar jasa tersebut lebih besar dari pada kemampuan membayarnya. Hal ini memungkinkan terjadi bagi pengguna yang mempunyai penghasilan yang relatif rendah tetapi utilitas terhadap jasa tersebut sangat tinggi, sehingga keinginan pengguna untuk membayar jasa tersebut cenderung lebih dipengaruhi oleh utilitas, pada kondisi ini pengguna disebut *captive riders*.

3. ATP sama dengan WTP

Kondisi ini menunjukkan bahwa antara kemampuan dan keinginan membayar jasa yang dikonsumsi pengguna tersebut sama, pada kondisi ini terjadi keseimbangan utilitas pengguna dengan biaya yang dikeluarkan untuk membayar jasa tersebut.

Bila parameter ATP dan WTP yang ditinjau, maka aspek pengguna dalam hal ini dijadikan subyek yang menentukan nilai tarif yang diberlakukan dengan prinsip sebagai berikut:

1. ATP merupakan fungsi dari kemampuan membayar, sehingga nilai tarif yang diberlakukan, sedapat mungkin tidak melebihi nilai ATP kelompok masyarakat sasaran. Intervensi/campur tangan pemerintah dalam bentuk subsidi langsung atau silang dibutuhkan pada kondisi, dimana nilai tarif berlaku lebih besar dari ATP, sehingga didapat nilai tarif yang besarnya sama dengan nilai ATP.

2. WTP merupakan fungsi dari tingkat pelayanan angkutan umum, sehingga bila nilai WTP masih berada dibawah ATP maka masih dimungkinkan melakukan peningkatan nilai tarif dengan perbaikan kinerja pelayanan (sesuai Gambar 2.2).

Bila perhitungan tarif berada jauh dibawah ATP dan WTP, maka terdapat keleluasaan dalam perhitungan/pengajuan nilai tarif baru. Analisa Ability To Pay Dan Willingness To Pay Pengguna Jasa Kereta Api Bandara Soekarno Hatta – Manggarai oleh Muhammad Rahmad Permata.

Berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan, diolah dan analisis yang telah dilakukan peneliti untuk menjawab tujuan penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Estimasi nilai Ability To Pay (ATP) dan Willingness To Pay (WTP) Pengguna Jasa kereta api

<b>ATP</b>	<b>Rata Rata Rp 128.986</b>
	Median Rp. 60.172
<b>WTP</b>	<b>Rata Rata Rp 23.195</b>
	Median Rp. 20.000,

2. Skenario penetapan tarif Kereta Api Soekarno Hatta – Mangga berdasarkan nilai ATP dan WTP:

<b>TARIF</b>	<b>ATP</b>	<b>WTP</b>
Rp 20.000 s/d Rp 24.900	75 %	60 %
Rp 30.000 s/d Rp 34.900	66.7 %	28.3 %
Rp 40.000 s/d Rp 44.900	60 %	13.3 %
Rp 50.000 s/d Rp 54.900	56.7 %	10 %

3. Persentase responden mau membayar lebih dari harga tiket untuk peningkatan keselamatan sebesar 80 %
4. Prioritas dimensi kualitas jasa yang diharapkan oleh responden yaitu ketepatan waktu pelayanan kenyamanan dalam memperoleh pelayanan dan kemudahan pelayanan.

Analisis Ability To Pay Dan Willingness To Pay Pengguna Jasa Kereta Api Bandara Kualanamu (Airport Railink Service) oleh Julien dan Kasyful Mahalli :

Setelah data-data yang telah diperoleh dari berbagai sumber diolah dan dianalisis oleh peneliti, maka dapat disimpulkan beberapa hal yaitu:

1. Dasar penetapan tarif kereta api bandara sebesar Rp 80.000/ penumpang oleh PT.Railink didasari oleh pertimbangan :
  - a. Biaya operasional sebesar Rp 70.000/ penumpang yang diperoleh melalui survei internal perusahaan.
  - b. Keunggulan layanan kereta api bandara seperti kehematan waktu, kenyamanan dan keamanan.
  - c. Optimisme jumlah penumpang akan semakin meningkat karena kereta api bandara yang dikelola oleh PT.Railink merupakan kereta api bandara satu-satunya di Medan.
  - d. Segmentasi pengguna jasa kereta api bandara adalah masyarakat menengah ke atas.
  - e. Agar tidak mematikan saingan moda transportasi lain yang menjadi alternatif transportasi pengguna apabila tidak menggunakan kereta api bandara.
2. Hasil olahan data dari responden menunjukkan kemampuan rata-rata membayar responden adalah sebesar Rp 78.375 dan kesediaan rata-rata membayar responden adalah sebesar Rp 60.375. Jika ada peningkatan kualitas maupun pengadaan prioritas responden, maka rata- rata jumlah yang



bersedia ditambahkan oleh responden adalah sebesar Rp 22.632 sehingga rata-rata kesediaan membayar responden menjadi Rp 71.375.

3. Rekomendasi tarif ideal pada saat ini adalah sebesar Rp 69.375, pada tarif ideal ini terdapat 72.5% responden yang berkemampuan untuk membayar.

Analisis Ability To Pay (ATP) dan Willingness To Pay (WTP) Pengguna Sepeda Motor, Mobil Pribadi dan Bus di Wilayah Yogyakarta dan Bantul terhadap Pengoperasian Kereta Api Perkotaan oleh Ustadz Ridwan, Sigit Priyanto, Latif Budi Suparma:

Berdasarkan hasil analisis, dapat ditarik kesimpulan yang merupakan hasil dari penelitian ini. Kesimpulan tersebut merupakan jawaban dari tujuan yang telah ditetapkan di awal penelitian. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan calon pengguna untuk menggunakan kereta api di wilayah Yogyakarta-Bantul yaitu :
  - a. Harga dan jangkauan kereta api, dengan variabelnya adalah :
    - 1) Biaya memperoleh layanan kereta api (ongkos tiket)
    - 2) Frekuensi kedatangan kereta api
    - 3) Aksesibilitas kereta terhadap lokasi strategis
    - 4) Waktu tempuh kereta
  - b. Kenyamanan dan kemudahan, dengan variabelnya adalah:
    - 1) Integrasi dengan moda lain (bus kota/ Trans Jogja)
    - 2) Fasilitas di dalam kereta api
    - 3) Keamanan penumpang
2. Nilai ATP rata-rata pengguna sepeda motor sebesar Rp. 12.666,00, dengan nilai ATP minimum Rp. 4.106,00 dan ATP maksimum Rp. 27.730,00. Nilai ATP rata-rata pengguna mobil pribadi Rp. 39.682,00, ATP minimum Rp. 10.591,00 dan ATP maksimum Rp. 39.682,00. Sedangkan untuk pengguna bus, Nilai ATP rata-rata sebesar Rp. 10.557,00, ATP minimum Rp. 3.352,00 dan ATP maksimum Rp. 23.354,00.
3. Willingness to pay (WTP) pengguna sepeda motor dan bus untuk menggunakan kereta api adalah sebesar Rp. 6.000,00 dengan fasilitas pelayanan berupa waktu tempuh 1 jam 15 menit dimana kereta api berhenti di stasiun besar dan kecil dan jadwal kedatangan kereta api tiap 15 menit. Nilai WTP pengguna mobil pribadi sebesar Rp. 8.000,- dengan fasilitas pelayanan yang diinginkan berupa waktu tempuh 1 jam 15 menit dan jadwal kedatangan kereta api tiap 15 menit.
4. Probabilitas responden pasti menggunakan kereta api tertinggi jika diterapkan skenario 1 dimana nilai probabilitas bagi pengguna sepeda motor 48,1217%. pengguna mobil pribadi 5,5760% dan pengguna bus 53,0927%.

