

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Angkutan Umum

a. Pengertian Angkutan Umum

Transportasi merupakan proses kegiatan memindahkan barang dan orang dari suatu tempat ke tempat lainnya (Bambang&Basuki, 2005), sehingga transportasi bukan merupakan suatu tujuan melainkan sarana untuk mencapai tujuan untuk menanggulangi kesenjangan antara jarak dan waktu (Nasution, 1996). Salah satu indikator kota sebagai kota modern adalah tersedianya sarana transportasi yang memadai bagi warga kota. Sarana transportasi umum yang melayani pergerakan orang dan barang dapat disebut juga sebagai angkutan umum (Bambang&Basuki, 2005). Tujuan dari angkutan umum adalah membantu orang atau kelompok orang menjangkau berbagai tempat yang dikehendaki, atau mengirimkan barang dari tempat asalnya ke tempat tujuannya. Angkutan umum penumpang adalah angkutan umum penumpang yang menggunakan kendaraan umum dengan sistem sewa atau bayar. Angkutan kota seperti bus dan minibus, kereta api, angkutan air dan angkutan

b. Peranan Angkutan Umum

Angkutan umum memiliki peran dalam memenuhi kebutuhan manusia akan pergerakan atau mobilitas yang semakin meningkat, guna berpindah dari suatu tempat ke tempat lainnya yang berjarak dekat, menengah maupun jauh. Angkutan umum juga memiliki peran dalam pengendalian lalu lintas, penghematan bahan bakar atau energi dan juga perencanaan serta pengembangan wilayah. Makna dari operasional angkutan umum adalah memberikan layanan angkutan yang baik dan layak bagi masyarakat dalam menjalankan kegiatannya. Ukuran pelayanan angkutan umum yang baik adalah pelayanan yang aman, cepat, murah dan aman (Bambang&Basuki, 2005).

c. Perkembangan Angkutan Umum

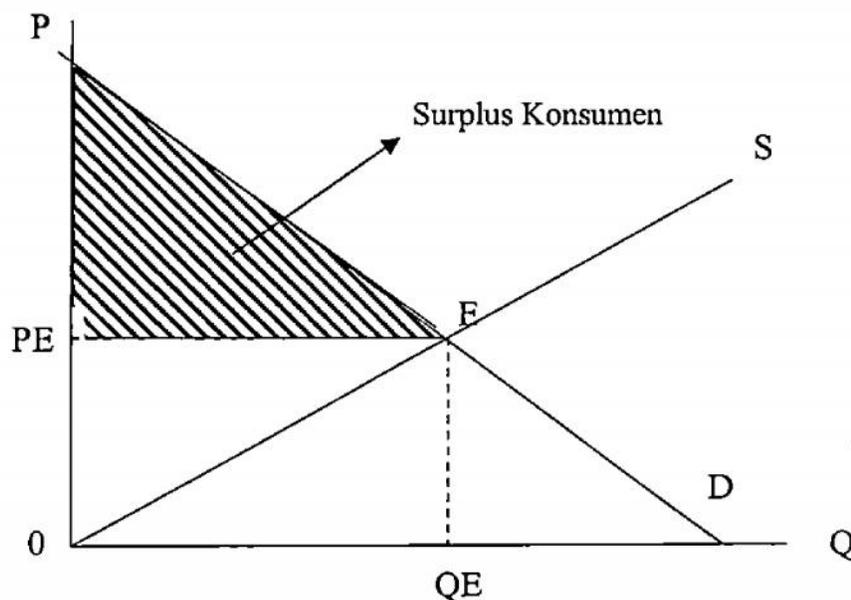
Angkutan umum muncul karena efek lalu lintas, bila diaktualisasikan di masa sekarang dapat berupa 5 (lima) penyakit transportasi, yakni kemacetan, kesemrawutan, polusi (udara dan kebisingan), kecelakaan dan biaya tinggi. Kini, di negara-negara maju, angkutan umum menjadi bagian yang tak terpisahkan dari konsep pengembangan tata perkotaan yang pesat. Angkutan umum menjadi salah satu *high priority* dan kebutuhan penting dalam skema *urban grand design*, karena mereka telah belajar dari pengalaman di tahun 20-an ketika mulai *booming* mobil pribadi, yang telah merusak aksesibilitas dan lalu lintas masyarakat, pada akhirnya akan berefek pada *high social cost* berupa kerugian-kerugian akibat hilangnya waktu perjalanan yang

disebabkan kemacetan, polusi udara, kebisingan, turunnya produktivitas, timbulnya stres dan lain-lainnya. (G.E. Gray & L.A Hoel, 1992).

