

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Studi Terdahulu

Penelitian terdahulu akan menjadi acuan penulis untuk melakukan penelitian. Beberapa penelitian dari jurnal nasional serta tesis dan skripsi penulis menemukan adanya beberapa kesamaan metode dan obyek studi yang dipilih. Berikut beberapa penelitian yang terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Andriani (2011)

Andriani (2011) melakukan penelitian dengan Optimalisasi waktu sandar penyeberangan untuk meningkatkan kinerja pelayanan di pelabuhan Merak - Bakauheni . penelitian ini bertujuan untuk menghadapi fluktuasi angkutan yang terjadi dimana perlu adanya kesiapan baik dari pengaturan bongkar muat kendaraan barang dan penumpang. Penjadwalan dan penyediaan jumlah kapal yang memadai yang disesuaikan dengan tingkat permintaan angkutan, sehingga tidak terjadi antrean penumpang di loket, antrean kendaraan yang akan masuk ke kapal, antrean kapal yang akan sandar dan waktu tempuh. Sistem pelayanan menjadi lebih optimal tanpa mengabaikan faktor-faktor keselamatan. Untuk menilai kualitas pelayanan Merak – Bakauheni, sampel penelitian kualitas pelayanan masing-masing berjumlah 53 untuk penumpang pengemudi kendaraan bermotor roda 4 dan 43 untuk kru kapal. Atribut jasa dianalisis untuk mencari variabel-variabel yang akan digunakan dalam linier *programming*.

Dari hasil analisis *programming* dengan tujuan untuk meminimalisasi waktu sandar mendapatkan solusi optimum yaitu $Z = 130$ dengan $X_1 = 4$ dan $X_2 = 1,5$. Ekspektasi jumlah waktu seluruhnya dalam sistem antrean pada 8 tahap pelayanan pelabuhan untuk kendaraan roda 4 adalah selama 125 menit.

2. Mandoko, Widyastuti (2008)

Mandoko, Widyastuti (2008) melakukan penelitian dengan judul Analisa Kepuasan Penumpang Pengguna Jasa Bandar Udara Terhadap Pelayanan di Terminal Domestik Bandara Juanda Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan penumpang pengguna jasa bandar udara terhadap pelayanan di terminal domestik yang telah dilakukan oleh pengelola bandara di Bandara Juanda Surabaya. Analisa yang

dipakai adalah analisa kepuasan dengan menggunakan kuadran pada diagram kartesius berdasarkan nilai rata-rata variabel kepuasan dan kepentingan. Dari analisa kepuasan, atribut - atribut yang perlu mendapatkan prioritas perbaikan paling utama dari pengelola bandar udara adalah fasilitas dan peralatan yang membantu penumpang dalam membawa barang bawaannya, kemudahan mendapatkan informasi mengenai pengaturan/kepastian jadwal keberangkatan pesawat, kemudahan dan cepatnya proses pengambilan barang di *Baggage Claim* dan Petugas bandara yang cepat saat dibutuhkan (Portir atau PT. Angkasa Pura). Dari semua variabel pelayanan menunjukkan responden mempunyai kepentingan atau harapan yang lebih tinggi dari kepuasan yang dirasakan. Dari hasil perhitungan CSI menunjukkan nilai Indeks Kepuasan Konsumen sebesar 71,91 %, artinya responden sudah merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan.