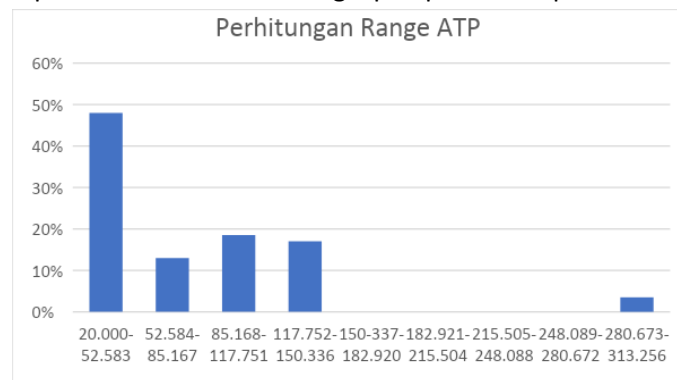
Analisis karakteristik responden terdiri dari jenis kelamin, umur, pekerjaan, Pendidikan, maksud perjalanan, kendaraan menuju bandara, waktu tempuh, frekuensi bepergian menggunakan pesawat, biaya transportasi menuju bandara, jumlah anggota keluarga, penghasilan sebulan dan anggaran transportasi per bulan.

#### **Analisis Ability To Pay (ATP)**

Dalam analisis ATP pengguna jasa kereta api Bandara besarnya nilai ATP dibuat berdasarkan pendapatan responden, alokasi pendapatan terhadap transportasi dan biaya transportasi ke bandara Adi Soemarmo. Pendapatan responden sebagian besar yaitu 21% adalah sebesar Rp. 3.100.000 – Rp. 4.000.000, kemudian 20% yaitu pendapatan kurang dari Rp. 3.000.000 dengan rata rata pendapatan responden keseluruhan sebesar Rp. 5.387.500. ATP minimum responden sebesar Rp. 20.000 dan



maksimum sebesar Rp. 300.000. Range terbesar yaitu 48% pada range Rp 20.000 – Rp. 52.583 dan 19% pada range Rp. 85.168 – Rp 117.751. Hasil lebih lengkap dapat dilihat pada tabel.

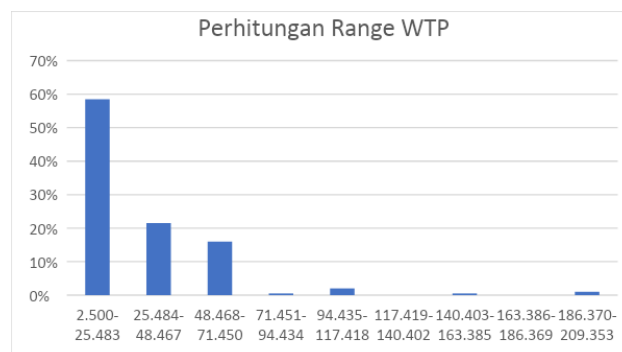


**Tabel 1 Diagram Perhitungan Range ATP**

Dari Tabel diatas perkiraan kemampuan membayar responden pada kisaran Rp. 20.000 – Rp. 52.583.

### Analisis Willingness To Pay (WTP)

Analisis WTP Terdiri dari rata rata tarif yang diharapkan dan prioritas pelayanan yang diharapkan responden. Tarif minimum Rp 2.500 dan maksimum sebesar Rp 200.000. Tarif yang diharapkan responden paling banyak pada range Rp. 2.500 – Rp. 25.843 sebesar 59 % kemudian range Rp. 25.484 – Rp. 48.467 sebesar 22%.

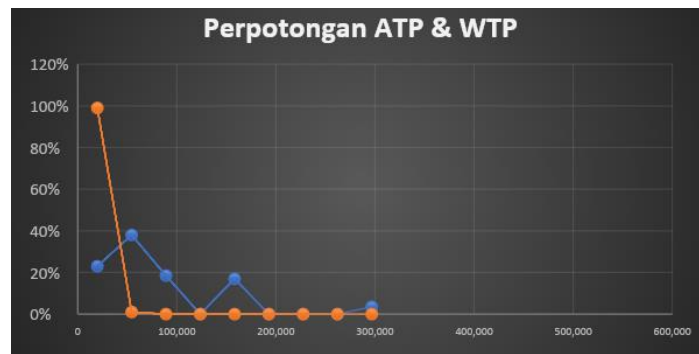


**Tabel 2 Diagram Perhitungan Range WTP**

Dari hasil kuesioner prioritas pelayanan yang diharapkan responden dalam memilih menggunakan kereta api bandara responden memprioritaskan ketepatan jadwal keberangkatan dan kedatangan kereta bandara sebanyak 76% adanya jaminan keselamatan 71% dan tersedianya papan informasi dan petunjuk yang jelas baik di stasiun maupun kereta api sebanyak 68%.

