



## Evaluasi Tingkat Kepuasan Pengguna Jalan Tol Terkait Kinerja *Call Center* dan Unit Lapangan pada Astra Infra Toll Road Tangerang-Merak

Fahmi Ramdani<sup>1\*</sup>, Furtasan Ali Yusuf<sup>2</sup>, Kenedi<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa, Indonesia

\*Penulis Korespondensi: [Ramdanifahmi2000@gmail.com](mailto:Ramdanifahmi2000@gmail.com)

**Abstract.** PT Astra Infra Toll Road is one of the companies responsible for maintaining the Tangerang-Merak Toll Road and is required to provide excellent services to toll road users. User satisfaction is an important factor in evaluating service quality, as positive experiences can influence users' responses toward the company. This study aims to analyze and describe the quality of toll road services and their impact on user satisfaction. The research employed a descriptive qualitative approach with data collected through in-depth interviews, direct observations at toll gates, and documentation studies. The informants consisted of toll road managers and toll road users. The results show that service quality dimensions, including officer responsiveness, road facility comfort, and driving safety, significantly influence user perceptions. Technical problems in the Call Center service were identified as the main factor reducing user satisfaction. However, friendly officer services and quick emergency responses contributed to restoring user trust and satisfaction. This study recommends improving technological infrastructure reliability and conducting regular road maintenance to optimize the implementation of minimum service standards (SPM).

**Keywords:** Customer Satisfaction; Minimum Service Standards; Service Excellence; Service Quality; Toll Road.

**Abstrak.** PT Astra Infra Toll Road merupakan salah satu perusahaan yang bertanggung jawab dalam pemeliharaan Jalan Tol Tangerang-Merak dan dituntut untuk memberikan pelayanan prima kepada pengguna jalan tol. Kepuasan pengguna menjadi salah satu faktor penting dalam menilai kualitas pelayanan, karena pengalaman positif dapat memengaruhi persepsi pengguna terhadap perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan secara mendalam kualitas pelayanan jalan tol serta dampaknya terhadap kepuasan pengguna jalan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung pada gerbang tol, dan studi dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas pengelola jalan tol dan pengguna jalan tol. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan berupa responsivitas petugas, kenyamanan fasilitas jalan, dan keselamatan berkendara memiliki peran penting dalam membentuk persepsi pengguna. Kendala teknis pada kinerja layanan *Call Center* PT Astra Infra Toll Road Tangerang-Merak menjadi faktor utama yang menurunkan kepuasan pengguna. Namun, pelayanan petugas yang ramah dan respons cepat terhadap kondisi darurat mampu meningkatkan kembali kepercayaan serta kepuasan pengguna. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan keandalan infrastruktur teknologi dan pemeliharaan jalan secara berkala untuk mengoptimalkan standar pelayanan minimal (SPM).

**Kata Kunci:** Jalan Tol; Kepuasan Pengguna; Kualitas Pelayanan; Pelayanan Prima; Standar Pelayanan Minimal.

### 1. LATAR BELAKANG

Tantangan yang dihadapi bangsa Indonesia semakin banyak terutama di bidang usaha yang terus berkembang. Indonesia sebagai negara berkembang meski kerap kali didera oleh permasalahan ekonomi, secara perlahan tetap berupaya kembali mengangkat dan memajukan segala bidang usaha dan kegiatan di dalamnya. Salah satu usaha yang sangat berkembang di Indonesia adalah bisnis transportasi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk mobilitas antar kota dan antar provinsi. Sesuai dengan tuntutan kebutuhan masyarakat di masa kini, maka berkembanglah dengan pesat berbagai jenis pelayanan dan jasa transportasi baik itu udara, laut, dan darat. Jasa transportasi darat, laut dan darat yang disediakan sangat dimanfaatkan masyarakat untuk menempuh perjalanan agar lebih cepat dan nyaman.

Jalan tol sebagaimana yang didefinisikan dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2024 tentang Jalan Tol yaitu jalan bebas hambatan yang merupakan bagian sistem jaringan jalan dan sebagai jalan nasional yang penggunaanya diwajibkan membayar. Jalan tol juga didefinisikan sebagai jalan yang memiliki spesifikasi tinggi, tanpa persilangan sebidang, memiliki minimal dua lajur pada masing-masing arah, dan mengharuskan pengguna membayar tarif tol. Pada jalan tol tersedia beberapa lajur yang berguna untuk mengurangi kepadatan lalu lintas pada jalan umum, yang memang pada dasarnya pembangunan jalan tol ditujukan untuk atau memperlancar perjalanan kendaraan (Grysvian & Putranto, 2023).