3. Hermanto (2008)

Hermanto (2008) melakukan penelitian dengan judul Analisis Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan terminal peti kemas Semarang. penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Terminal Peti Kemas Semarang dalam dimensi Penampilan Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Tanggap (*Responsiveness*), Kepastian (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*). Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 70 orang responden pengguna jasa ekspor dan 70 orang responden pengguna jasa impor barang melalui TPKS. Penyebaran kuesioner dilakukan di kantor TPKS pada saat jam kerja. Untuk mengukur tingkat kepuasan responden/konsumen terhadap pelayanan yang diberikan pihak TPKS digunakan metode *Importance Performance Analysis* atau Analisa Tingkat Kepentingan dan Kinerja Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil analisa dan pengolahan data kuesioner disimpulkan bahwa untuk kegiatan ekspor terdapat dua faktor yang menurut responden menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan karena belum memuaskan, yaitu : Kemampuan karyawan TPKS untuk cepat tanggap dalam menghadapi keluhan/masalah yang timbul dari customer/pengguna jasa (dengan tingkat kesesuaian kinerja dan kepentingan 80,83%), dan Pelayanan operator bongkar muat Peti Kemas yang cepat dan tepat (waktu pelayanan ekspor) (dengan tingkat kesesuaian kinerja dan kepentingan 84,68%). Presentasi tingkat kepuasan untuk pengguna jasa ekspor adalah 13% sangat memuaskan, 46% memuaskan, 40% biasa, 1% kurang memuaskan dan 0% tidak memuaskan. Sedangkan untuk kegiatan impor terdapat tiga faktor yang menurut responden menjadi prioritas utama untuk

ditingkatkan karena belum memuaskan, yaitu : Pelayanan yang cepat, tepat dan ramah serta selalu siap menolong yang diberikan karyawan TPKS (dengan tingkat kesesuaian kinerja dan kepentingan 75%); Kemampuan karyawan TPKS untuk cepat tanggap dalam menghadapi keluhan/masalah yang timbul dari *customer*/pengguna jasa (dengan tingkat kesesuaian kinerja dan kepentingan 78,33%); dan Petugas TPKS memberikan informasi jelas dan mudah dimengerti tentang prosedur pelayanan impor kepada pelanggan/*customer* (dengan tingkat kesesuaian kinerja dan kepentingan 80,75%). Persentasi tingkat kepuasan untuk pengguna jasa impor adalah 4% sangat memuaskan, 40% memuaskan, 42% biasa, 13% kurang memuaskan dan 1% tidak memuaskan.

4. Nugroho (2016)

Nugroho (2016) melakukan penelitian dengan judul Analisis Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan terminal peti kemas PT. BJTI. Pada penelitian ini, pengukuran tingkat kepuasan pelanggan PT. BJTI dilakukan untuk mengetahui tercapainya kesesuaian antara pelayanan yang dilakukan terhadap harapan pelanggan. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan ini menggunakan *Service Quality* (SERVQUAL) yang mengukur kualitas jasa secara kuantitatif dalam bentuk kuisioner dan menggunakan dimensi-dimensi kualitas jasa yang meliputi penampilan fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), dan empati (*emphaty*) (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1988). Penelitian ini diharapkan dapat membuat perusahaan lebih fokus pada hal-hal yang menyebabkan kepuasan dan ketidakpuasan dalam pelayanan peti kemas domestik untuk mendukung kebijakan *cutsomer* . Selanjutnya perusahaan dapat menentukan prioritas utama dari dimensi kepuasan pelanggan untuk lebih berkonsentrasi pada faktor-faktor yang membutuhkan perbaikan untuk memperluas pangsa pasar domestik dan menjaga loyalitas pelanggan domestik PT. BJTI. Oleh karena itu, dalam penelitian ini digunakan metode analisis kesenjangan (*gap analysis*) untuk mengukur seberapa jauh terpenuhinya harapan pelanggan pada pelayanan yang telah diberikan dengan mengklasifikasikan dalam tingkatan kepuasan (Aritonang, 2005) dan metode skala prioritas (*cartesius diagram analysis*) untuk menentukan dimensi/indikator mana dari kepuasan pelanggan yang menjadi prioritas utama berdasarkan letaknya dalam kuadran (Supranto, 2001). Setelah diketahui faktor-faktor tersebut dilakukan juga pengambilan keputusan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menggunakan *Focus Group Discussions* (FGD). Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah

untuk mengetahui ketercapaian antara pelayanan jasa yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan dan mengetahui faktor faktor yang perlu mendapatkan perhatian khusus atau perbaikan, sehingga dapat di tentukan langkah yang dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa PT. BJTI. Dengan menggunakan metode pembuatan kuesioner dan pengumpulan data.

