

**PENGARUH KUALITAS JASA PELAYANAN DI MASA PANDEMI COVID-19  
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA  
DI PT PELABUHAN INDONESIA II (PERSERO) CABANG PANJANG BANDAR  
LAMPUNG**

*The Effect of Service Quality during The Covid-19 Pandemic on Service User  
Satisfaction at PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Panjang Branch  
in Bandar Lampung*

**Suryani <sup>1</sup>, Suradi <sup>2</sup>, Mohamad Syahroni <sup>3</sup>**

Program Studi Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Tulang Bawang  
[suryani@utb.ac.id](mailto:suryani@utb.ac.id)

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to analyze the effect of service quality during the Covid-19 pandemic at PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Panjang Branch. This company is a State-Owned Enterprise (BUMN) which is engaged in port services that provides port facilities and infrastructure in order to support the smooth flow of ships. This research type is an associative research that aims to analyze the influence of one variable with another variable. This study uses descriptive analysis techniques and multiple linear regression analysis. The population in this study were customers of PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Panjang Branch in Bandar Lampung in 2021 as many as 380 customers. The sampling method used random sampling with a total sample of 80 respondents. Primary data was collected through the distribution of questionnaires.*

*The results showed that simultaneously service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction. The value of the coefficient of determination can be seen from the Adjusted R Square of 0.577 which means that 58.87% of the customer satisfaction variable can be explained by the quality of service. While the other 42.13% difference is influenced by government regulations which are not included in this study.*

**Keywords:** *service quality, customer satisfaction*

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh kualitas jasa pelayanan dimasa pandemic Covid-19 di PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang. Perusahaan ini merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang jasa kepelabuhan yang menyediakan sarana dan prasarana kepelabuhan dalam rangka menunjang kelancaran arus kapal laut. Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan bongkar muat pada pelanggan PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang di Bandar Lampung Tahun 2021

sebanyak 380 pelanggan. Metode pengambilan sampel menggunakan *random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari *Adjusted R Square* sebesar 0,577 berarti 58.87% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Sedangkan selisihnya 42.13% lainnya dipengaruhi oleh regulasi pemerintah yang tidak masuk dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

## 1. Pendahuluan

Salah satu permasalahan yang terjadi saat ini adalah mengenai persaingan bisnis kepelabuhanan di Indonesia. Dengan dibukanya peluang bagi swasta untuk mengembangkan pelabuhan di Indonesia melalui Undang-Undang No. 17 tahun 2008, PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) wajib berbenah untuk terus menjaga keberlangsungan bisnis tersebut.

Dengan adanya pelabuhan swasta di wilayah sekitar Pelabuhan Panjang, baik yang sudah beroperasi maupun yang masih dalam tahap proses pembangunan, membuat posisi PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang wajib berbenah diri dari sisi pelayanan, fasilitas, kualitas, keamanan dan kenyamanan. Karena sangat mungkin para pengguna jasa bongkar muat yang selama ini sudah menggunakan pelayanan jasa bongkar muat di PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang beralih ke pelabuhan swasta, mengingat pengguna jasa sangat bebas untuk menentukan dimana kapal-kapal mereka akan bersandar.

Pada tahun 2021 menurut data Dinas Kesehatan Kota Bandar Lampung menunjukkan jumlah total kasus positif Covid-19 sebanyak 24.378 orang.

Terdapat penambahan kasus baru 383 orang. Sedangkan pasien positif Covid-19 yang selesai menjalani isolasi (sembuh) berada di angka 20.602 orang, bertambah 188 orang sembuh. Sedangkan kasus kematian ada di angka 1.326 orang, terdapat penambahan 19 orang wafat.