2. Konsep *Willingness to Pay*

Nilai ekonomi diartikan sebagai pengukuran jumlah maksimum seseorang yang ingin mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa lainnya. Secara formal, konsep ini disebut keinginan membayar (*willingness to pay*) seseorang terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan. Pengukuran ini dapat “menerjemahkan” nilai ekologis ekosistem ke dalam bahasa ekonomi dengan mengukur nilai moneter barang dan jasa. *Willingness to pay* (WTP) adalah kesediaan pengguna untuk mengeluarkan imbalan atas jasa yang diperolehnya. Pada permasalahan transportasi, WTP dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah produk yang disediakan oleh operator jasa pelayanan transportasi, kualitas dan kuantitas pelayanan yang disediakan, utilitas pengguna terhadap angkutan tersebut serta perilaku pengguna sendiri (www.dardela.com, 2012).

Secara grafis, WTP adalah area di bawah kurva permintaan. Kurva WTP dapat mencerminkan surplus konsumen. Surplus konsumen didapat dari WTP dikurangi dengan jumlah yang secara aktual dibayarkan oleh konsumen. Berdasarkan Gambar 2.1, besarnya *willingness to pay* terhadap setiap unit barang dan jasa terletak di atas permintaan pasar.



Sumber: Diolah diberbagai buku teks

Gambar 2.1 Surplus Konsumen

Keterangan:

$0Q_0EP$ adalah *Willingness to Pay*

$0EP$ adalah manfaat sosial bersih

P_0EP adalah surplus konsumen

$0EP_0$ adalah surplus produsen

3. *Contingent Valuation Method (CVM)*

a. Konsep *Contingent Valuation Method (CVM)*

Contingent Valuation Method (CVM) merupakan metodologi berbasis survei guna mengestimasi seberapa besar penilaian individu atau masyarakat terhadap barang dan jasa. Metode ini banyak digunakan untuk mengestimasi nilai sesuatu yang tidak diperjualbelikan di pasar. Pendekatan CVM ini secara

simulasi dan permainan dan dengan teknik survei. Pendekatan pertama lebih banyak dilakukan melalui simulasi computer sehingga penggunaanya di lapangan sangat sedikit. CVM pada hakikatnya bertujuan untuk mengetahui WTP dari masyarakat dan *willingness to accept* atau WTA terhadap kerusakan barang lingkungan.

b. Kelebihan *Contingent Valuation Method* (CVM)

Sylvia Amanda (2008) mengungkapkan bahwa CVM memiliki kelebihan dalam memperkirakan nilai ekonomi barang lingkungan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Dapat diaplikasikan pada semua kondisi dan memiliki 2 hal penting yaitu seringkali menjadi satu-satunya teknik untuk memperkirakan manfaat dan dapat diaplikasikan pada berbagai konteks kebijakan lingkungan.
- 2) Metode ini dapat digunakan pada berbagai macam penilaian barang-barang lingkungan di sekitar masyarakat.
- 3) CVM memiliki kemampuan untuk mengestimasi nilai *non-use value*, dengan metode ini, seseorang mungkin dapat mengukur utilitas dari penggunaan barang lingkungan bahkan jika tidak digunakan secara langsung.
- 4) Hasil penelitian yang menggunakan metode ini, mudah untuk dianalisis dan dijabarkan.

c. Kelemahan *Contingent Valuation Method* (CVM)

Akhmad Fauzi (2006), *Contingent Valuation Method* diakui sebagai pendekatan yang cukup baik untuk mengukur WTP, namun ada beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaannya. Kelemahan utama metode ini adalah timbulnya bias. Bias ini terjadi jika timbul nilai yang *overstate* maupun *understate* secara sistematis dari nilai yang sebenarnya. Sumber-sumber bias dapat ditimbulkan oleh 2 hal utama, yaitu:

- 1) Bias yang timbul dari strategi yang keliru. Misalnya, jika kita melakukan wawancara dan dalam kuesioner kita nyatakan bahwa responden akan dipungut biaya untuk perbaikan kualitas lingkungan maupun pelayanan, maka akan timbul kecenderungan pada responden untuk memberi nilai *understate* dari nilai biaya tersebut. Namun sebaliknya, jika kita nyatakan bahwa wawancara semata-mata hanya hipotesis belaka, maka akan timbul kecenderungan responden untuk memberikan nilai *overstate* dari nilai yang sebenarnya.
- 2) Bias yang ditimbulkan oleh rancangan penelitian (*design bias*). Bias ini dapat terjadi apabila informasi yang diberikan pada responden mengandung hal-hal yang kontroversial. Misalnya, responden ditawarkan bahwa untuk meningkatkan kualitas fasilitas dan pelayanan transportasi umum, tiket bus harus dinaikkan. Tentu saja responden akan memberikan

d. Tahap-tahap *Contingent Valuation Method* (CVM)

