BAB IV
TINGKAT KEPUASAN MASYARAKAT TENTANG ALUN-ALUN KOTA BANDUNG SEBAGAI RUANG TERBUKA PUBLIK

Bab ini menjelaskan mengenai identifikasi karakteristik pengguna alun-alun, menilai tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelayanan dan fasilitas dengan menggunakan analisis *gap* dan hubungan karakteristik masyarakat dengan kepuasan masyarakat menggunakan analisis *crosstab*.

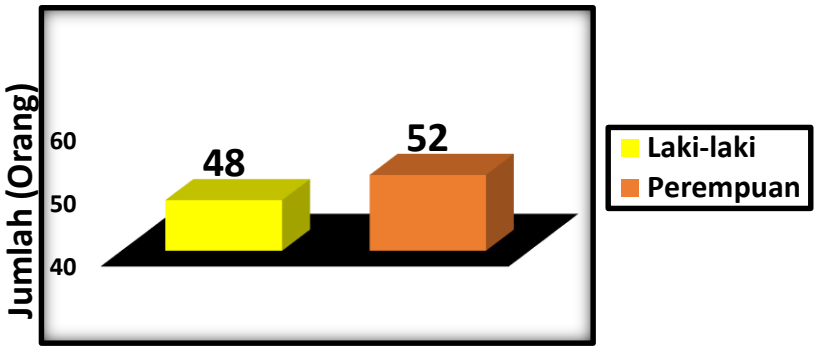
4.1 Identifikasi Karakteristik Pengguna Alun-Alun

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan, serta hasil pengisian kuesioner oleh pengunjung alun-alun, karakteristik masyarakat dapat dikategorikan berdasarkan usia, jenis kelamin, asal tempat tinggal, pendidikan terakhir, pekerjaan dan penghasilan, serta kategori yang berhubungan dengan siapa responden datang ke alun-alun, frekuensi kunjungan, waktu kunjungan, tujuan kunjungan, waktu yang dihabiskan di alun-alun, biaya yang dikeluarkan saat di alun-alun, alat transportasi yang digunakan, biaya transportasi yang dikeluarkan untuk menuju alun-alun serta kesan secara umum mengenai alun-alun.

Pembahasan mengenai karakteristik untuk memberikan gambaran mengenai masyarakat yang datang dan memanfaatkan ruang terbuka publik, yang selanjutnya akan memperkuat pembahasan mengenai persepsi dan preferensi masyarakat mengenai pelayanan dan fasilitas yang ada.

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Asal Pengunjung

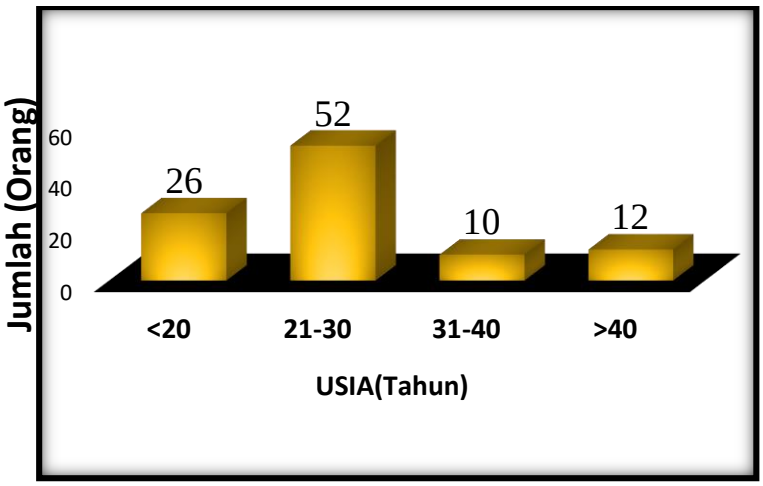
Dari hasil kuesioner yang disebarkan, terhadap 100 orang responden berdasarkan teknik *random sampling*, data karakteristik masyarakat di alun-alun Kota Bandung, berdasarkan jenis kelaminnya, perbandingan jumlah pengunjung laki-laki dan perempuan relatif hampir sama. Perbandingan antara jumlah pengunjung dengan jenis kelamin laki-laki sebesar 48 orang dan jumlah pengunjung dengan jenis kelamin perempuan sebesar 52 orang. Hal ini membuktikan bahwa kegiatan di alun-alun diminati oleh semua jenis kelamin.



Sumber: Hasil Survey, 2017

Gambar 4.1
Jenis Kelamin

Karakteristik jenis kegiatan yang ada di alun-alun memberi pengaruh kepada masyarakat berdasarkan usianya. Alun-alun Kota Bandung merupakan ruang terbuka publik yang diminati oleh segala lapisan usia. Proporsi usia dewasa lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok usia lainnya.

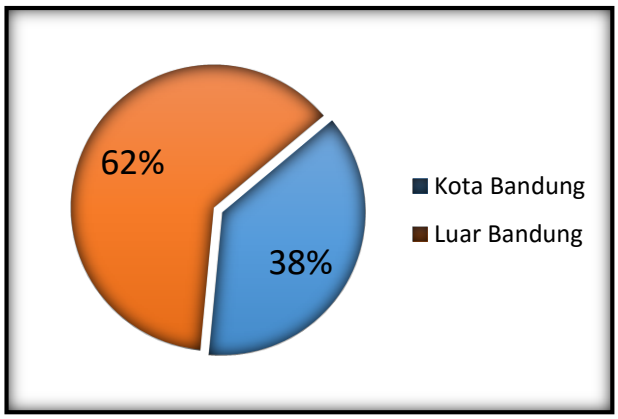


Sumber: Hasil Survey, 2017

Gambar 4.2
Usia Pengunjung

Berdasarkan gambar 4.2, dapat dilihat bahwa, proporsi pengunjung alun-alun Kota Bandung paling banyak adalah kelompok umur 21-30 tahun sebanyak 52 orang. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok umur tersebur sering mengunjungi dan menggunakan waktunya untuk beraktivitas di ruang terbuka publik. Hal ini dipandang sebagai kebutuhan baik laki-laki maupun perempuan dalam kelompok umur ini akan ruang terbuka publik yang mudah dijangkau.

Berdasarkan survey yang dilakukan, alun-alun merupakan taman yang belokasi di pusat Kota Bandung yang memiliki daya tarik khusus karena adanya rumput sintetis dan juga berdekatan dengan Mesjid Raya Bandung sehingga taman ini selalu ramai dikunjungi oleh masyarakat baik yang berasal dari Kota Bandung maupun dari luar Kota Bandung.



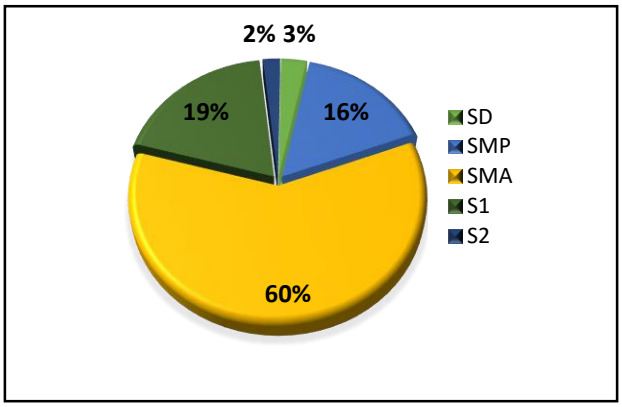
Sumber: Hasil Survey, 2017

Gambar 4.3
Asal Pengunjung

Berdasarkan gambar 4.3, dapat dilihat bahwa pengunjung alun-alun Kota Bandung paling banyak yang berasal dari luar Kota Bandung dengan persentase sebesar 62%. Persentase yang besar ini menunjukkan bahwa keunggulan alun-alun Kota Bandung mampu menarik minat pengunjung dari luar Kota Bandung untuk mengunjungi dan menggunakan waktu libur untuk melakukan aktivitas di tempat ini.

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan hasil kuesioner, karakteristik masyarakat yang mengunjungi alun-alun Kota Bandung berdasarkan tingkat pendidikan terakhir didominasi oleh tingkat pendidikan yaitu kelompok siswa SMA dengan jumlah 61%, tingkat pendidikan S1 sebesar 20%, tingkat pendidikan SMP sebesar 16% dan tingkat SD sebesar 3%.