Pada hari Senin tanggal 12 Juni 2021, Pemerintah Kota Bandar Lampung menerapkan pola PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) darurat sesuai arahan Kementerian Dalam Negeri. Pembatasan kegiatan sosial yang berlaku di Bandar Lampung, mencakup kegiatan bekerja, perdagangan, pendidikan dan kegiatan sosial lainnya. Adanya pola WFH (*Work From Home*) yang diterapkan oleh perusahaan-perusahaan membuat PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) berbenah diri memperbaiki cara komunikasi dan sistem yang ada, untuk memenuhi kebutuhan pengguna jasa agar kegiatan bisnis kepelabuhanan tetap berjalan. Perubahan pola interaksi dan komunikasi yang disebabkan oleh Pandemi Covid-19 dan adanya pelabuhan swasta yang berdampingan di wilayah Panjang, mengharuskan PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) berbenah diri, baik dari sistem, pola operasi dan proses pelayanan kepada para pengguna jasa bongkar muat di PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang, Bandar Lampung.

Dalam dunia bisnis, pengguna jasa merupakan salah satu faktor kunci dalam

mencapai keberhasilan, karena pengguna jasa sebagai pengguna produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu produsen akan berusaha memberikan yang terbaik kepada pengguna jasa termasuk dalam hal pelayanan. Untuk memenuhi kebutuhan pengguna jasa, produsen atau perusahaan penyedia harus mengetahui harapan pengguna jasa.

Setiap Perusahaan dituntut untuk membuat pengguna jasa merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan dan mempertahankan citra yang baik di mata pengguna jasanya. Untuk itu perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pengguna jasa. Menurut Kotler (2009: 138), kepuasan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap harapan mereka.

Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan adalah kinerja dari penyedia jasa yang biasanya diartikan dengan kualitas dari jasa tersebut. Produk jasa berkualitas mempunyai peranan penting membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Apabila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka akan menimbulkan keuntungan bagi badan usaha atau organisasi.

Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis bongkar muat barang adalah menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang terbaik nampak dalam kinerja dan

performa dari pelayanan yang ada. Dalam menghadapi persaingan, ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku pelanggan, menurut Parasuraman dkk. (dalam Tjiptono dan Chandra, 2011:198)

Sebagai salah satu pelabuhan di wilayah Sumatra bagian selatan Indonesia, PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa kepelabuhan yang menyediakan sarana dan prasarana kepelabuhan dalam rangka menunjang kelancaran arus kapal laut, angkutan penumpang dan pengiriman barang. Adapun tujuan utama dari PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang Bandar Lampung ini adalah untuk melaksanakan dan menunjang kebijaksanaan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan melalui pelayanan jasa kepelabuhan, serta untuk memperoleh keuntungan bagi perusahaan dengan cara menyelenggarakan usaha jasa kepelabuhan dan usaha-usaha lainnya yang mendukung mutu pelayanan jasa kepelabuhan, misalnya dermaga dan fasilitas lain untuk bertambat bongkar muat barang, angkutan penumpang, alat bongkar muat serta jasa-jasa lain yang berhubungan dengan pemanduan kapal dan penundaan kapal.

PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang juga menyadari bahwa pelayanan kepelabuhan merupakan syarat utama sebagai ujung tombak dari bisnis atau usaha tersebut. Seperti perusahaan jasa pada umumnya, PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan untuk mendukung pencapaian target perusahaan dan tentunya didukung dengan program pengembangan karyawan yang efektif. Meskipun demikian PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang juga masih

memiliki banyak kekurangan, seperti dari hasil prasurvei yang peneliti lakukan kepada beberapa pelanggan dan melalui kotak saran pelanggan bongkar muat yang memberikan komentar kurang baik terhadap sistem administrasi *online* yang bermasalah di sistem operator (TI) sehingga nota pembayaran untuk kepemilikan barang terhambat diproses dan lambatnya kerja para karyawan dalam proses bongkar muat. Dari segi fasilitas, diketahui bahwa masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata ideal dalam penanganannya. Akibatnya proses bongkar muat sangat memakan waktu lama dari waktu yang telah ditentukan. Dari segi pengiriman, masih banyak barang yang hilang, barang yang tidak sesuai dengan dokumen dan rusak.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan Pelanggan (*Customer Care*) belum beroperasi 24 jam
2. Kekurangan tenaga operator alat utama.
3. Kebersihan dermaga yang menimbulkan bau dan sampah sisa bongkar muat yang membusuk.