Standar Pelayanan Minimal (SPM) jalan tol di Indonesia ditetapkan melalui Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 16/PRT/M/2014 tentang Standar Pelayanan Minimal Jalan Tol. Standar ini pada hakikatnya merupakan salah satu bentuk peraturan pemerintah untuk memberikan perlindungan kepada pengguna jalan tol. Untuk meningkatkan mutu pelayanan kepada pengguna jalan tol, Badan Usaha Jalan Tol (BUJT) harus mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam undang-undang ini. Sayangnya, dalam praktiknya masih banyak BUJT yang belum memenuhi standar penilaian SPM dari sejumlah karakteristik pelayanan tertentu. Terkadang operator jalan tol gagal memberikan layanan yang memenuhi harapan pengguna jalan tol karena industri jalan tol merupakan jenis layanan dengan pasar yang tidak kompetitif. Akibatnya, terdapat ketidakpuasan terhadap kualitas penyediaan layanan jalan tol di Indonesia, di mana operator gagal memenuhi harapan pengguna dan pemerintah, yang bertindak sebagai regulator, kurang mampu mencerminkan harapan dan ekspektasi pengguna dalam standar layanan yang ditetapkan bagi operator, sehingga layanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pengguna.

Jalan Tol Tangerang-Merak dibangun secara bertahap melalui skema *Build, Operate and Transfer* (BOT) pada tahun 1992 sampai dengan 1996. Kegiatan Perseroan adalah sebagai pelaksana pembangunan, pengoperasian dan pemeliharaan Jalan Tol Tangerang-Merak.

Pemegang saham mayoritas Perseroan adalah PT Astratel Nusantara sejak tanggal 18 Januari 2018 merubah nama menjadi PT Astra Tol Nusantara (ATN), merupakan anak perusahaan PT Astra International Tbk, yang menjalankan bisnis di bidang infrastruktur, dengan kepemilikan sebesar 79,3%. ATN merupakan bagian dari Astra Infra. Pemegang saham lainnya adalah Capital Holding Investment Ltd 15,69%, PT Jasa Marga (Persero) Tbk 1,94%, PT Hanurata 1,42%, PT Krakatau Steel (Persero) Tbk 0,47%, PT Taspen (Persero) 0,45%, BPJS Ketenagakerjaan 0,45% dan Yayasan Sarana Wana Jaya 0,27%. Jalan Tol Tangerang-Merak memiliki 10 Gerbang Tol, yaitu Gerbang Tol Cikupa, Balaraja Timur, Balaraja Barat, Cikande, Ciujung, Serang Timur, Serang Barat, Cilegon Timur, Cilegon Barat, dan Merak.

Pada 10 gerbang ini terdapat 89 lajur transaksi, dimana 21 di antaranya merupakan Gardu Tol Otomatis (GTO). Tersedia layanan pendukung bagi pengguna jalan tol antara lain: 5 unit Ambulance, 5 unit kendaraan Layanan Lalu Lintas, 14 unit kendaraan Derek, 2 unit Kendaraan Rescue dan 1 unit Rescue Truck, serta 2 unit Kendaraan Manlift. Sebagai pemberian informasi kepada pengguna jalan, terdapat 21 unit *Variable Message Sign* (VMS), dan 334 unit kamera pantau untuk memonitor keadaan di jalur. Dipasang juga 1.666 unit Penerangan Jalan Umum (PJU) dan 77 unit Lampu Peringatan. Tempat Istirahat dan Pelayanan (TIP) tersedia di KM 68 dan KM 43 arah Merak dan KM 68 dan KM 45 arah Jakarta.

Dalam rangka melaksanakan pengelolaan jalan tol PT Astra Infra Toll Road Tangerang-Merak harus memberikan pelayanan yang prima, khususnya bagi pengguna jalan tol. Faktor lain yang perlu diperhatikan adalah kepuasan pengguna jalan tol, apabila pengguna jalan tol merasa senang dengan pelayanan yang diberikan PT Astra Infra Toll Road Tangerang-Merak, niscaya mereka akan memberikan respon yang baik pula.

Berdasarkan hasil survei awal dan wawancara dengan 50 pengguna jalan, banyak pelanggan yang menyatakan berbagai ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan oleh PT Astra Infra Toll Road Tangerang-Merak. Kekurangan tersebut masuk dalam beberapa kategori yang berkaitan dengan kapasitas personel dalam memberikan layanan.