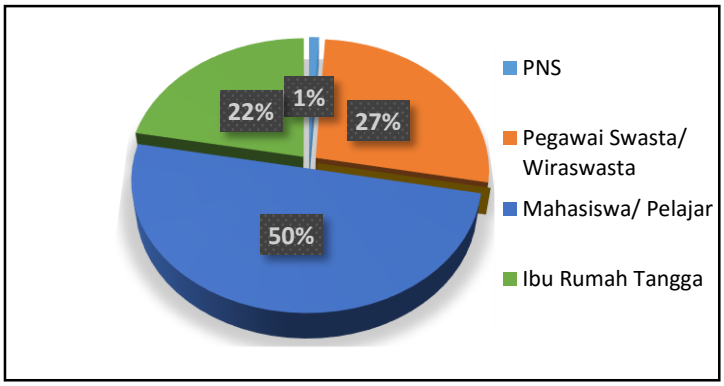


Sumber: Hasil Survey, 2017

Gambar 4.4
Jumlah Pengunjung Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis perkerjaan dapat mempengaruhi seseorang untuk dapat mengunjungi alun-alun, karena jenis pekerjaan merupakan faktor pendorong seseorang untuk berkunjung di alun-alun. Pembahasana mengenai karakteristik pengunjung berdasarkan jenis pekerjaannya dapat dilihat dibawah ini.



Sumber: Hasil Survey, 2017

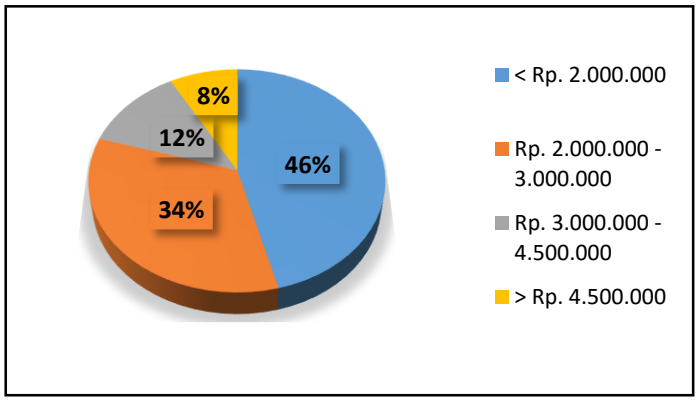
Gambar 4.5
Jumlah Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan

Seperti yang telah dibahas sebelumnya, alun-alun Kota Bandung banyak dimanfaaatkan oleh usia 21-30 tahun yang didominasi oleh pelajar dan mahasiswa sebesar 50%, kelompok lainnya dimanfaatkan oleh pegawai swasta sebesar 27%, ibu rumah tangga sebesar 22% dan jenis pekerjaan PNS sebesar 1%. Presentase yang paling besar menunjukkan bahwa kelompok pelajar dan mahasiswa memiliki banyak waktu luang untuk beraktivitas di ruang terbuka publik dibandingkan jenis pekerjaan lainnya.

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan pendapatan responden yang diperoleh dari kuesioner, masyarakat membutuhkan tempat untuk beraktivitas seperti berolahraga atau sebagai tempat untuk refreshing atau sekedar relaksasi untuk menghabiskan waktu libur bersama keluarga maupun teman. Faktor pendapatan mempengaruhi seseorang untuk mengunjungi ruang terbuka publik perkotaan.

Bagi masyarakat yang memiliki pendapatan yang minim, lebih membutuhkan tempat hiburan atau sekedar suasana yang lebih nyaman di luar rumah yang mudah dijangkau dan tidak memerlukan biaya yang banyak. Mengunjungi alun-alun merupakasan alternatif yang baik dan tidak mengeluarkan biaya yang banyak serta mudah dijangkau karena lokasinya yang ada di pusat Kota Bandung. Berikut adalah jumlah pendapatan pengunjung alun-alun Kota Bandung.



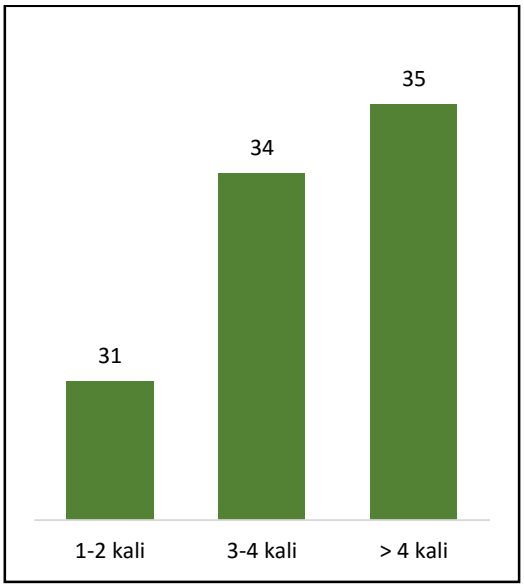
Sumber: Hasil Survey, 2017

Gambar 4.6
Jumlah Pengunjung Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan gambar 4.6, dapat dilihat bahwa responden terbanyak adalah dengan kelompok yang memiliki pendapatan <Rp. 2.000.000 sebesar 46%. Hal ini dikarenakan pengunjung yang datang sebagian besar mahasiswa/pelajar yang belum memiliki pendapatan yang tetap. Kelompok yang memiliki pendapatan Rp.2.000.000-Rp.3.000.000 sebesar 34%, kelompok pendapatan Rp.3.000.000-Rp.4.500.000 sebesar 12% dan kelompok yang memiliki pendapatan >Rp.4.500.000 sebesar 8%. Hal ini menunjukkan alun-alun Kota Bandung dimanfaatkan oleh masyarakat dengan semua kelompok jenis pendapatan.

4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Ke Alun-Alun

Masyarakat yang datang ke alun-alun baik laki-laki maupun perempuan dipengaruhi oleh pekerjaan dan maupun lokasi alun-alun yang berada di pusat Kota Bandung, sehingga memungkinkan bagi masyarakat untuk berkunjung ke tempat ini sesering mungkin atau tidak.



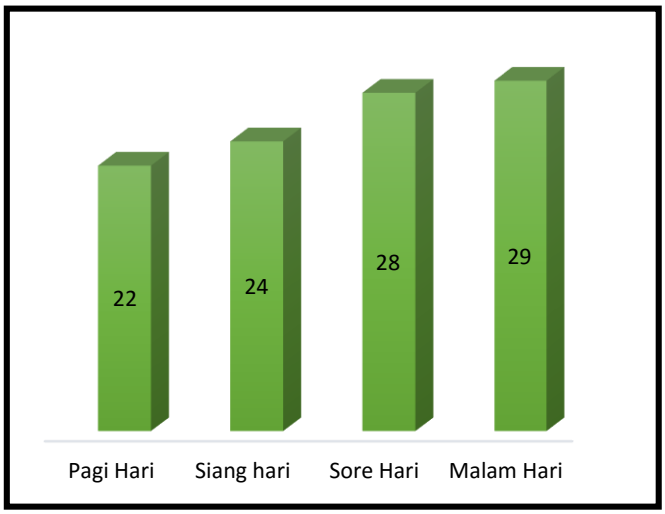
Sumber: Hasil Survey, 2017

Gambar 4.7
Frekuensi Kunjungan ke Alun-Alun

Responden dengan frekuensi lebih dari 4 kali mengunjungi alun-alun cukup besar jumlahnya sebesar 35%, karena sebagian besar masyarakat memilih menghabiskan akhir pekan mereka di alun-alun. Frekuensi lainnya terdiri dari masyarakat yang memanfaatkan alun-alun dalam waktu 3-4 kali sebesar 34% dan frekuensi mengunjungi 1-2 kali sebesar 31%. Adanya jumlah frekuensi kunjungan yang lebih dari 4 kali menunjukkan keterkaitan terhadap daya tarik ruang publik yang tersedia untuk datang kembali mengunjungi dan meanfaatkan ruang terbuka publik perkotaan.

4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Kunjungan dan Tujuan Kunjungan ke Lokasi

Berdasarkan hasil kuesioner, karakteristik pengunjung alun-alun berdasarkan waktu kunjungan bervariasi.