Mengingat faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan cukup banyak, maka peneliti membatasi permasalahan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan jasa bongkar muat di PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang, Bandar Lampung, dan kepuasan pengguna jasa. Sebagai rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah kualitas jasa pelayanan

dimasa Pandemi Covid-19 berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bongkar muat di PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang, Bandar Lampung.

Adapun tujuan yang ingin diperoleh dalam penelitian ini yaitu untuk menganalisa pengaruh kualitas jasa pelayanan dimasa Pandemi Covid-19 tahun 2021 di PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang. Sedangkan manfaat teoritis ini berfungsi untuk menjelaskan apabila teori yang digunakan masih relevan untuk penelitian penulis, relevan secara umum, atau tidak sama sekali. Bagi perusahaan hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi bahan masukan bagi PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang, Bandar Lampung dalam memecahkan dan mengantisipasi masalah yang dihadapi perusahaan dalam kaitannya dengan masalah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang, Bandar Lampung. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang, Bandar Lampung.

Hasil penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya sebagai referensi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian yang sama.

## 2. Landasan Teori

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit, kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti dari mulai pelayanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mengidentifikasi pengertian jasa. Salah satu model kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan riset pemasaran adalah model ServQul (*Service Quality*)

seperti yang dikembangkan oleh Parasuraman dkk (dalam Tjiptono dan Chandra, 2011: 198) bahwa dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa, reparasi, peralatan, rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telpon jarak jauh, perbankan ritel, dan pialang sekuritas. ServQual (*Service Quality*) dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*received service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan (*expected service*).

Menurut Kotler (2007: 42) mengatakan bahwa jasa adalah: “setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya mungkin saja terkait, atau mungkin juga tidak terkait.dengan produk fisik”. Sedangkan menurut Gitosudarmo (2008: 221) “jasa merupakan produk yang tidak berwujud yang biasanya berupa pelayanan yang diutuhkan konsumen”. Pengukuran kualitas jasa dalam model ServQual didasarkan pada skala multi item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap antara keduanya pada lima dimensi utama kualitas jasa (reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik).

Jasa memiliki ciri ciri yang berbeda dengan barang (produk fisik). Menurut Tjiptono (2014: 28) menyebutkan ciri-ciri tersebut sebagai :

a. *Intangibility* (tidak berwujud). Artinya jasa tidak dapat dilihat, dicecap, dirasakan, didengar, atau dicium, sebelum dibeli oleh konsumen.

- b. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan). Artinya bahwa jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediannya, entah penyediannya manusia atau mesin.
- c. *Variability* (bervariasi). Artinya bahwa mutu jasa tergantung pada siapa yang menyediakan jasa disamping waktu, tempat, dan bagaimana disediakan.
- d. *Perishability* (tidak tahan lama). Artinya jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau dipakai kemudian.

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan kualitas pelayanan adalah “aktivitas, manfaat dan kepuasan yang ditawarkan dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima (*received services*) dan pelayanan yang mereka harapkan (*expected service*) terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan“. Sementara menurut agung (2013: 48), kualitas layanan “berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan”. Definisi tersebut menekankan pada kelebihan dari tingkat kepentingan pelanggan sebagai inti dari kualitas jasa.

Menurut Gronroos (dalam Tjiptono dan Chandra, 2011:17), kualitas pelayanan adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Dari pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas atau kegiatan yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) sebagai interaksi antara konsumen dan

karyawan yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksudkan untuk memecahkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan konsumen. Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja layanan. Parasuraman dkk (dalam Tjiptono dan Chandra, 2011: 198) menyimpulkan bahwa ada lima dimensi ServQual (*Service Quality*) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Tangible* (bukti langsung), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan.
2. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurat yang tinggi.
3. *Responsive* (daya tanggap), yaitu kemampuan para karyawan untuk membantu memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanda adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. *Assurance* (jaminan), adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para karyawan perusahaan yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada

pelayanan perusahaan yang memiliki beberapa komponen antara lain:

- a. *Communication* (komunikasi), yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa dan pengguna kata yang jelas sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengerti, disamping itu perusahaan hendaknya dapat secara cepat dan tanggap dalam menyikapi keluhan dan *complaint* yang dilakukan oleh pelanggan.
- b. *Credibility* (kredibilitas), perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan dan menanamkan kepercayaan serta memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan dimasa yang akan datang.
- c. *Security* (kemanan), adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan memberikan suatu jaminan kepercayaan yang maksimal.
- d. *Competence* (kompetensi) yaitu keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dapat dilaksanakan dengan optimal
- e. *Courtesy* (sopan santun), dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jaminan akan kesopanan santunan yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.
- f. *Empathy* (empati), yaitu memberikan yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan serta memahami kebutuhan pelanggan.

Tabel 2.1

Dimension For evaluating Service Quality	Tangible	Reliability	Responsivness	Assurance	Empathy
Tangible					
Reliability					
Responsivness					
Assurance					
Empathy					

Penjelasanya :

1. *Tangible* : Penampilan fasilitas fisik, termasuk personalia dan bahan komunikasi. Item skalanya yaitu:

- a. Kebersihan lingkungan pelabuhan/dermaga
- b. Peralatan bongkar muat yang modern.
- c. Karyawan yang memiliki penampilan yang rapi.

2. *Realibility* : “the ability to perform the promised service dependably and accurately”. Artinya adalah kemampuan menepati janji yang dapat diandalkan secara akurat. Item skalanya yaitu:

- a. Kecepatan dan ketepatan dalam pengiriman barang.
- b. Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan.
- c. Kesesuaian prosedur dalam melakukan pelayanan bongkar muat.

3. *Responsiveness* : “The willingness to help customers and to provide prompt service”. Artinya kesigapan dan kecepatan respon karyawan, kesediaan membantu dalam segala hal, kepastian pelayanan, tidak pernah mengabaikan layanan terhadap pelanggan atau kemauan membantu pelanggan dalam menyajikan jasa tepat pada waktunya. Item skalanya yaitu:

- a. Mengusahakan pelanggan tetap mendapatkan informasi, misalnya kapan layanan

itu akan dilaksanakan.

- b. Layanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.
- c. Keinginan untuk membantu pelanggan.
- d. Kesiapan untuk menanggapi keluhan pelanggan

4. *Assurance* : “The knowledge and courtesy of employees and their ability to convey trust and confidence”. Artinya jaminan perasaan aman dan keramahan pelayanan yang bersumber dari pengetahuan karyawan yang luas, karyawan terpercaya, sopan serta ramah. Item skalanya yaitu :

- a. Karyawan yang membangkitkan kepercayaan pelanggan.
- b. Membuat pelanggan merasa aman dalam bertransaksi.
- c. Karyawan yang sangat santun.
- d. Karyawan yang memiliki pengetahuan yang luas.

5. *Empathy* : perhatian kepada kepentingan individual pelanggan dan memahami keinginannya. Item skalanya yaitu:

- a. Memberikan perhatian kepada pelanggan secara individual.
- b. Karyawan memahami kebutuhan spesifik pelanggan.
- c. Respon terhadap keluhan para pelanggan
- d. Karyawan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan.

### 3. Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu “penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih” Sugiyono (2008:12).

Batasan operasional dalam penelitian ini adalah Variabel bebas (X), yaitu Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan, dan Variabel terikat (Y), yaitu Kepuasan Pelanggan.

Dalam penelitian ini, variabel-variabel yang dioperasionalkan adalah semua variabel yang telah dirumuskan. Variabel penelitian ini terdiri dari:

1. Variable bebas (X) yaitu Pengaruh Kualitas jasa Pelayanan dan Variable terikat (Y) adalah Kepuasan Pelanggan.

Pengukuran masing masing variabel bebas dan terikat di dalam penelitian adalah dengan menggunakan Skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat, dan persepsi yang akan diukur, dijabarkan menjadi indikator variable dengan menghadapkan responden terhadap pernyataan kemudian memberikan jawaban atas pernyataan yang diajukan.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (dalam Sugiyono, 2008: 115), maka dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pelanggan (*customers*) yang sudah menggunakan jasa bongkar muat di PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang, Bandar Lampung pada tahun 2021 sebanyak 380 pelanggan.