**Tabel 1.** Hasil Pra Survei Kepuasan Pengguna Jalan Tol di PT Astra Infra Toll Road Tangerang-Merak.

| No | Indikator Kepuasan                                      | Jumlah Responden (Orang) | Persentase Tidak Puas | Persentase Puas |
|----|---------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------|
| 1  | Waktu antrean di gerbang tol                            | 50                       | 40%                   | 60%             |
| 2  | Kondisi fisik jalan (berlubang/bergelombang)            | 50                       | 70%                   | 30%             |
| 3  | Kelengkapan rambu dan penerangan jalan                  | 50                       | 20%                   | 80%             |
| 4  | Fasilitas <i>rest area</i> (toilet, parkir, kebersihan) | 50                       | 30%                   | 70%             |
| 5  | Respons petugas saat kendala (derek/informasi)          | 50                       | 70%                   | 30%             |
|    | Rata-rata                                               | [50]                     | 46%                   | 54%             |

*Sumber: Data Prasurvei peneliti (2026).*

Berdasarkan dari tabel 1 hasil pra survei mengenai kepuasan pengguna tol terhadap 50 responden. Terdapat 2 indikator yang relevan dengan kondisi rel di lapangan yaitu kondisi fisik jalan (berlubang/bergelombang) dan Respons petugas saat kendala (derek/informasi). Adanya pra survei dilakukan untuk memastikan bahwa permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini memang benar terjadi dan relevan untuk dikaji lebih lanjut. Selain kepuasan pelanggan faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan.

PT Astra Infra Toll Road Tangerang-Merak terus berupaya meningkatkan mutu layanannya demi memuaskan dan memenuhi apa yang diinginkan pelanggan. Keluhan pelanggan yang tidak puas tentu merupakan catatan buruk yang apabila tidak segera diatasi akan berujung pada penurunan jumlah pelanggan dan secara tidak langsung mengancam kelangsungan hidup perusahaan.

Dalam operasionalnya, pengguna jalan kerap dihadapkan pada situasi darurat seperti kendaraan mogok atau kecelakaan. Pada kondisi ini, pusat informasi (*call center*) dan unit lapangan (petugas patroli, derek, dan rescue) menjadi garda terdepan. Kualitas respons *call center* dalam menerima keluhan serta kecepatan unit lapangan dalam memberikan pertolongan akan sangat menentukan tingkat kepuasan pengguna jalan.

Namun, kendala seperti lambatnya waktu respon (*response time*) petugas, tidak tersedianya unit saat dibutuhkan, hingga kurang sigapnya petugas *call center* dalam memberikan informasi dapat memicu ketidakpuasan. Oleh karena itu, evaluasi terhadap dua elemen krusial ini perlu dilakukan secara objektif. Dengan kondisi di lapangan pada toll PT Astra Infra Toll Road Tangerang-Merak, pihak perusahaan hendaknya perlu adanya evaluasi yang menyeluruh guna meningkatkan mutu dan layanan bagi pengguna toll.

Berdasarkan beberapa fenomena yang diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul: “Evaluasi Tingkat Kepuasan Pengguna Tol Terkait Kinerja Call Center dan Unit Lapangan pada Astra Infra Toll Road Tangerang-Merak”,

## 2. KAJIAN TEORITIS

### Deskripsi Konseptual

#### *Kepuasan Pelanggan*

##### a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan atau satisfaction dari bahasa latin *satis* (artinya cukup baik) dan “*facto*” (melakukan atau membuat) dengan demikian kepuasan dapat diartikan sebagai pemenuhan sesuatu atau sesuatu yang memadai. Sedangkan, secara istilah Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu orientasi perusahaan selain meningkatkan keuntungan (Agung et al., 2023).

Menurut pendapat Adhari (2021) kepuasan pelanggan adalah penilaian setelah pembelian yang minimalnya sejajar atau melebihi harapan pelanggan, sementara ketidakpuasan muncul ketika hasilnya tidak memenuhi harapan pelanggan.

Hidayati et al. (2021) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan dapat dianggap sebagai hasil dari perbandingan antara persepsi terhadap kinerja suatu produk atau layanan dan harapan yang dimiliki. Apabila kinerja memenuhi atau melampaui harapan, pelanggan merasa puas; sebaliknya, apabila kinerja berada di bawah harapan, pelanggan merasa tidak puas sedangkan menurut Diana & Tjiptono (2022) sebagai hasil yang timbul dari pengalaman konsumsi khusus, seperti situasi kognitif ketika pembeli merasa dihargai atau setara dengan pengorbanan yang sudah dilakukan, respon emosional terhadap pengalaman yang terkait dengan produk atau jasa tertentu, dan kondisi psikologis sebelum dan sesudah menggunakan produk atau jasa tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi atau penilaian yang dilakukan oleh pelanggan terhadap produk atau layanan yang mereka terima dari suatu perusahaan atau penyedia layanan. Hal ini mencakup sejauh mana produk atau layanan tersebut memenuhi atau melebihi harapan, kebutuhan, dan ekspektasi pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak hanya berkaitan dengan aspek fungsional dari produk atau layanan, tetapi juga dengan pengalaman keseluruhan yang diberikan kepada pelanggan, termasuk interaksi dengan staf, proses pembelian, dan layanan purna jual (Rifani et al., 2024).

Menurut Sangadji & Sopiah dalam (Dimas., 2025), menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merujuk pada perasaan yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil aktual suatu produk dengan harapan yang telah dipikirkan, dapat berupa rasa senang atau kecewa.