Dalam tahapan operasional, penerapan pendekatan CVM dapat dilakukan dengan 5 tahap kegiatan atau proses. Tahapan tersebut dikategorikan sebagai berikut:

1) Membuat Hipotesis Pasar

Pada permulaan proses kegiatan CVM, seorang peneliti harus terlebih dahulu membuat hipotesis pasar terhadap sumberdaya yang akan dievaluasi. Misalnya pemerintah ingin memperbaiki kondisi danau wisata yang sudah tercemar. Dalam hal ini kita bias membuat suatu kuesioner yang berisi informasi lengkap mengenai kondisi danau yang bagus, bagaimana pemerintah akan memperoleh dana (apakah dengan pajak, pembayaran langsung dan lainnya). Kuesioner ini dapat terlebih dahulu diuji pada kelompok kecil guna mengetahui reaksi atas proyek yang akan dilakukan sebelum proyek tersebut benar-benar dilaksanakan.

2) Mendapatkan Nilai Lelang (*Bids*)

Tahapan selanjutnya adalah menentukan nilai lelang, ini dilakukan dengan melakukan survei, baik secara langsung dengan kuesioner, melalui telepon dan *e-mail* ataupun melalui surat. Survei secara langsung akan mendapatkan hasil yang lebih baik. Tujuan dari survei ini adalah untuk memperoleh nilai maksimum WTP dari responden terhadap suatu proyek, misalnya perbaikan

... .. dapat dilakukan dengan teknik sebagai

- (a) Permainan lelang (*Bidding Game*). Responden diberi pertanyaan secara berulang-ulang tentang apakah mereka ingin membayar sejumlah tertentu. Nilai ini kemudian bias dinaikkan atau diturunkan tergantung respon atas pertanyaan sebelumnya. Pertanyaan dihentikan sampai nilai yang pasti didapatkan.
- (b) Pertanyaan terbuka. Responden diberikan kebebasan untuk menyatakan nilai yang ingin dibayarkan untuk suatu perbaikan kualitas.
- (c) *Payment Cards*. Penentuan nilai lelang dengan teknik ini diperoleh dengan cara menanyakan apakah responden mau membayar pada kisaran nilai tertentu yang sudah ditentukan sebelumnya. Nilai ini ditunjukkan kepada responden melalui kartu.
- (d) Model referendum (*Dichotomous Choice*). Responden diberi suatu nilai rupiah, kemudian diberi pertanyaan setuju atau tidak.

3) Menghitung Rataan WTP

Tahapan yang ketiga adalah menghitung rataan WTP. Nilai ini dihitung berdasarkan nilai lelang (*bid*) yang telah diperoleh. Perhitungan ini biasanya didasarkan pada nilai *mean* (rataan) dan *median* (nilai tengah). Perkiraan nilai rataan dapat menggunakan rumus:

$$EWTP = \frac{\sum_{i=1}^n W_i}{n}$$

Keterangan :

$EWTP$: Dugaan Rataan WTP

W_i : Nilai WTP ke- i

n : Jumlah Responden

i : Responden ke- i yang bersedia membayar ($i = 1,2,3,\dots,n$)

4) Memperkirakan Kurva WTP

Perkiraan kurva WTP diperoleh dengan meregresikan nilai WTP sebagai variabel dependen dengan usia, lama pendidikan, tingkat penghasilan, kualitas kebersihan dan kualitas sikap karyawan sebagai variabel independennya.

$$WTP = f(\text{Gen, Age, Inc, JTA, LB})$$

Dimana,

- WTP : Nilai WTP yang ingin dibayarkan (Rp)
- Gen : Jenis Kelamin (*dummy*, laki-laki=0, perempuan=1)
- Age : Usia (tahun)
- Inc : Tingkat Penghasilan (Rp)
- JTA : Jumlah Tanggungan Anak (orang)
- LB : Lama berjalan ke halte (menit)

5) Penjumlahan Data

Tahap kelima dalam teknik CVM adalah menjumlahkan rata-rata WTP yang diperoleh. Proses ini melibatkan konversi data rata-rata sampel ke rata-rata populasi secara keseluruhan. Salah satu cara untuk mengkonversi ini adalah

$$TWTP = EWTP \cdot N_i$$

Dimana :