Tehnik penentuan jumlah sample dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin (Sugiyono, 2011:87). Dimana rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

- n = Jumlah Sample yang dicari
- N = Jumlah Populasi
- e = Margin Error yang ditoleransi

Tehnik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan metode *simple random sampling* (sample acak sederhana). Simple random sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa

memperhatikan strata yang ada pada populasi (Sugiyono, 2011:87).

Adapun caranya adalah dengan menggunakan table angka random. Cara ini dipilih karena selain meringankan pekerjaan juga lebih memberikan jaminan yang lebih besar bahwa setiap unit elementer mempunyai peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Jenis penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer (data yang langsung diperoleh dari subjek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari) diperoleh dengan memberikan daftar pertanyaan (kuisisioner) dan observasi kepada pelanggan yang menggunakan jasa bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang, dan data skunder (data yang diperoleh melalui studi dokumentasi dengan mempelajari berbagai tulisan melalui buku, jurnal, majalah, dan situs internet untuk mendukung penelitian).

Penelitian di lakukan di PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang, Bandar Lampung yang beralamat di Jalan Yos Sudarso Panjang Bandar Lampung.

#### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero), merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Sektor Perhubungan Laut yang bergerak dibidang kepelabuhan. Sebelumnya dikenal dengan nama Perum Pelabuhan II, yang kemudian berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 56 Tahun 1991 tanggal 19 Oktober 1991 tentang pengalihan bentuk Perum Pelabuhan II menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) beralih menjadi PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero).

PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) didirikan berdasarkan dengan Akte Pendirian dan Anggaran Dasar Nomor 1 tanggal 01 Desember 1992, dibuat dihadapan Notaris Imas Fatimah sebagaimana telah diumumkan dalam Tambahan Berita Negara RI Nomor 87, kemudian telah diubah sebagaimana



dimuat dalam Tambahan Berita Negara Nomor 1 tanggal 02 Januari 1991, dan terakhir diubah dengan Akte Perubahan Anggaran Dasar Perusahaan Nomor 1 tanggal 15 Agustus 2008 dibuat dihadapan Notaris Agus Sudiono Kuntjoro dan telah disetujui oleh Menteri Hukum dan HAM berdasarkan Keputusan No. HU-85564.AH.01.01 Tahun 2008 tanggal 13 Nopember 2008 dan telah diajukan ke Menteri Hukum dan HAM untuk diumumkan dalam Tambahan Berita Republik Indonesia. Nama lengkap perusahaan adalah PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) berkantor pusat di Jl. Pasoso No.1 Tanjung Priok Jakarta Utara.

**Analisa Regresi Linier Sederhana  
 (Simple Linear Regression)**

Digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan dan pengaruh

**Runs Test**

	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	,00583
Cases < Test Value	20
Cases >= Test Value	20
Total Cases	40
Number of Runs	28
Z	2,082
Asymp. Sig. (2-tailed)	,037

*variable independent* yaitu kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan bongkar muat.

Model regresi linier sederhana yang digunakan :

$$Y = \alpha + b_1(X) + e$$

Keterangan :

Y= Kepuasan Pelanggan

X= Kualitas Jasa Pelayanan

$\alpha$  = Konstanta

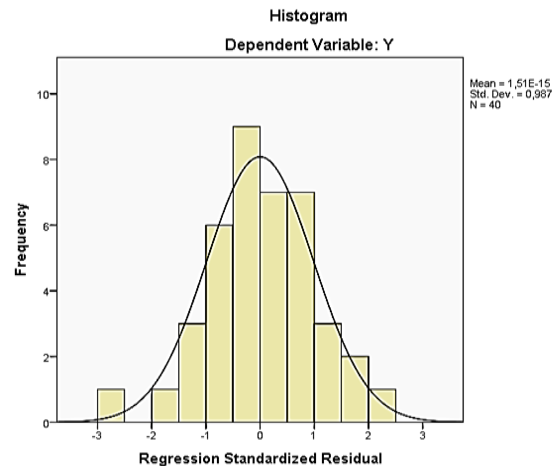
$b_1$  = koefisien regresi linier sederhana

e = Tingkat kesalahan

Variabel	Koefisien Regresi	T	Sig.
Konstanta	2,367	1,596	0,119
X	0,147	7,366	0,000