Salah satu model yang sering digunakan adalah Model Kepuasan Pelanggan dari *Expectancy Disconfirmation Theory* yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi pelanggan sebelum membeli dan kinerja aktual produk atau layanan. Ketika kinerja melebihi ekspektasi, kepuasan akan meningkat, sedangkan jika kinerja berada di bawah ekspektasi, kepuasan akan menurun (Lalo et al., 2026).

Menurut Kotler & Keller dalam (Wahit et al., 2026), kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Berdasarkan beberapa pengertian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah

tanggapan atau respon emosional terhadap tingkat kinerja suatu produk atau layanan yang dibandingkan dengan harapan pelanggan. Ketidakpuasan terjadi ketika kinerja berada di bawah harapan, sementara kepuasan muncul ketika kinerja memenuhi atau melebihi harapan

#### **b. Prinsip-Prinsip Kepuasan Pelanggan**

Menurut Sinulingga dalam (Wirianson et al. 2023), terdapat 5 aspek dalam kepuasan pelanggan yaitu: 1) Harapan (*Expectation*), yaitu harapan yang merujuk pada apa yang diinginkan oleh pelanggan dari suatu produk atau layanan sebelum mereka menggunakannya. Pelanggan berharap bahwa produk atau layanan yang mereka terima akan sesuai dengan harapan mereka. 2) Perbandingan (*Comparison*), yaitu proses membandingkan antara harapan kinerja suatu produk atau layanan sebelum digunakan dengan persepsi kinerja aktualnya.

Kepuasan pelanggan terjadi ketika harapan sebelum penggunaan sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk atau layanan tersebut. 3) Perbuatan (*Performance*), yaitu pengalaman yang diperoleh pelanggan terhadap kinerja dan manfaat aktual dari produk atau layanan, sesuai dengan harapan dan kebutuhan para pelanggan. 4) Penegasan (*Confirmation/Disconfirmation*), yaitu terjadi ketika harapan pelanggan dipengaruhi oleh pengalaman mereka menggunakan barang atau jasa yang berbeda dari orang lain. Konfirmasi terjadi saat harapan sesuai dengan kinerja aktual produk atau jasa, sementara *disconfirmation* terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk atau jasa. 5) Ketidaksesuaian (*Discrepancy*), yaitu terjadi ketika tingkat kinerja tidak sebanding, dan ketidaksebandingan tersebut menunjukkan perbedaan antara satu hal dengan yang lainnya

Menurut Rustanti (2025), terdapat lima aspek kepuasan pelanggan yaitu ketanggapan pelayanan (*Responsiveness Of Service*), yang merupakan keadaan di mana penyedia barang atau jasa memiliki kapasitas dan kemampuan untuk menangani serta memenuhi seluruh permintaan maupun keluhan pelanggan. Ketepatan waktu pelayanan (*Speed Of Transaction*) merupakan kondisi di mana pekerjaan diselesaikan oleh penyedia barang atau jasa sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dengan pelanggan.

Profesional layanan (*Professionalism*) merupakan situasi atau kondisi di mana penyedia barang atau jasa bertindak secara profesional dalam menjalankan tugasnya serta memberikan respons yang baik terhadap setiap permintaan pelanggan.

Kepuasan menyeluruh dengan jasa atau pelayanan (*Overall Satisfaction with Service*) merupakan kondisi di mana penyedia barang atau jasa mampu memberikan pelayanan dan perlakuan yang baik serta maksimal kepada pelanggan. Selanjutnya, ketersediaan layanan (*Availability of Service*) mencakup rasa kenyamanan, kemudahan dalam melakukan perbaikan,

serta penanganan keluhan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan.

### **c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Indrasari dalam (Apriasty & Simbolon, 2022), diantaranya yaitu: 1) Kualitas produk, kepuasan pelanggan selalu terjadi setelah melakukan evaluasi terhadap produk yang memiliki standar kualitas yang tinggi atau berkualitas. 2) Harga, produk dengan kualitas relatif serupa, namun ditawarkan dengan harga yang lebih terjangkau, dapat memberikan nilai yang lebih tinggi dan kepuasan kepada pelanggan. 3) Biaya, kepuasan pelanggan meningkat ketika mereka tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau memerlukan waktu yang lama untuk mendapatkan produk atau jasa. 4) Emosional, kepuasan pelanggan tercapai ketika mereka merasa bangga dan puas, terutama jika mereka yakin bahwa orang lain menghargai penggunaan produk atau jasa tersebut. 5) Kualitas pelayanan, pelanggan cenderung merasa puas jika menerima suatu pelayanan yang baik dan sesuai dengan keinginan dan harapan mereka.