TWTP : Total WTP

EWTP_i: Rata-rata WTP

N_i : Jumlah Populasi

B. Penelitian Terdahulu

L.Eboli dan G.Mazzula (2008), penelitiannya tentang *willingness to pay* (WTP) pengguna transportasi publik untuk peningkatan kualitas pelayanan yang menggunakan pendekatan *contingent valuation method* dengan *dichotomous choice*, menjelaskan bahwa variabel yang mempengaruhi WTP adalah variabel *dummy* dari ketepatan jadwal bus, kepadatan penumpang dalam bus, informasi pada halte bus dan pelayanan dari karyawan bus. Namun, pada penelitian ini variabel lama berjalan ke halte, *gender* dan tersedianya mobil pribadi tidak mempengaruhi besarnya *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas pelayanan transportasi umum.

Sementara pada studi yang dilakukan oleh Sylvia Amanda (2009), penelitian miliknya menggunakan metode CVM dengan variabel independen WTP dan variabel dependennya adalah jenis kelamin, usia, status pernikahan, pendidikan, pendapatan, jumlah tanggungan, pengetahuan tentang manfaat maupun kerusakan danau, frekuensi kunjungan, domisili, dan biaya kunjungan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan,

mempengaruhi besarnya WTP pengunjung. Nilai rata-rata WTP pengunjung adalah sebesar Rp3.588,40 dan total nilai WTP sebesar Rp2.342.000,00.

Pada penelitian Reynisdottir dkk (2008), yang dilakukan di Iceland Gulfoss Waterfall dan Skaftafell National Park dengan metode *contingent valuation*, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat penghasilan, sikap terhadap perlindungan lingkungan, sejarah pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap besarnya *willingness to pay* untuk tiket masuk objek wisata alam. Sedangkan variabel usia dan jumlah kunjungan sebelumnya berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *willingness to pay* untuk tiket masuk objek wisata alam.

Adapun penelitian Khorshiddoust (2004), dengan menggunakan metode *contingent valuation* dapat dijelaskan bahwa variabel lama pendidikan, usia dan tingkat penghasilan berpengaruh positif dan signifikan terhadap besarnya *willingness to pay* untuk konservasi lingkungan di Tabriz Iran. Variabel tingkat penghasilan dan lama pendidikan memiliki hubungan korelasi yang tinggi dengan besarnya *willingness to pay*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa rata-rata besarnya *willingness to pay* per orang adalah sebesar 41.140 Rials.

Pada Nugroho Joko (2012), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pada level signifikansi 5 persen variabel usia dan tingkat pendapatan berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* dalam upaya perbaikan kualitas desa-desa wisata di Kabupaten Sleman. Variabel tingkat pendidikan dan jumlah

willingness to pay dalam upaya perbaikan kualitas desa-desa wisata di Kabupaten Sleman.

Serta penelitian yang dilakukan oleh Dyah (2014), pada penelitiannya dengan menggunakan metode *contingent valuation method* yang digunakan untuk menganalisis pengaruh tingkat penghasilan, usia, lama pendidikan, jumlah tanggungan anak, biaya rekreasi dan frekuensi kunjungan terhadap *willingness to pay* (WTP) pengunjung Keraton Yogyakarta untuk pelestarian objek wisata *heritage* di Kota Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat penghasilan, biaya rekreasi, dan frekuensi kunjungan berpengaruh signifikan dan berkorelasi positif terhadap WTP, sedangkan usia berpengaruh secara negatif terhadap besarnya WTP. Variabel-variabel independen mempengaruhi WTP sebesar 29 persen dan sisanya 71 persen dipengaruhi oleh factor lain di luar model.

C. Hipotesis

1. Variabel jenis kelamin diduga berpengaruh terhadap *willingness to pay* pengguna Trans Jogja untuk perbaikan kualitas pelayanan.
2. Variabel usia diduga berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* pengguna Trans Jogja untuk perbaikan kualitas pelayanan.
3. Variabel tingkat penghasilan diduga berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* pengguna Trans Jogja untuk perbaikan kualitas pelayanan.

4. Variabel jumlah tanggungan anak diduga berpengaruh negatif terhadap *willingness to pay* pengguna Trans Jogja untuk perbaikan kualitas pelayanan.
5. Variabel lama berjalan ke halte diduga berpengaruh negatif terhadap *willingness to pay* pengguna Trans Jogja untuk perbaikan kualitas