Fhitung = 54,265  
 Sig. F = 0,000  
 $R^2 = 0,588$

Hasil analisis diperoleh persamaan regresi  $Y = 2,367 + 0,147 X$ . Nilai koefisien regresi 0,147 berarti setiap peningkatan skor X 1, maka akan meningkatkan skor Y 0,147

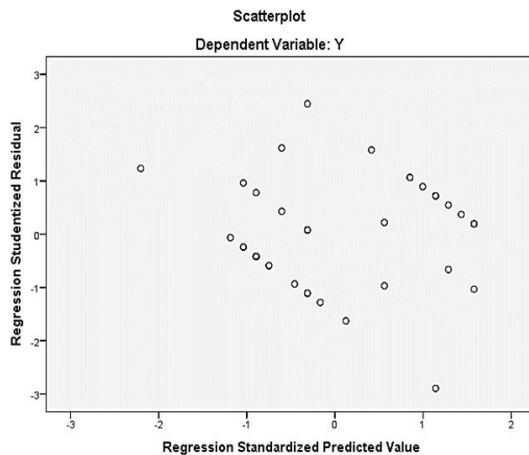


Pada grafik histogram pada gambar tersebut diatas terlihat bahwa variabel berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh distribusi data tersebut tidak miring ke kiri atau pun kanan dan membentuk pola lonceng, sehingga penyebaran datanya telah berdistribusi secara normal.

Dari table diatas terlihat bahwa hasil analisis diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,037, lebih besar dari (>) 0,01 maka tidak terdapat gejala autokorelasi

1. Uji Autokorelasi
  - a. Uji autokorelasi menggunakan analisis Run, kriteria pengujianya Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih kecil dari (<) 0,01 maka terdapat gejala autokorelasi
  - b. Sebaliknya, jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari (>) 0,01

maka tidak terdapat gejala autokorelasi  
Uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan Scatter Plot



Pada gambar terlihat titik ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan Tidak ada gejala Heteroskedastisitas.

Uji F digunakan untuk melihat apakah model regresi yang terbentuk adalah model yang baik. Hasil analisis diperoleh F hitung = 54,265 dengan nilai sig. = 0,000 < 0,05, sehingga model regresi yang terbentuk adalah layak digunakan. Selanjutnya hasil analisis diperoleh Nilai R<sup>2</sup> = 0,588, artinya variabel x (Pelayanan jasa) memberikan kontribusi 58,87% terhadap Variable Y (Kepuasan Pengguna Jasa), sedangkan sisanya 42,13% ditentukan oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model regresi

Uji t digunakan untuk melihat apakah pelatihan berpengaruh terhadap kinerja. Hipotesis yang diajukan adalah  
a. H<sub>0</sub> = Tidak terdapat pengaruh X terhadap Y  
b. H<sub>1</sub> = Terdapat pengaruh X terhadap Y  
Kriteria ujinya adalah

- Jika nilai sig. ≤ 0,05, maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima
- Jika nilai sig. > 0,05, maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak

Hasil analisis diperoleh nilai t-hitung = 7,366 dengan nilai sig. = 0,000, nilai sig = 0,008, karena nilai sig. < 0,01, sehingga H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, artinya terdapat pengaruh Pelayanan Jasa (Variabel X) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Variabel Y). Nilai koefisien regresi adalah positif (0,147) menunjukkan semakin baik Kualitas Pelayanan (Variable X) semakin baik Kepuasan Pengguna Jasa (Variable Y). Sehingga hasil Regresi Y = 2367 + 0,147 X, Nilai 0,147 setiap peningkatan Skor X1, maka akan meningkatkan Skor Y 0,147.