Menurut Irawan dalam (Rahmawati et al. 2024), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu harga, faktor emosional (*Emotional Factor*), kemudahan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan (*Service Quality*). Harga menjadi salah satu faktor penentu bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang yang sesuai dengan nilai barang atau jasa yang mereka terima. Faktor emosional (*Emotional Factor*) berkaitan dengan kepuasan konsumen yang dapat dilihat dari aspek emosional, seperti rasa bangga, percaya diri, serta persepsi bahwa produk yang dibeli menjadi simbol kesuksesan. Kemudahan juga menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan konsumen, karena kenyamanan, kemudahan akses, dan efisiensi dalam memperoleh produk atau layanan dapat memengaruhi pengalaman pelanggan.

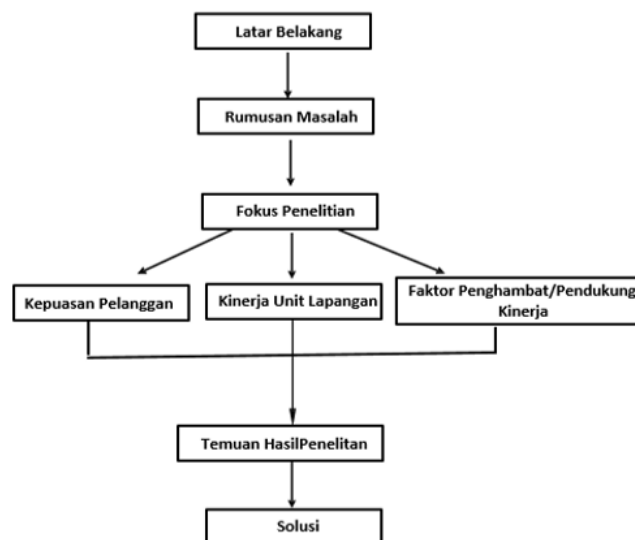
Selain itu, kualitas produk menjadi faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan yang dapat diukur melalui enam elemen, yaitu kinerja, daya tahan, fitur, reliabilitas, estetika, dan penampilan produk. Kualitas pelayanan (*Service Quality*) juga memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan konsumen melalui lima dimensi utama, yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati yang diberikan dalam pelayanan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan meliputi kualitas produk, harga, faktor emosional, biaya, dan kualitas pelayanan. Faktor-faktor tersebut secara keseluruhan memiliki keterkaitan dengan tingkat kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks kualitas pelayanan, karena pelayanan yang mampu memenuhi harapan pelanggan akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

## Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran adalah alur pikir peneliti sebagai dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat sub fokus yang menjadi latar belakang dari penelitian ini. Didalam penelitian kualitatif, dibutuhkan sebuah landasan yang mendasari penelitian agar penelitian lebih terarah. Oleh karena itu dibutuhkan kerangka pemikiran untuk mengembangkan konteks dan konsep penelitian lebih lanjut sehingga dapat memperjelas konteks penelitian, metedologi, serta penggunaan teori dalam penelitian.

Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila penelitian tersebut berkenaan atau berkaitan dengan fokus penelitian. Berikut merupakan bagan kerangka pemikiran yang akan peneliti jadikan dasar dalam penelitian:



**Gambar 1.** Kereangka Berfikir.

## 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Istilah deskriptif berasal dari bahasa inggris *to describe* yang berarti memaparkan atau menggambarkan sesuatu hal, misalnya keadaan, kondisi, situasi, peristiwa, kegiatan dan lain-lain. Dengan demikian penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau kondisi atau hal-hal lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya di paparkan dalam bentuk laporan penelitian. Dalam penelitian dengan menggunakan desain deskriptif ini yaang dilakukan hanya memberikan kesimpulan yang tidak terlalu jauh atas data yang ada, karena tujuan dari desain ini hanya mengumpulkan fakta dan menguraikannya secara menyeluruh dan teliti sesuai dengan persoalan yang akan di pecahkan.



Penelitian ini bersifat diskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang biasanya digunakan untuk meneliti pada kondisi objektif yang alamiah dimana peneliti berperan sebagai instrumen kunci. Penelitian ini berkaitan dengan objek penelitian yaitu perusahaan dengan kurun waktu tertentu dengan mengumpulkan data-data dan informasi yang berkaitan dengan perusahaan tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam penelitian ini berdasarkan observasi dan wawancara pada nara sumber atau informan, peneliti mendapat beberapa keterangan terkait hambatan yang di rasakan pegawai dan kondisi kinerja bagian *Call Center* atau Sentra Komunikasi pada ASTRA Infra Toll Road serta, Kepuasan pelanggan khusus untuk ruas ASTRA Tol Tangerang-Merak terhadap kinerja *Call Center* pada Astra Infra Toll Road Tangerang-Merak tidak tersedia secara spesifik atau terbuka sebagai dokumen publik umum, Kinerja unit operasional di lapangan pada Astra Infra Toll Road Tangerang-Merak

Dalam operasionalnya, pengguna jalan kerap dihadapkan pada situasi darurat seperti kendaraan mogok atau kecelakaan. Pada kondisi ini, pusat informasi (*call center*) dan unit lapangan (petugas patroli, derek, dan rescue) menjadi garda terdepan. Kualitas respons *call center* dalam menerima keluhan serta kecepatan unit lapangan dalam memberikan pertolongan akan sangat menentukan tingkat kepuasan pengguna jalan. Namun, kendala seperti lambatnya waktu respon (*response time*) petugas, tidak tersedianya unit saat dibutuhkan, hingga kurang sigapnya petugas *call center* dalam memberikan informasi dapat memicu ketidakpuasan. Oleh karena itu, evaluasi terhadap dua elemen krusial ini perlu dilakukan secara objektif.