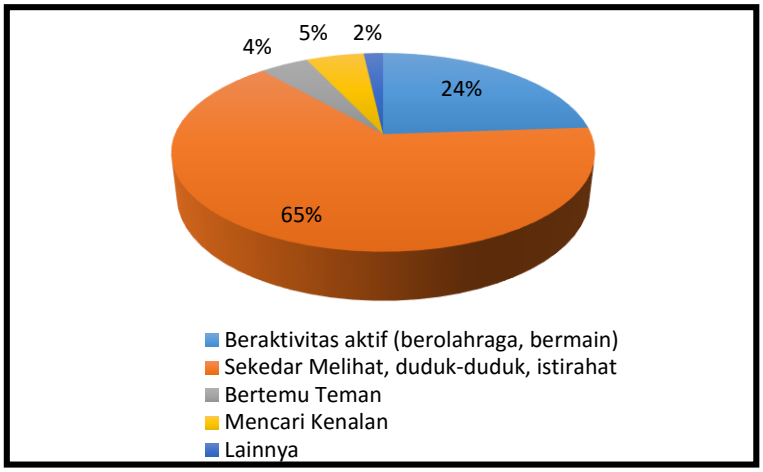


Sumber: Hasil Survey, 2017

Gambar 4.8
Waktu Kunjungan ke Alun-Alun

Berdasarkan data di atas dapat diperoleh informasi bahwa waktu kunjungan yang banyak dipilih oleh masyarakat adalah pada malam hari sebanyak 29%, selanjutnya yang memilih mengunjungi pada sore hari sebanyak 28%, yang memilih mengunjungi pada siang hari 24% dan yang memilih mengunjungi pada pagi hari adalah 22%. Waktu kunjungan ini sangat penting karena untuk melihat karakteristik waktu yang dipilih oleh masyarakat dan persentase yang besar adalah di malam hari. Hal ini dikarenakan pada malam hari alun-alun memiliki pemandangan yang indah.

Motivasi atau tujuan dari responden yang berkunjung ke alun-alun pada umumnya hanya untuk sekedar melihat-lihat, duduk dan istirahat sebanyak 65%, sebanyak 24% masyarakat berkunjung untuk beraktivitas aktif, sebanyak 5% responden mengunjungi untuk mencari kenalan, 4% responden mengunjungi untuk bertemu teman dan 2% responden mengunjungi karena alasan lainnya seperti untuk tugas sekolah.

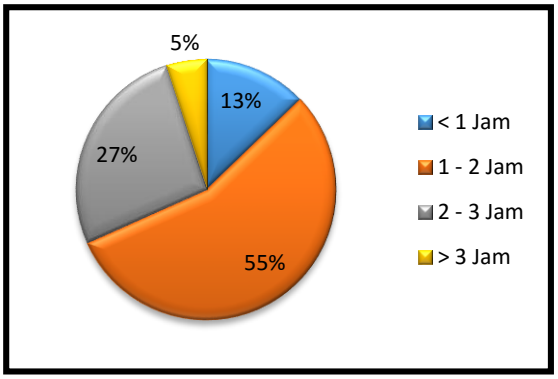


Sumber: Hasil Survey, 2017

Gambar 4.9
Tujuan Responden Berkunjungan ke Alun-Alun

4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Kunjungan di Lokasi

Lama kunjungan yang dilakukan oleh masyarakat di alun-alun bervariasi, biasanya masyarakat menghabiskan waktu selama 1-2 jam sebesar 55%, masyarakat yang menghabiskan waktu selama 2-3 jam sebesar 27%, masyarakat yang menghabiskan waktu < 1 jam sebanyak 13% dan masyarakat yang menghabiskan waktu selama > 3jam sebesar 5%. Dari hasil persentase, diketahui bahwa masyarakat merasa nyaman untuk melakukan aktivitas di alun-alun Kota Bandung



Sumber: Hasil Survey, 2017

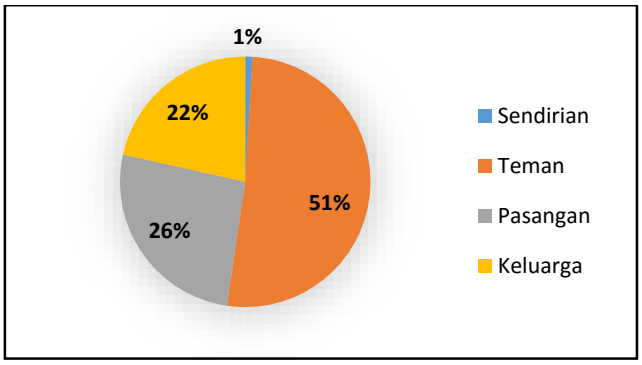
Gambar 4.10
Lama Responden Berkunjungan ke Alun-Alun

Dominannya pemanfaatan ruang terbuka publik yang cukup lama oleh responden dikarenakan adanya unsur daya tarik kegiatan yang menarik untuk

dilakukan dan juga berbagai fasilitas yang disediakan. Adanya daya tarik tersebut menyebabkan alun-alun tidak pernah sepi dikunjungi oleh masyarakat.

4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Orang yang menemani Kunjungan

Dalam memanfaatkan ruang terbuka publik, masyarakat cenderung tidak memanfaatkannya sendirian melainkan bersama orang lain yang dikenalnya ataupun bersama dengan keluarga. Hal ini dikarenakan tujuan masyarakat berkunjung untuk rekreasi atau refreshing.



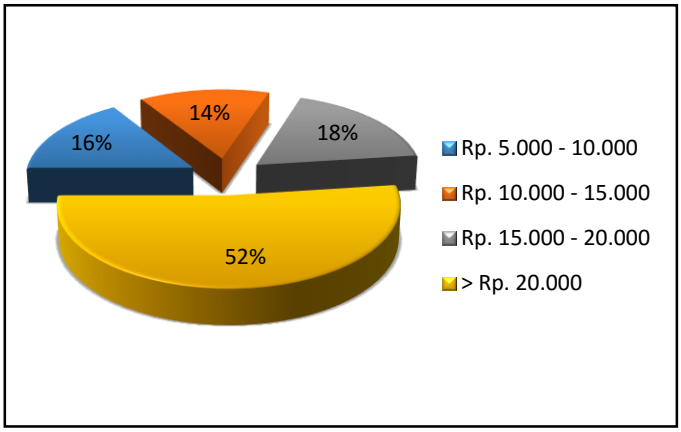
Sumber: Hasil Survey, 2017

Gambar 4.11
Orang yang Menemani ke Alun-Alun

Berdasarkan hasil kuesioner, masyarakat berkunjung ke alun-alun bersama teman sebesar 51%, bersama pasangan 26%, bersama keluarga 22% dan masyarakat yang mengunjungi sendirian sebesar 1%. Persentase paling besar didominasi oleh masyarakat yang berkunjung bersama teman. Hal ini dikarenakan kebanyakan pengunjung merupakan mahasiswa/pelajar.

4.1.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya yang Dikeluarkan di Lokasi

Masyarakat yang datang ke alun-alun didominasi oleh masyarakat yang berpenghasilan rendah dan didominasi oleh mahasiswa/pelajar, sehingga biaya selama di lokasi juga merupakan faktor yang berpengaruh seorang untuk mengunjungi alun-alun.