## 5. Penutup Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- Hasil pengujian secara simultan Variable X yang terdiri dari *Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) dan *Empathy* (empati) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang.
- Hasil pengujian secara parsial *Empathy* (empati) berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang, artinya jika *Empathy* (empati) ditingkatkan maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat.
- Ada pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pengguna Jasa dimana terdapat 58,8% Variabel X (Pelayanan Jasa) berpengaruh terhadap Variable Y (Kepuasan Pengguna Jasa) atas Jasa bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang. Sedangkan 42,2% lainnya

dipengaruhi oleh faktor lain seperti Kebijakan Pemerintah / Peraturan Perundang-Undangan yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

### Saran

Oleh karena berdasarkan hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel X yang meliputi *Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati) mempengaruhi Kepuasan Pelanggan bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang, dimana Variabel *Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (kehandalan) dan *Empathy* (empati) lebih dominan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang. Maka PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang harus merawat dan mengganti peralatan dan perlengkapan bongkar muat yang sudah tua dengan peralatan dan perlengkapan yang canggih dan moderen sehingga akan lebih memudahkan untuk melakukan bongkar muat. Selain itu PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang juga harus mengembangkan sistem, fasilitas dan peralatan pelabuhan dengan mengikuti teknologi yang terkini, agar menjadi perusahaan kepelabuhan yang besar dan kuat.

Pada Variabel *Reliability* (kehandalan) hendaknya meningkatkan pelayanan yang cepat dan tepat dalam pengiriman barang untuk mengurangi tingkat penumpukan barang yang terlalu lama yang selama ini menjadi keluhan para pelanggan. Pada variabel *Empathy* (empati) hendaknya lebih memberikan perhatian yang lebih kepada para pelanggan, Karyawan mudah dihubungi untuk menyampaikan keluhan pelanggan

tentang barang yang dikirim, karyawan harus memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Hal ini bertujuan agar pelanggan tetap tertarik untuk menggunakan jasa bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang.

Kemudian dari hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh *Responsiveness* (daya tanggap) dan *Assurance* (jaminan) terhadap Kepuasan Pelanggan bongkar muat pada PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang adalah tidak signifikan. Maka pihak PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang harus lebih meningkatkan *Responsiveness* (daya tanggap) dan *Assurance* (Jaminan) dengan memperbaiki kemampuan dan keterampilan karyawan dalam melayani pelanggan dengan cepat dan tanggap. Selain itu, pihak PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang juga harus meningkatkan kembali kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Hal-hal yang perlu ditingkatkan adalah keterampilan karyawan dalam merespon dan menanggapi keluhan pelanggan, kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, karyawan harus bersikap sopan terhadap apa yang terjadi dalam melayani pelanggan dan selalu memberikan jaminan keamanan kepada setiap pelanggan yang menggunakan jasa bongkar muat PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang, agar pelanggan merasa nyaman dalam menggunakan jasa bongkar muat tersebut. Sehingga pelanggan tetap tertarik untuk menggunakan jasa bongkar muat PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang.

Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat melakukan penelitian yang fokus pada faktor-faktor lain seperti Kebijakan Pemerintah, *Market Sharing* dan Persaingan Pelabuhan milik pemerintah dan swasta, lokasi, dan lain-lain, yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

## Daftar Pustaka

- Abdullah, Dayang dan Rozario, Francine, 2009, *Influence of Service and Product Toward Customer Satisfaction: A Case Study at the Staff Cafeteria in the Hotel Industry*". International Journal of Social, Education, Economics and Management Engineering. Vol. 3 No. 5
- Fredinand. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Servis Pada Bengkel AUTO 2000 Di Jalan Sisingamangaraja No. 8 Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Gitosudarmo, I. (2008). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPF.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). Manajemen Pemasaran . Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Manullang, I. (2008). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, A. L. (1985). A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implication For Future Research. Journal Of Marketing , Vol 41-50.
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). Service, Quality and Satisfaction . Yogyakarta: CVAndi Offset
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2014). Pemasaran Jasa. Jakarta: CV Andi Offset.
- Warong , A. E. ( 2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Peti Kemas Bitung. Manado Politeknik Negeri.