Dengan kondisi di lapangan pada toll PT Astra Infra Toll Road Tangerang-Merak, pihak perusahaan hendaknya perlu adanya evaluasi yang menyeluruh guna meningkatkan mutu dan layanan bagi pengguna toll. Faktor kendala atau hambatan bagian *Call Center* atau Sentra Komunikasi pada ASTRA Infra Toll Road, Adapun kendala atau hambatan bagian *Call Center* atau Sentra Komunikasi pada ASTRA Infra Toll Road sebagai berikut:

##### **Gangguan Jaringan**

Masalah konektivitas jaringan seperti latency, packet loss, atau downtime jaringan dari sistem *call center* dapat mengganggu komunikasi antara agen dan pelanggan. Hal ini mengakibatkan keterlambatan dalam menerima atau mengirim informasi, panggilan terputus, dan ketidakmampuan untuk mengakses sistem pendukung secara *real-time*.

### **Kegagalan Perangkat Keras**

Masalah yang terkait dengan perangkat keras seperti server, telepon, headset, atau komputer yang rusak atau tidak berfungsi. Penurunan produktivitas agen sistem *call center*, ketidakmampuan untuk menjawab panggilan, dan potensi kehilangan data penting

### **Bug atau Kesalahan Perangkat Lunak**

Kesalahan dalam perangkat lunak sistem *call center* yang dapat menyebabkan crash, freeze, atau fungsi-fungsi tertentu tidak berjalan dengan baik. Hal ini berdampak pada disrupti alur kerja, ketidakmampuan untuk mengakses informasi pelanggan, dan potensi kehilangan data panggilan.

### **Masalah Integrasi Sistem**

Kesulitan dalam mengintegrasikan berbagai sistem yang digunakan dalam sistem *call center* seperti CRM, sistem manajemen pengetahuan, dan perangkat lunak lainnya. Hal ini berdampak pada ketidakselarasan data, kesulitan dalam mendapatkan informasi yang lengkap tentang pelanggan, dan proses kerja yang terhambat.

### **Kapasitas Sistem yang Tidak Memadai**

Sistem *call center* yang tidak mampu menangani volume panggilan atau data yang tinggi. Hal ini berdampak pada antrian panggilan yang panjang, waktu tunggu pelanggan yang lama, dan potensi kehilangan panggilan masuk.

### **Masalah Keamanan**

Ancaman terhadap keamanan data dan privasi pelanggan seperti serangan siber, peretasan, atau kebocoran data. Hal ini berdampak pada kerugian finansial, kerusakan reputasi perusahaan, dan pelanggaran hukum terkait perlindungan data.

### **Kurangnya Dukungan Teknis**

Ketidakmampuan untuk mendapatkan dukungan teknis yang cepat dan efektif saat terjadi masalah. Penyelesaian masalah yang lambat, peningkatan waktu downtime, dan penurunan kualitas layanan pelanggan.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasannya, maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa Astra Infra Toll Road Tangerang-Merak memanfaatkan berbagai media komunikasi untuk mendukung penyampaian informasi kepada pengguna jalan. Selain komunikasi secara langsung antara petugas dengan pengguna jalan, perusahaan juga memanfaatkan Variable Message Sign (VMS), aplikasi Travoy, serta *Call Center* nomor bebas pulsa 0800 177 7879 dan nomor telepon serta WhatsApp 0254 207 878 sebagai media

penyampaian informasi. Pemanfaatan berbagai media tersebut menunjukkan bahwa perusahaan telah menyesuaikan strategi komunikasinya dengan perkembangan teknologi informasi, sehingga penyampaian informasi tidak hanya bergantung pada komunikasi tatap muka. Keberadaan berbagai media komunikasi tersebut memberikan kemudahan bagi pengguna jalan dalam memperoleh informasi mengenai kondisi lalu lintas maupun pelayanan jalan tol sebelum maupun selama perjalanan berlangsung.