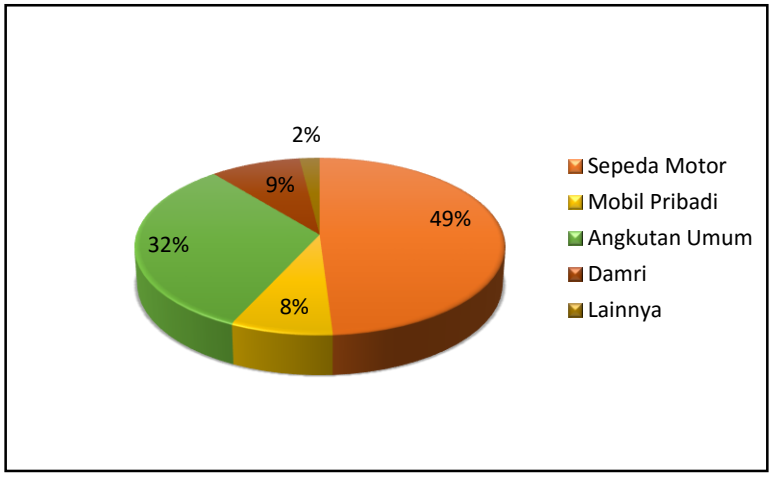
Sumber: Hasil Survey, 2017

Gambar 4.12
Biaya yang di Keluarkan di Lokasi

Dari hasil kuesioner 100 responden, didapatkan informasi mengenai biaya yang dikeluarkan oleh masyarakat selama berada di alun-alun adalah sebanyak 52% masyarakat yang mengeluarkan biaya >Rp.20.000.000, sebanyak 18% masyarakan mengeluarkan biaya Rp.15.000.000-Rp.20.000.000, selanjutnya 16% masyarakat mengeluarkan Rp.5.000.000-Rp.10.000 dan 14% masyarakat yang mengeluarkan biaya sebesar Rp.5.000-Rp.10.000. Biaya yang dikeluarkan di lokasi bervariasi tergantung dari kebutuhan setiap pengunjung yang datang.

4.1.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Alat Transportasi yang Digunakan

Transportasi merupakan salah satu faktor pendorong masyarakat untuk berkunjung ke alun-alun. Alun-alun berlokasi di pusat Kota Bandung, sehingga banyak transportasi yang dapat digunakan untuk sampai ke tempat tersebut. Pada umumnya masyarakat yang datang dengan menggunakan kendaraan bermotor yaitu sebesar 49%, masyarakat yang menggunakan angkutan umum sebesar 32%, masyarakat yang menggunakan damri sebesar 9%, masyarakat yang menggunakan mobil pribadi sebesar 8% dan masyarakat yang menggunakan moda transportasi lainnnya sebesar 2%.

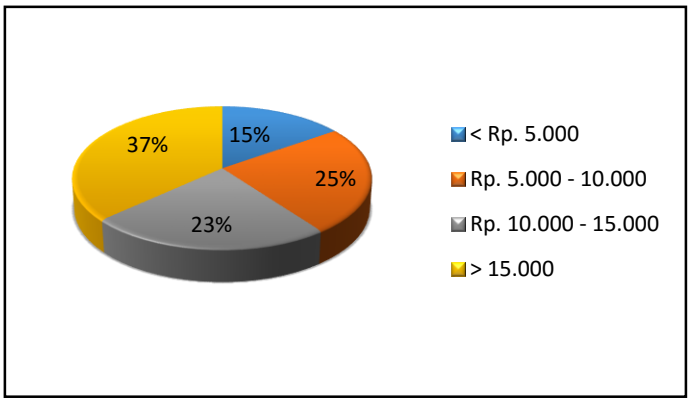


Sumber: Hasil Survey, 2017

Gambar 4.13
Jumlah Responden Alun-Aun berdasarkan Moda Transportasi

4.1.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya Transportasi Menuju Lokasi

Moda transportasi yang mudah dapat mempengaruhi masyarakat untuk mengunjungi alun-alun. Namun, bukan hanya itu saja tetapi biaya yang dikeluarkan oleh masyarakat untuk menuju tempat ini juga menjadi pertimbangan bagi masyarakat, terutama pengunjung yang berpenghasilan rendah dan juga khususnya para pelajar/mahasiswa yang merupakan pengunjung paling banyak.



Sumber: Hasil Survey, 2017

Gambar 4.14
Biaya yang Dikeluarkan Untuk Mencapai Lokasi

Dari hasil kuesioner, diketahui bahwa untuk menuju lokasi, masyarakat mengeluarkan biaya transportasi >Rp.15.000 sebesar 37%, masyarakat yang mengeluarkan biaya transportasi Rp.5.000-Rp.10.000 sebanyak 25%, selanjutnya masyarakat yang mengeluarkan biaya transportasi Rp.10.000-Rp.15.000 sebanyak

23% dan masyarakat yang mengeluarkan biaya transportasi <Rp.5000 sebanyak 15%. Biaya yang dikeluarkan masyarakat untuk mencapai lokasi tergantung dari lokasi tempat tinggal setiap responden, karena pengunjung didominasi oleh masyarakat yang berasal dari luar Kota Bandung.

4.2 Analisis Tingkat Kepuasan

Untuk mengetahui penilaian responden dan tingkat kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakaan oleh pemerintah Kota Bandung, maka perlu dilakukan analisis mengenai persepsi dan preferensi masyarakat selaku pengunjung taman alun-alun. Persepsi atau preferensi terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan hanya dilakukan oleh 100 responden yang sedang memanfaatkan alun-alun sebagai ruang terbuka publik.

Tingkat kepentingan masyarakat terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas yang ada di alun-alun, responden yang memberikan opini terhadap tingkat prioritas kepentingan ini akan mendukung terhadap peningkatan kualitas pelayanan dan fasilitas yang ada.

Dari survey primer yang dilakukan, diperoleh data mengenai informasi persepsi dan preferensi masyarakat terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas yang terdapat di alun-alun Kota Bandung. Berikut ini analisis mengenai persepsi dan preferensi masyarakat selaku pengunjung alun-alun Kota Bandung yang diolah dari kuesioner yang disebarkan kepada responden.

4.2.1 Analisis Persepsi dan Preferensi Secara Umum

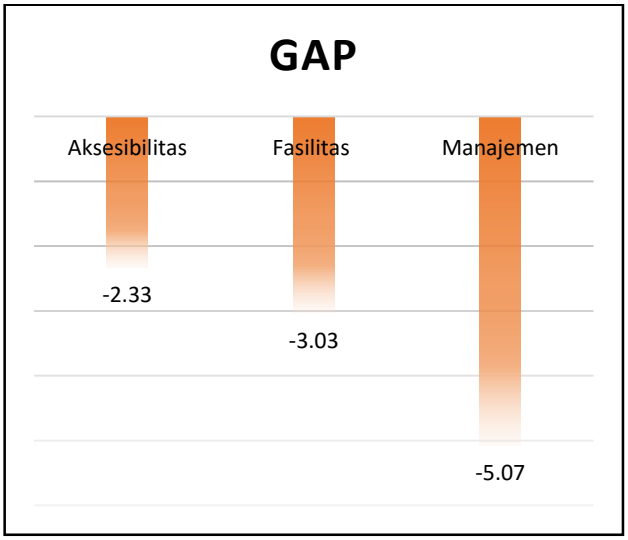
Analisis persepsi dan preferensi terdiri dari aspek aksesibilitas, fasilitas dan manajemen. Dari hasil survey yang dilakukan, diperoleh data mengenai aspek dalam mengukur tingkat kepuasan pemanfaatan Alun-Alun Bandung

Tabel IV-1
Persepsi dan Preferensi Secara Umum

Atribut Kepuasan	Persepsi					Jml Bobot	Preferensi					Jml Bobot	Gap
	SB	B	CB	BR	SBR		SP	P	CP	TP	STP		
	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1		
Aksesibilitas	95	336	210	46	4	691	575	268	81	0	0	924	-2.33
Fasilitas	80	376	465	68	1	990	775	364	138	16	0	1293	-3.03
Manajemen	165	620	726	130	5	1646	1305	576	246	26	0	2153	-5.07

Sumber: Hasil Analisis, 2017

Berdasarkan tabel di atas, diketahui penilaian masyarakat terhadap masing-masing atribut kepuasan secara keseluruhan. Dari perhitungan gap dapat dilihat bahwa nilai gap dari semua atribut bernilai negatif. Hal ini berarti nilai atribut kepuasan yang diharapkan masyarakat lebih besar daripada persepi yang dirasakan sekarang.



Sumber: Hasil Analisis, 2017

Gambar 4.15
Nilai Gap Secara Umum

Gambar di atas menunjukkan nilai gap dari masing-masing atribut kepuasan. Nilai gap aksesibilitas yaitu sebesar -2.33, nilai gap fasilitas yaitu sebesar -3.03 dan nilai gap manajemen yaitu sebesar -5.07.