### Analisis Hubungan ATP dan WTP

Dalam analisis hubungan ATP WTP dengan menggabungkan kurva ATP dan kurva WTP dalam satu diagram untuk mengetahui titik pertemuan dari kedua kurva tersebut.

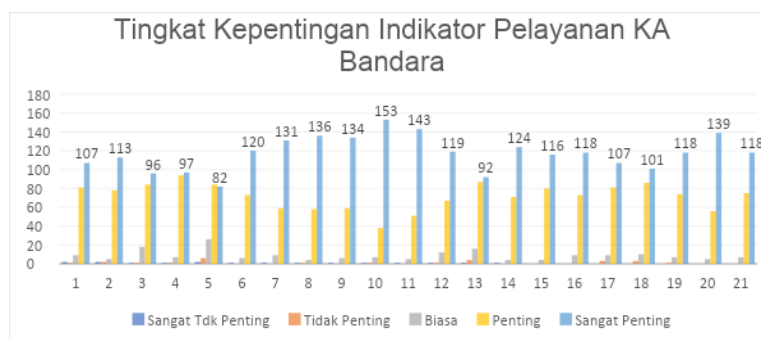


**Tabel 3 Diagram Perpotongan ATP dan WTP**

Dari table diatas titik pertemuan antara kurva ATP dan WTP pada kisaran nilai Rp 40.000 – Rp 50.000.

### Analisis Tingkat Kepentingan Indikator Pelayanan KA Bandara

Berdasarkan analisis Tingkat Kepentingan Indikator Pelayanan KA Bandara diketahui bahwa calon pengguna KA Bandara mengharapkan pelayanan tertinggi pada Ketepatan jadwal keberangkatan dan kedatangan kereta Bandara sebesar 153 orang dan pada pelayanan terkait Adanya jaminan keamanan bagi penumpang sebesar 143 orang.



**Tabel 4 Tabel Tingkat Kepentingan Indikator Pelayanan KA Bandara**

No	Indikator Pelayanan
1	Pemesanan tiket dapat dilakukan secara langsung, telepon atau melalui website
2	Tersedia layanan Customer Service 24 Jam
3	Kemudahan perpindahan angkutan umum (integrasi antar moda) di Stasiun Kereta Bandara
4	Kemudahan (aksesibilitas) menuju stasiun Kereta Bandara
5	Frekuensi perjalanan kereta lebih dari 12 trip per hari
6	Kereta dilengkapi dengan AC dan toilet
7	Tempat duduk nyaman bagi penumpang
8	Tersedianya papan informasi dan petunjuk yang jelas baik di stasiun maupun kereta
9	Stasiun dan kereta selalu dalam kondisi bersih dan harum
10	Ketepatan jadwal keberangkatan dan kedatangan kereta Bandara
11	Adanya jaminan keamanan bagi penumpang
12	Jaminan Penumpang mempunyai nomor tempat duduk sesuai tiket
13	Penumpang dapat melakukan check in pesawat dan pelayanan bagasi di stasiun kereta

14	Kereta dilengkapi dengan fasilitas P3K, alat keselamatan dan tempat bagasi yang luas
15	Penumpang dilayani oleh petugas yang ramah, sopan dan profesional
16	Petugas siap dan sigap membantu penumpang yang membutuhkan bantuan
17	Penumpang dapat melakukan konfirmasi langsung apabila terjadi pembatalan tiket
18	Tersedia layanan check in pesawat mandiri di stasiun kereta bandara
19	Tarif kereta bandara yang terjangkau bagi masyarakat
20	Ketersediaan fasilitas bagi para penyandang disabilitas
21	Ketersediaan fasilitas parkir untuk pengguna angkutan umum (park & ride) di Stasiun Kereta Bandara

**Tabel 5 Tabel Indikator Pelayanan KA Bandara**

#### Analisis Kesiediaan Menggunakan KA Bandara

Berdasarkan hasil analisis diketahui hampir semua responden bersedia menggunakan KA Bandara.