PT Astra Infra Toll Road Tangerang-Merak melalui kinerja unit operasional di lapangan menerapkan strategi pelayanan sebagai salah satu upaya untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pengguna jalan di tol PT Astra Infra Toll Road Tangerang-Merak. Informasi yang disampaikan secara jelas mampu mengurangi kesalahpahaman, sedangkan sikap petugas yang ramah dan responsif mampu menciptakan rasa nyaman bagi pengguna jalan. Meskipun demikian, kendala atau hambatan dalam pelayanan bagi pengguna jalan di tol PT Astra Infra Toll Road Tangerang-Merak masih ditemukan dalam berbagai bentuk. Namun, pihak perusahaan terus melakukan berbagai perbaikan, di mana setiap laporan atau pengaduan yang masuk melalui *Call Center* akan segera ditindaklanjuti oleh tim terkait, seperti koordinasi dengan tim patroli dan tim medis untuk penanganan kecelakaan. Informasi yang diperoleh melalui *Call Center* juga dapat menjadi bahan evaluasi untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan jalan tol.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, peneliti dapat mengimplikasikan hasil penelitian mengenai evaluasi tingkat kepuasan pengguna tol terkait kinerja *Call Center* dan unit lapangan pada PT Astra Infra Toll Road Tangerang-Merak yaitu bahwa dalam menunjang kepuasan pelanggan tol, pihak penyelenggara tol hendaknya tetap berpedoman pada Standar Pelayanan Minimal (SPM) Jalan Tol untuk meningkatkan pelayanan agar dapat beroperasi secara optimal sesuai dengan kebutuhan serta mencapai efisiensi, keselamatan, dan kenyamanan bagi pengguna jalan tol. Selain itu, pengguna jalan juga dapat memanfaatkan layanan pengaduan melalui *Call Center* yang telah disediakan oleh pihak penyelenggara tol.

Pelayanan yang diberikan oleh petugas tol PT Astra Infra Toll Road Tangerang-Merak sudah cukup baik. Informasi yang diberikan mudah dipahami, petugas mampu memberikan arahan secara jelas, serta menunjukkan sikap ramah dan sopan ketika memberikan pelayanan. Oleh karena itu, pihak perusahaan hendaknya terus melakukan evaluasi terhadap kinerja unit di lapangan agar pelayanan kepada pengguna tol dapat berjalan secara optimal. Kendala dan hambatan pada Jalan Tol Tangerang-Merak masih dapat terjadi, sehingga pihak penyelenggara tol perlu terus melakukan perbaikan, pemantauan, serta pengecekan terhadap kondisi jalan tol dan mengidentifikasi berbagai kendala atau permasalahan yang dihadapi oleh pengguna jalan.

Berdasarkan berbagai temuan yang telah disimpulkan, peneliti memberikan rekomendasi kepada pihak perusahaan agar terus meningkatkan kinerja dan operasional pelayanan. Peningkatan tersebut dapat dilakukan melalui pengawasan SPM dengan meningkatkan pengawasan rutin oleh petugas terhadap standar pelayanan minimal (SPM) jalan tol secara ketat. Selain itu, perusahaan perlu memperkuat respon terhadap genangan air melalui mitigasi pada area yang rentan mengalami genangan, seperti penambahan pompa dan perbaikan sistem drainase guna mengantisipasi hambatan laju kendaraan. Perusahaan juga disarankan untuk menambah fasilitas serta mengontrol kapasitas tempat istirahat dan pelayanan (TIP) agar tidak terjadi antrean panjang yang dapat menyebabkan kemacetan pada jalur utama. Penanganan khusus juga perlu diberikan pada titik rawan kecelakaan, seperti di sekitar KM 36, KM 50, dan KM 68. Selain itu, perusahaan perlu memaksimalkan penggunaan Variable Message Sign (VMS) dan rambu peringatan tambahan untuk memberikan informasi kepada pengemudi serta menggalakkan edukasi keselamatan berkendara guna mengurangi pelanggaran batas kecepatan dan mencegah kejadian microsleep pada pengemudi.

Bagi pengguna Astra Tol Tangerang-Merak, disarankan untuk melakukan persiapan perjalanan dengan baik, memanfaatkan fasilitas istirahat yang tersedia, serta selalu mematuhi keselamatan lalu lintas. Pengendara disarankan untuk merencanakan perjalanan lebih awal, memastikan saldo kartu uang elektronik mencukupi, dan memantau kondisi lalu lintas secara aktual sebelum maupun selama perjalanan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pembimbing dan Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa, atas arahan dan dukungan yang diberikan selama proses penelitian ini. Artikel ini merupakan bagian dari skripsi penulis pada program studi tersebut.