4.2.2 Analisis Persepsi dan Preferensi Responden Terhadap Aksesibilitas

Berdasarkan hasil kuesioner yang diperoleh dari responden mengenai persepsi dan preferensi masyarakat terhadap variabel aksesibilitas untuk menuju Alun-Alun Kota Bandung. Penilaian responden terhadap aksesibilitas terdiri dari kemudahan ke lokasi dan biaya transportasi ke lokasi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel IV-2
Persepsi dan Preferensi Masyarakat Terhadap Aksesibilitas

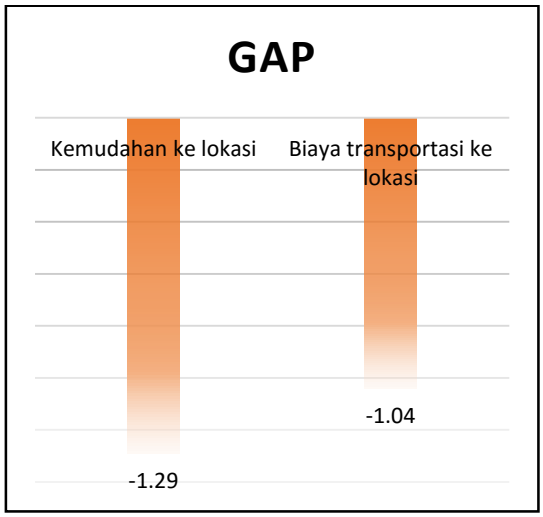
Atribut Kepuasan	Persepsi					Jml Bobot	Preferensi					Jml Bobot	Gap
	SB	B	CB	BR	SBR		SP	P	CP	TP	STP		
	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1		
Kemudahan ke lokasi	55	192	84	22	2	355	295	156	33	0	0	484	-1.29

Atribut Kepuasan	Persepsi					Jml Bobot	Preferensi					Jml Bobot	Gap
	SB	B	CB	BR	SBR		SP	P	CP	TP	STP		
	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1		
Biaya transportasi	40	144	126	24	2	336	280	112	48	0	0	440	-1.04

Sumber: Hasil Analisis, 2017

Berdasarkan tabel di atas, diketahui penilaian masyarakat terhadap variabel aksesibilitas. Dari perhitungan gap dapat dilihat bahwa nilai gap dari semua atribut bernilai negatif. Hal ini berarti nilai atribut kepuasan yang diharapkan masyarakat lebih besar daripada persepi yang dirasakan sekarang.

Dari hasil kuesioner, masih ada sebagian kecil pengunjung yang menilai buruk dan sangat buruk terhadap kinerja dari aspek aksesibilitas, sehingga penilaian persepsi pengunjung terhadap aspek aksesibilitas akan memberikan masukan bagi pemerintah Kota Bandung selaku pengelola Alun-Alun Kota Bandung dalam upaya pengembangan ruang terbuka publik.



Sumber: Hasil Analisis, 2017

Gambar 4.16
Nilai Gap Aksesibilitas

Gambar di atas menunjukkan nilai gap dari masing-masing atribut kepuasan. Nilai gap kemudahan mencapai lokasi yaitu sebesar -1.29 dan nilai gap biaya transportasi yaitu sebesar -1.04.

4.2.3 Analisis Persepsi dan Preferensi Responden Terhadap Fasilitas

Berdasarkan hasil kuesioner yang diperoleh dari responden mengenai persepsi dan preferensi masyarakat terhadap variabel fasilitas yang ada di Alun-

Alun Kota Bandung. Penilaian responden terhadap fasilitas terdiri dari tempat parkir, jumlah toilet dan fasilitas bemain dan fasilitas olahraga. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

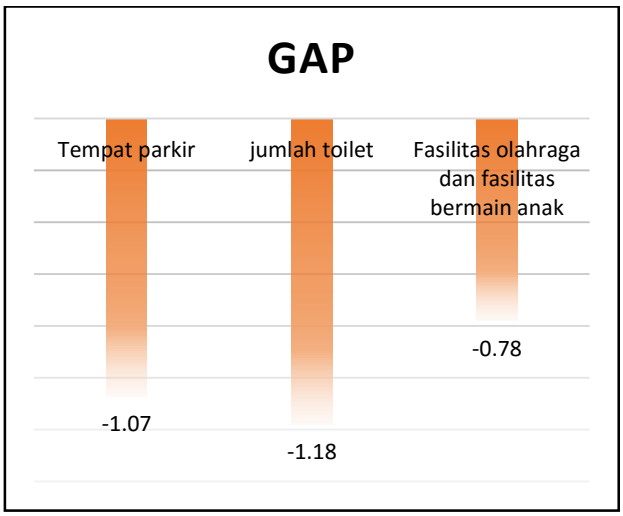
Tabel IV-3
Persepsi dan Preferensi Masyarakat Terhadap Fasilitas

Atribut Kepuasan	Persepsi					Jml Bobot	Preferensi					Jml Bobot	Gap
	SB	B	CB	BR	SBR		SP	P	CP	TP	STP		
	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1		
Tempat parkir	15	104	174	26	0	255	108	57	6	0	426	255	-1.07
Jumlah toilet	20	104	159	32	1	265	132	27	10	0	434	265	-1.18
Fasilitas bermain dan olahraga	45	168	132	10	0	255	124	54	0	0	433	255	-0.78

Sumber: Hasil Analisis, 2017

Berdasarkan tabel di atas, diketahui penilaian masyarakat terhadap variabel fasilitas. Dari perhitungan gap dapat dilihat bahwa nilai gap dari semua atribut bernilai negatif. Hal ini berarti nilai atribut kepuasan yang diharapkan masyarakat lebih besar daripada persepi yang dirasakan sekarang.

Dari hasil kuseioner, masih ada sebagian kecil pengunjung yang menilai buruk terhadap kinerja dari aspek fasilitas, sehingga penilaian persepsi pengunjung terhadap aspek fasilitas akan memberikan masukan bagi pemerintah Kota Bandung selaku pengelola Alun-Alun Kota Bandung dalam upaya pengembangan ruang terbuka.



Sumber: Hasil Analisis, 2017

Gambar 4.17
Nilai Gap Fasilitas

Gambar di atas menunjukkan nilai gap dari masing-masing atribut kepuasan. Nilai gap tempat parkir yaitu sebesar -1.07, nilai gap jumlah toilet yaitu sebesar -1.18 dan nilai gap fasilitas olahraga dan fasilitas bermain anak yaitu sebesar -1.04. Nilai gap paling besar adalah jumlah toilet yang tersedia di alun-alun, sehingga ini menjadi hal yang penting bagi pemerintah sebagai pengelola alun-alun untuk menambah jumlah toilet umum.

4.2.4 Analisis Persepsi dan Preferensi Responden Terhadap Manajemen

Berdasarkan hasil kuesioner yang diperoleh dari responden mengenai persepsi dan preferensi masyarakat terhadap variabel manajemen yang ada di Alun-Alun Kota Bandung. Penilaian responden terhadap manajemen terdiri dari kemanan, kenyamanan, kebersihan lokasi, kebersiha toilet dan kepedulian petugas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

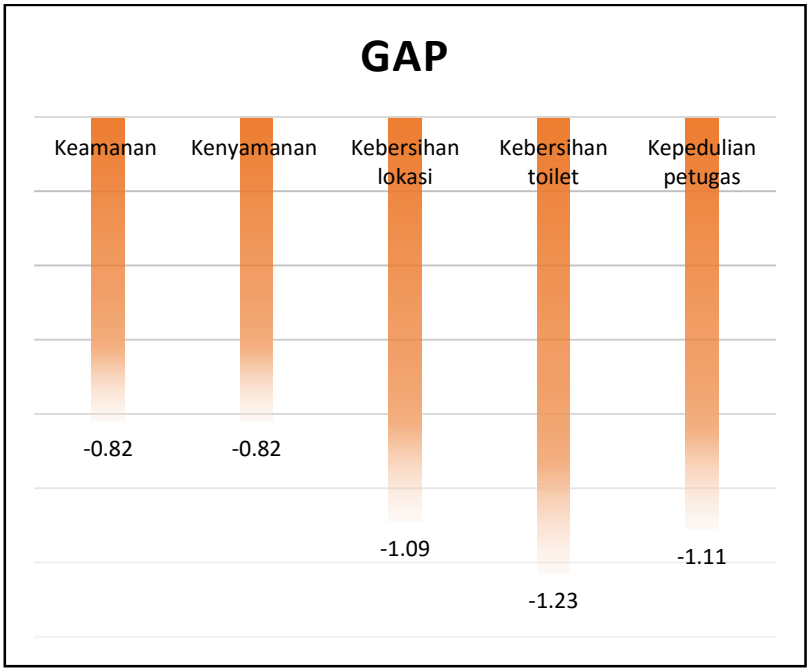
Tabel IV-4
Persepsi dan Preferensi Masyarakat Terhadap Manajemen