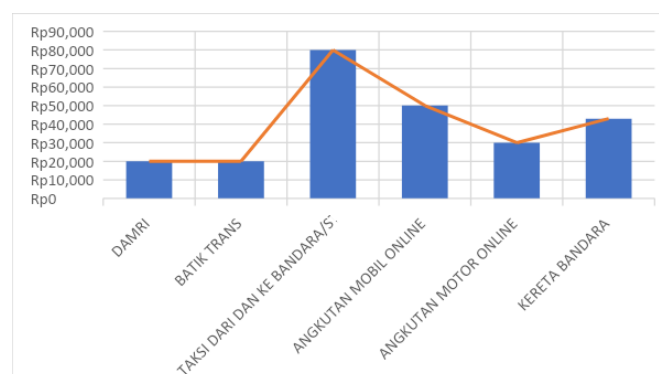


**Tabel 5 Diagram Bersedia Menggunakan KA Bandara**

#### SIMPULAN

Berdasarkan analisis dan data yang dikumpulkan maka dapat disimpulkan bahwa estimasi nilai ATP yaitu Rp 20.000 – Rp. 52.583 dengan nilai rata-rata Rp 80.400 dan nilai median Rp 70.000. Dan estimasi nilai WTP yaitu Rp. 2.500 – Rp. 25.843 dengan nilai rata-rata Rp 30.760 dengan nilai median Rp 25.000. Serta perpotongan nilai ATP dan WTP adalah pada nilai Rp 43.000.

Perbandingan Harga Dengan Moda Transportasi Lainnya



**Tabel 6 Perbandingan harga dengan moda lain**

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia.
- Salomon, R. Michael dan Stuart, W. Elnora. 2003. Marketing Real People, Real Choices, International Edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Tjiptono, Fandy. 2005. Pemasaran Jasa, Edisi pertama. Malang: Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2000. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip, 1997. Manajemen pemasaran: Analisis perencanaan Implementasi dan Kontrol. Jilid I Dan Jilid II, PT Prenhalindo. Jakarta
- Swastha Basu, Irawan, 1994. Manajemen Pemasaran Salemba Empat, Jakarta
- Rangkuti, Fredy. 2002. Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dan Analisis Kasus PLN-JP. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Tjiptono, Fandy, 2000. Manajemen Jasa, Edisi Kedua, Andy Offset. Jakarta
- Tjiptono Fandy, 1998, Manajemen Jasa, Penerbit Andy Yogyakarta.
- Sadono Sukirno, Pengantar teori ekonomi makro, Edisi ke 3, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2002  
<http://artanang.blogspot.co.id/2016/05/pengertian-ilmu-ekonomi.html>
- Danniel, Moehar. 2004. Pengantar Ekonomi Pertanian. Jakarta: Bumi Aksara.
- Gilarso, T. 2003. Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro. Yogyakarta: Kanisius.
- Farid Wijaya, Pengantar ekonomi makro, BPFE. UGM, Yogyakarta 2000
- Hariyati, Yuli. 2007. Ekonomi Mikro. Jember: CSS.
- Virgantari, dkk. 2011. Analisis Permintaan Ikan di Indonesia: Pendekatan Model Quadratic Almost Ideal Demand System (QUAIDS). Jurnal Sosek KP. Vol. 6(2): 191 – 203.
- Anoraga, Pandji. 2004. Manajemen Bisnis, Cetakan Ketiga. Jakarta: Rineka Cipta, .
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. Manajemen Pemasaran, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Basu Swastha. 2000. Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern. Jakarta: Liberty.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. Perilaku konsumen Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Basu Swastha dan T. Hani Handoko. 2000. Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen). Yogyakarta: BPFE UGM.
- Engel, J.F. et.al. 1994. Consumer Behavior Jilid 1, Alih Bahasa Budiyo. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prenhallindo.