## DAFTAR REFERENSI

- Agung, R. A. K., Kurniawan, A. P., & Juru, P. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Borwita Citra Prima Maumere. *Jurnal Nian Tana Sikka*, 3(1). <https://doi.org/10.59603/niantanasikka.v1i3.22>
- Apriasty, I., & Simbolon, M. E. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga (*literature strategic marketing management*). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 135–145. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.21>

- Audital, R., Anjarwati, S., Ayu, C., & Sari, N. (2024). The effect of road user satisfaction on the one-way system of Jenderal Soedirman Purwokerto road. *Civeng*, 5(1), 21–29. <https://doi.org/10.30595/civeng.v5i1.18980>
- Dina, D. M., & Amin, M. (2024). Analisis tingkat kepuasan pengguna terhadap pemenuhan standar pelayanan minimal jalan tol, 12(2), 96–101.
- Dwinanda, G. (2023). Pengaruh kompetensi, disiplin kerja, dan etos kerja terhadap efektivitas kerja pegawai. *Jurnal Manajemen*, 9(1), 61–71. <https://doi.org/10.35906/jurman.v9i1.1517>
- Goals, S., Digital, J. B., Vol, M., & Januari, E. B. (2025). No title, 1(2).
- Iliheli, R. W., & Tutupoho, F. (2024). Pengaruh fasilitas kantor terhadap efektivitas kerja pegawai pada Kantor Kecamatan Telutih Kabupaten Maluku Tengah. *EBIMA*, 3(1), 135–146. <https://doi.org/10.58477/ebima.v3i1.165>
- Inggesi, L. M., Rantererung, C. L., & Lambe, K. H. P. (2025). Analisis motivasi kinerja dan lingkungan kerja terhadap efektivitas kerja pegawai, 1(1), 81–89.
- Izhar, M. R., & Aisyah, D. (2026). Persepsi pengguna jalan tol Belmera terhadap kualitas infrastruktur dan sistem pembayaran: Analisis berdasarkan dimensi kualitas pelayanan. *SAJJANA: Public Administration Review*, 71–83. <https://doi.org/10.32734/sajjana.v3i02.24768>
- Kalistyo, G., & Sulistyo, J. A. (2025). Analisis kesiapan pengguna terhadap penerapan pembayaran tol sistem multi lane free flow dengan metode ETC studi kasus: Jalan Tol Semarang ABC., 20(2), 140–151.
- Lalo, S. H., Tudungnaung, S. A., Azkia, Z., & Eklesia, M. (2026). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Restoran The Rock Burger Timoho Yogyakarta, 1, 26–32.
- Nafisatur, M. (2024). Metode pengumpulan data penelitian, 3(5), 5423–5443.
- Nu, D., Fadhils, M., Irenita, N., Sandia, T., Ihsan, P., & Arizki, S. (2024). Evaluasi kinerja pelayanan Jalan Tol Jagorawi dalam memenuhi kepuasan pengguna, 3(3), 136–143.
- Nurjanah. (2021). Analisis kepuasan konsumen dalam meningkatkan pelayanan pada usaha Laundry Bunda Nurjanah. *Jurnal Mahasiswa*, 1, 5.
- Reing, Y. M., Liliweri, A., & Kellen, P. B. (2025). Pengaruh efektivitas kerja, kompetensi pegawai, lingkungan kerja, dan budaya organisasi terhadap kualitas pelayanan akreditasi perguruan tinggi swasta pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah XV. *Jurnal Terapan Manajemen dan Inovasi*, 4(2), 621–635. <https://doi.org/10.55826/jtmit.v4i2.1300>
- Rifani, M. R., & Amri, A. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Miniso Big Mall Samarinda. *Lokawati*, 2(4), 1–11. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i4.934>
- Setyobudi, A. B., & Triana, S. (2025). Evaluasi kinerja pelayanan ruas Jalan Tol Cileunyi–Sumedang–Dawuan, 234–242.
- Sutanto, I. I., Taminudin, T., Hasibuan, K., Susetyo, Y., Purnomo, Y., Apriliyanto, N., & Tegalsari, J. (2026). Determinan keputusan pelanggan dalam menggunakan rest area jalan tol: Studi pada KM 487 Trans Marga Jateng. *E-Logis*, 8(1), 124–136. <https://doi.org/10.70375/e-logis.v8i1.205>

- Trisnanti, A. E., Jayanti, E., & Husnul, M. (2025). Pengaruh disiplin kerja dan kemampuan kerja terhadap peningkatan efektivitas kerja pegawai BAPPEDA Kabupaten Cilacap. *UBMJ*, 4(2), 182–189. <https://doi.org/10.31316/ubmj.v4i2.7949>
- Utomo, R., & Sari, I. (2026). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pengguna jalan tol dalam kota tahun 2025. *Jurnal Teknologi dan Riset Ekonomi*, 6(3), 464–477. <https://doi.org/10.47065/jtear.v6i3.2495>
- Wahit, U. N., Agustin, A., Putra, S. A., & Mustofa, A. F. (2026). Analisis pengalaman pelanggan dalam membangun kepuasan pelanggan pada Warkop Street Kota Tangerang, 4(6), 75–86.
- Wirianson, K., Djali, I., & Ranita, S. V. (2023). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Perusahaan Angkasa Perabot, 1(1), 522–530.