Atribut Kepuasan	Persepsi					Jml Bobot	Preferensi					Jml Bobot	Gap
	SB	B	CB	BR	SBR		SP	P	CP	TP	STP		
	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1		
Keamanan	40	140	159	8	0	347	235	140	54	0	0	429	-0.82
Kenyamanan	35	188	126	4	2	355	265	124	48	0	0	437	-0.82
Kebersihan lokasi	25	144	132	30	0	331	270	128	42	0	0	440	-1.09
Kebersihan toilet	10	80	171	40	1	302	270	84	63	8	0	425	-1.23
Kepedulian petugas	55	68	138	48	2	311	265	100	39	18	0	422	-1.11

Sumber: Hasil Analisis, 2017

Berdasarkan tabel di atas, diketahui penilaian masyarakat terhadap variabel manajemen. Dari perhitungan gap dapat dilihat bahwa nilai gap dari semua atribut bernilai negatif. Hal ini berarti nilai atribut kepuasan yang diharapkan masyarakat lebih besar daripada persepi yang dirasakan sekarang.

Dari hasil kuseioner, masih ada sebagian kecil pengunjung yang menilai buruk terhadap kinerja dari aspek fasilitas, seperti pada aspek kenyamanan dan kepedulian petugaas sehingga penilaian persepsi pengunjung terhadap aspek fasilitas akan memberikan masukan bagi pemerintah Kota Bandung selaku pengelola Alun-Alun Kota Bandung dalam upaya pengembangan ruang terbuka publik.



Sumber: Hasil Analisis, 2017

Gambar 4.18
Nilai Gap Manajemen

Gambar di atas menunjukkan nilai gap dari masing-masing atribut kepuasan. Nilai gap keamanan dan kenyamanan yaitu sebesar -0.82, nilai gap keberihan lokasi yaitu sebesar -1.09, nilai gap kebersihan toilet yaitu sebesar -1.23 dan nilai gap kepedulian petugas yaitu sebesar -1.11. Nilai gap paling besar adalah kebersihan toilet di alun-alun, sehingga ini menjadi hal yang penting bagi pemerintah sebagai pengelola alun-alun untuk mengevaluasi kembali terkait kebersihan toilet yang di sediakan.

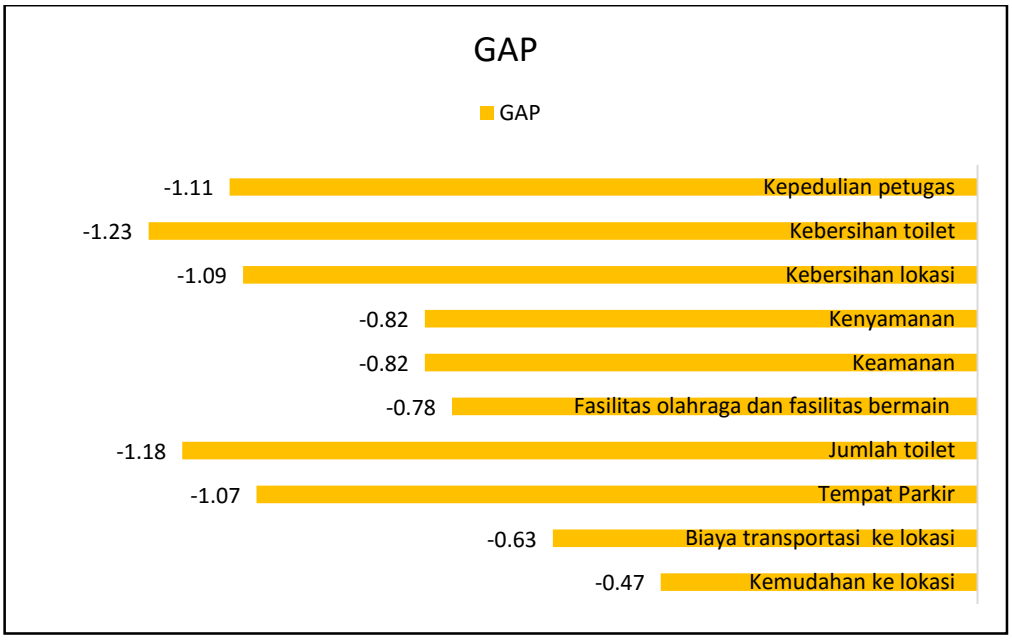
4.2.5 Analisis Kesenjangan/Gap Persepsi dan Preferensi Per Variabel

Apabila dilihat berdasarkan hasil analisis persepsi dan preferensi pengunjung Alun-Alun terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas yang tersedia di Alun-Alun Bandung, maka dapat dietahui bahwa kinerja atribut pada umumnya yang ditawarkan oleh pihak pengelola Alun-Alun, yaitu pemerintah Kota Bandung masih berada di bawah harapan responden. Melalui analisis kesenjangan (*gap*) beberapa atribut yang terdapat di bawah nilai rata-rata selisih bobot merupakan atribut yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki.

Tabel IV-5
Bobot Kesenjangan (*gap)*

ATRIBUT	BOBOT PERSEPSI	BOBOT PREFERENSI	GAP
Kemudahan ke lokasi	381	428	-0.47
Biaya transportasi ke lokasi	349	412	-0.63
Tempat parkir	319	426	-1.07
Jumlah toilet	316	434	-1.18
Fasilitas olahraga dan fasilitas bermain anak	355	433	-0.78
Keamanan	347	429	-0.82
Kenyamanan	355	437	-0.82
Kebersihan lokasi	331	440	-1.09
Kebersihan toilet	302	425	-1.23
Kepedulian petugas	311	422	-1.11

Sumber: Hasil Analisis, 2017



Sumber: Hasil Analisis, 2017

Gambar 4.19
Nilai Gap per Variabel

Gambar di atas menunjukkan nilai gap dari masing-masing atribut kepuasan ruang terbuka publik. Dari hasil perhitungan tersebut, nilai gap yang paling besar merupakan prioritas utama yang harus diperbaiki.

4.2.6 Analisis Kuadran Persepsi dan Preferensi Masyarakat

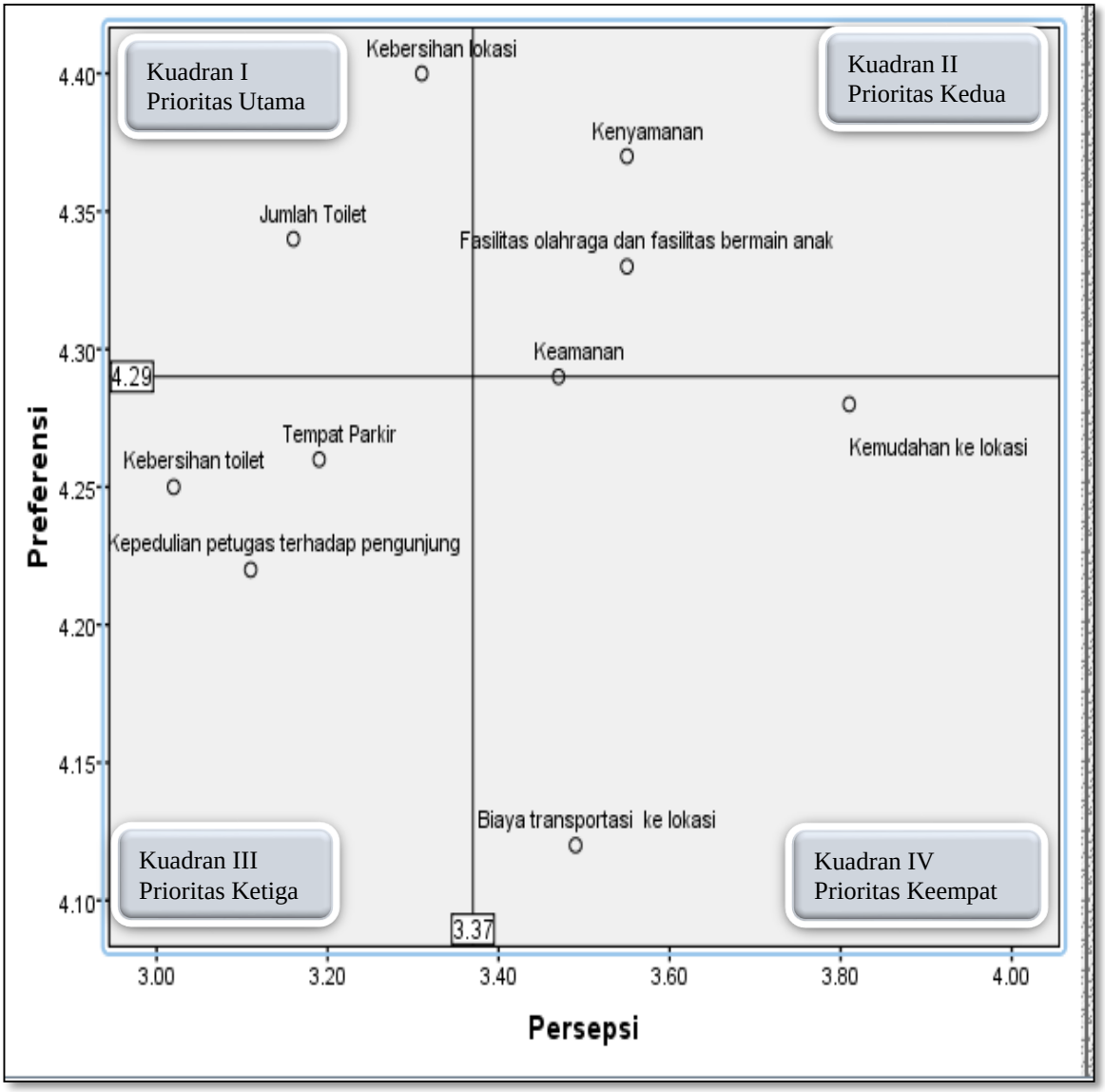
Berdasarkan hasil analisis persepsi dan preferensi masyarakat yang ada di Alun-Alun Bandung, maka dapat diketahui prioritas-prioritas utama yang harus

segera diperbaiki oleh pemerintah Kota Bandung sebagai pengelola alun-alun melalui analisis kuadran. Selain itu, atribut yang harus dipertahankan kinerjanya, prioritas rendah dan atribut yang berlebihan dengan menggunakan analisis kuadran.

Tabel IV-6
Analisis Kuadran

Variabel	Bobot Persepsi	Bobot Preferensi	X	Y
Kemudahan ke lokasi	381	428	3.81	4.28
Biaya transportasi ke lokasi	349	412	3.49	4.12
Tempat Parkir	319	426	3.19	4.26
Jumlah Toilet	316	434	3.16	4.34
Fasilitas olahraga dan fasilitas bermain anak	355	433	3.55	4.33
Keamanan	347	429	3.47	4.29
Kenyamanan	355	437	3.55	4.37
Kebersihan lokasi	331	440	3.31	4.40
Kebersihan toilet	302	425	3.02	4.25
Kepedulian petugas	311	422	3.11	4.22

Sumber: Hasil Analisis, 2017



Sumber: Hasil Analisis, 2017

Gambar 4.20
Hasil Analisis Kuadran

Kuadran I (Prioritas Utama). Wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh responden tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang diharapkan (kenyataan yang diperoleh masih sangat rendah). Atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan dengan cara pemerintah sebagai pengelola Alun-Alun Bandung tetap berkonsentrasi pada kuadran ini.

Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi menurut responden namun kinerjannya masih dirasakan rendah. Sehingga atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini harus diprioritaskan untuk diperbaiki. Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini antara lain jumlah toilet dan kebersihan lokasi

Kuadran II (Prioritas Kedua). Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan kinerjanya juga dinilai baik oleh responden. Atribut-atribut yang terdapat dala kuadran ini merupakan kekuatan atau keunggulan dari Alun-Alun Bandung dalam penilaian responden. Pemerintah Kota Bandung sebagai pengelola Alun-Alun Bandung perlu menjaga kualitas dan meningkatkan kinerjanya terhadap atribut-atribut tersebut. Atribut-atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini antara lain fasilitas olahraga dan fasilitas bermain anak, keamanan dan kenyamanan.

Kuadran III (Prioritas Ketiga). Wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh responden dan pada kenyataannya biasa saja atau tidak terlalu istimewa. Atribut-atribut yang termasuk kedalam kuadran ini dapat dipertimbangkan untuk dihilangkan karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh responden amat kecil.

Tiap atribut yang berada di kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan kinerjanya juga dinilai kurang oleh responden. Pemerintah Kota Bandung perlu melakukan perbaikan kinerja terhadap atribut-atribut tersebut. Atribut-atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini antara lain jumlah parkir, kebersihan toilet dan kepedulian petugas terhadap pengunjung.

Kuadran IV (Prioritas Keempat). Variabel-variabel yang termasuk pada kuadran ini memiliki kinerja yang sangat baik namun memiliki tingkat kepentingan yang rendah menurut responden, sehingga atribut yang termasuk dalam kuadran ini

memiliki prioritas keempat. Pemerintah Kota perlu melakukan peningkatan kinerja pada variabel tersebut. Atribut-atribut yang terdapat dala kuadran ini adalah kemudahan ke lokasi dan biaya transportasi ke lokasi.

4.3 Hubungan Antara Karakteristik Masyarakat dan Tingkat Kepuasan (Gap)

Untuk melihat hubungan dari beberapa variabel tersebut, maka analisis yang digunakan adalah analisis *crosstab* yang merupakan analisis tabulasi silang atau tabel kontingensi yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengetahui apakah ada hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain.

Terdapat 100 responden yang akan dilihat ada tidaknya hubungan antara keterkaitan karakteristik masyarakat dengan tingkat kepuasan masyarakat (Gap). Tujuan melihat hubungan antara karakteristik masyarakat dan tingkat kepuasan masyarakat adalah untuk melihat apakah karakteristik masyarakat ada hubungannya dengan nilai gap persepsi dan preferensi masyarakat.

Karakteristik responden dibagi menjadi 2 (dua) yaitu karakteristik pengguna dan karakteristik pemanfaatan. Karakteristik pengguna antara lain jenis kelamin, kelompok usia, asal tempat tinggal, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan. Sedangkan karakteristik pemanfaatan terdiri dari frekuensi kunjungan, waktu kunjungan, aktivitas yang dilakukan dan lama kunjungan.

Variabel kepuasan masyarakat terdiri dari kemudahan mencapai lokasi, biaya transportasi, tempat parkir, jumlah toilet, fasilitas bermain dan fasilitas olahraga, keamanan, kenyamanan, kebersihan lokasi, kebersihan toilet dan kepedulian petugas terhadap pengunjung.

Pada analisis ini, nilai gap kepuasan masyarakat dibagi menjadi 2 (dua), yaitu tidak puas dan sedikit puas. Klasifikasi tersebut didasarkan pada nilai *range* keseluruhan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel IV-7
Klasifikasi Nilai Gap responden

Nilai Gap	Keterangan
(-0.24) – (-0.02)	Tidak Puas
(-0.02) – (0.21)	Sedikit Puas

Sumber: Hasil Analisis 2017

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara karakteristik masyarakat dengan nilai gap persepsi dan preferensi masyarakat, maka dilakukan analisis *crosstab* atau tabel kontingensi menggunakan SPSS.

Tabel IV-8
Nilai Probabilitas Karakteristik Masyarakat dan Tingkat Kepuasan (Gap)

Karakteristik Masyarakat	Variabel Tingkat Kepuasan									
	Kemudahan mencapai lokasi	Biaya transportasi	Tempat parkir	Jumlah toilet	Fasilitas bermain dan fasilitas olahraga	Keamanan	Kenyamanan	Kebersihan lokasi	Kebersihan toilet	Kepedulian petugas
Jenis kelamin	0.360	0.723	0.327	0.521	0.134	0.768	0.119	0.877	0.541	0.560
Kelompok usia	0.946	0.702	0.360	0.705	0.886	0.870	0.287	0.236	0.690	0.311
Asal tempat tinggal	0.316	0.173	0.404	0.226	0.280	0.442	0.192	0.023	0.281	0.023
Tingkat pendidikan	0.784	0.394	0.143	0.911	0.762	0.655	0.800	0.816	0.650	0.519
Jenis pekerjaan	0.723	0.653	0.750	0.907	0.826	0.322	0.675	0.799	0.856	0.039
Tingkat pendapatan	0.892	0.066	0.020	0.290	0.493	0.696	0.047	0.775	0.519	0.550
Frekuensi kunjungan	0.965	0.282	0.631	0.494	0.919	0.154	0.207	0.868	0.108	0.075
Waktu kunjungan	0.085	0.021	0.133	0.115	0.007	0.493	0.249	0.007	0.033	0.599
Aktivitas yang dilakukan	0.374	0.170	0.002	0.024	0.080	0.015	0.014	0.070	0.003	0.010
Lama kunjungan	0.756	0.403	0.110	0.115	0.852	0.116	0.498	0.200	0.231	0.755

Sumber: Hasil Analisis,2017

Ket:

= Berhubungann

Dari hasil analisis *Crosstab* atau kontingensi, didapatkan bahwa ada beberapa variabel yang saling berhubungan. Diantaranya sebagai berikut.

- **Asal tempat tinggal dan kebersihan lokasi.** Dari hasil analisis kontingensi yang dilakukan di SPSS, diketahui bahwa asal tempat tinggal masyarakat berhubungan dengan tingkat kepuasan, yaitu terhadap kebersihan lokasi. Dilihat dari nilai probabilitasnya < 0.05 yaitu sebesar 0.023, artinya asal tempat tinggal masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap kebersihan lokasi.
- **Asal tempat tinggal dan kepedulian petugas.** Dari hasil analisis kontingensi yang dilakukan di SPSS, diketahui bahwa asal tempat tinggal masyarakat berhubungan dengan tingkat kepuasan, yaitu terhadap kepedulian petugas. Dilihat dari nilai probabilitasnya < 0.05 yaitu sebesar 0.023, artinya asal tempat tinggal masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap kepedulian petugas terhadap masyarakat.
- **Jenis pekerjaan dan kepedulian petugas.** Dari hasil analisis kontingensi yang dilakukan di SPSS, diketahui bahwa jenis pekerjaan masyarakat berhubungan dengan tingkat kepuasan, yaitu terhadap kepedulian petugas. Dilihat dari nilai probabilitasnya < 0.05 yaitu sebesar 0.039, artinya jenis pekerjaan masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap kepedulian petugas terhadap masyarakat.
- **Tingkat pendapatan dan tempat parkir.** Dari hasil analisis kontingensi yang dilakukan di SPSS, diketahui bahwa tingkat pendapatan masyarakat berhubungan dengan tingkat kepuasan, yaitu terhadap tempat parkir yang disediakan di alun-alun. Dilihat dari nilai probabilitasnya < 0.05 yaitu sebesar 0.020, artinya tingkat pendapatan masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap fasilitas parkir yang disediakan di alun-alun.
- **Tingkat pendapatan dan kenyamanan.** Dari hasil analisis kontingensi yang dilakukan di SPSS, diketahui bahwa tingkat pendapatan masyarakat berhubungan dengan tingkat kepuasan, yaitu terhadap kenyamanan. Dilihat dari nilai probabilitasnya < 0.05 yaitu sebesar 0.047 artinya tingkat pendapatan

masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap kenyamanan selama berada di alun-alun.

- **Waktu kunjungan dan biaya transportasi.** Dari hasil analisis kontingensi yang dilakukan di SPSS, diketahui bahwa waktu kunjungan masyarakat berhubungan dengan tingkat kepuasan, yaitu terhadap biaya transportasi untuk menuju ke alun-alun. Dilihat dari nilai probabilitasnya < 0.05 yaitu sebesar 0.021, artinya waktu kunjungan masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap biaya transportasi menuju ke alum-alun.
- **Waktu kunjungan dan fasilitas bermain dan olahraga.** Dari hasil analisis kontingensi yang dilakukan di SPSS, diketahui bahwa waktu kunjungan masyarakat berhubungan dengan tingkat kepuasan, yaitu terhadap ketersediaan fasilitas bermain dan fasilitas olahraga di alun-alun. Dilihat dari nilai probabilitasnya < 0.05 yaitu sebesar 0.007, artinya waktu kunjungan masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya ketersediaan fasilitas bermain dan fasilitas olahraga di alun-alun.
- **Waktu kunjungan dan kebersihan lokasi.** Dari hasil analisis kontingensi yang dilakukan di SPSS, diketahui bahwa waktu kunjungan masyarakat berhubungan dengan tingkat kepuasan, yaitu terhadap kebersihan lokasi. Dilihat dari nilai probabilitasnya < 0.05 yaitu sebesar 0.007, artinya waktu kunjungan masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap kebersihan lokasi.
- **Waktu kunjungan dan kebersihan toilet.** Dari hasil analisis kontingensi yang dilakukan di SPSS, diketahui bahwa waktu kunjungan masyarakat berhubungan dengan tingkat kepuasan, yaitu terhadap kebersihan toilet. Dilihat dari nilai probabilitasnya < 0.05 yaitu sebesar 0.033, artinya waktu kunjungan masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap kebersihan toilet.
- **Aktivitas yang dilakukan dan tempat parkir.** Dari hasil analisis kontingensi yang dilakukan di SPSS, diketahui bahwa aktivitas yang dilakukan masyarakat berhubungan dengan tingkat kepuasan, yaitu terhadap ketersediaan fasilitas

parkir di alun-alun. Dilihat dari nilai probabilitasnya < 0.05 yaitu sebesar 0.002, artinya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap ketersediaan fasilitas parkir di alun-alun.

- **Aktivitas yang dilakukan dan jumlah toilet.** Dari hasil analisis kontingensi yang dilakukan di SPSS, diketahui bahwa aktivitas yang dilakukan masyarakat berhubungan dengan tingkat kepuasan, yaitu terhadap ketersediaan fasilitas toilet di alun-alun. Dilihat dari nilai probabilitasnya < 0.05 yaitu sebesar 0.024, artinya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap ketersediaan fasilitas toilet di alun-alun.
- **Aktivitas yang dilakukan dan keamanan.** Dari hasil analisis kontingensi yang dilakukan di SPSS, diketahui bahwa aktivitas yang dilakukan masyarakat berhubungan dengan tingkat kepuasan, yaitu keamanan di alun-alun. Dilihat dari nilai probabilitasnya < 0.05 yaitu sebesar 0.015, artinya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap keamanan selama berada di alun-alun.
- **Aktivitas yang dilakukan dan kenyamanan.** Dari hasil analisis kontingensi yang dilakukan di SPSS, diketahui bahwa aktivitas yang dilakukan masyarakat berhubungan dengan tingkat kepuasan, yaitu terhadap kenyamanan masyarakat. Dilihat dari nilai probabilitasnya < 0.05 yaitu sebesar 0.014, artinya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap kenyamanan yang dirasakan oleh masyarakat.
- **Aktivitas yang dilakukan dan kebersihan toilet.** Dari hasil analisis kontingensi yang dilakukan di SPSS, diketahui bahwa aktivitas yang dilakukan masyarakat berhubungan dengan tingkat kepuasan, yaitu terhadap kebersihan toilet di alun-alun. Dilihat dari nilai probabilitasnya < 0.05 yaitu sebesar 0.003, artinya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap kebersihan toilet di alun-alun.
- **Aktivitas yang dilakukan dan kepedulian petugas**. Dari hasil analisis kontingensi yang dilakukan di SPSS, diketahui bahwa aktivitas yang dilakukan

masyarakat berhubungan dengan tingkat kepuasan, yaitu terhadap kepedulian petugas. Dilihat dari nilai probabilitasnya < 0.05 yaitu sebesar 0.010, artinya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap kepedulian petugas ke masyarakat.