5. Saputra, Kartika

Yuda dan Kartika melakukan penelitian dengan judul Analisa Tingkat kepuasan Pengguna Jasa Terhadap kinerja Pelayanan Terminal Makassar Metro Kota Makassar Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna jasa terhadap kinerja pelayanan di terminal, atribut pelayanan yang paling berpengaruh dan korelasi antara karakteristik pengguna jasa dengan penilaian atribut pelayanan di Terminal Makassar Metro. Penelitian ini diawali dengan survei pendahuluan untuk menguji validitas dan realibilitas kuesioner, lalu pengambilan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner ke penumpang di dalam dan di luar terminal serta kru angkutan umum di Terminal Makassar Metro. Analisis dilakukan dengan menghitung *Customer Satisfaction Index* (CSI), *Importance Performance Analysis* (IPA), uji T-test, *Analysis Of Variance* dan analisis korelasi. Hasil penelitian diperoleh nilai indeks kepuasan penumpang di dalam Terminal Makassar Metro 63,33 persen yang masuk kriteria cukup puas, nilai indeks kepuasan penumpang di luar terminal 49,62 persen yang masuk kriteria kurang puas dan nilai indeks kepuasan kru angkutan umum di Terminal Makassar Metro 65,31 persen yang masuk kriteria cukup puas atas kinerja pelayanan di terminal. Atribut pelayanan yang paling berpengaruh di Terminal Makassar Metro yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya antara lain waktu menunggu kedatangan dan keberangkatan angkutan umum, sistem informasi pelayanan, penertiban buruh bagasi dan calo, kondisi jalan, ruang tunggu, bengkel, ruang istirahat kru angkutan umum, tempat cuci angkutan umum, toilet dan penerangan di malam hari. Karakteristik penumpang di dalam terminal.

Dalam penelitian ini penulis terinspirasi dengan penelitian saudara Irawati Andriana dengan judul “Optimalisasi waktu sandar penyeberangan untuk meningkatkan kinerja pelayanan di pelabuhan Merak-bakauheni” dimana hasil dari sarannya disebutkan bahwa guna meningkatkan pelayanan jasa angkutan penyeberangan perlu adanya kerja sama antara 3 (tiga) pihak yang sangat berpengaruh yaitu pemakai jasa penyeberangan (*user*), pihak penyedia jasa penyeberangan (*operator*) dan pihak pemerintah (*regulator*), dimana masing-masing mempunyai kepentingan yang berbeda. Pihak pemakai (*user*)

dengan membeli tiket dan harga yang telah ditetapkan pemerintah (dan terjangkau) mempunyai keinginan agar jasa transportasi penyeberangan aman, nyaman, lancar sesuai dengan jadwal keberangkatan dan kedatangan, pihak penyedia jasa (*operator*) sebagai perusahaan pemilik kapal berusaha memenuhi keinginan user sebatas peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah (*regulator*) adalah pihak yang menyelenggarakan penyediaan dan pengusahaan jasa penyeberangan guna menunjang kelancaran, kenyamanan, ketertiban dan keamanan sehingga dapat dicapai tingkat penggunaan komponen sistem dermaga penyeberangan secara optimal. Untuk itu penulis membuat penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap jasa Terminal Penumpang pada Pelabuhan Gresik”.

2.2 Sejarah Perkembangan Pelabuhan

Menurut Triatmodjo (2010) Pada awalnya, pelabuhan hanya merupakan suatu tepian di mana kapal-kapal dan perahu-perahu dapat merapat dan bertambat untuk bisa melakukan bongkar muat barang, menaik-turunkan penumpang dan kegiatan lain. Untuk bisa melakukan kegiatan tersebut maka pelabuhan harus tenang terhadap gangguan gelombang, sehingga pada masa itu pelabuhan berada di tepi sungai, teluk atau pantai yang secara alami terlindung terhadap gelombang. Dengan berkembangnya kehidupan sosial dan ekonomi penduduk suatu daerah atau negara maka kebutuhan akan sandang, pangan dan fasilitas hidup lainnya meningkat. Hasil produksi suatu daerah atau baik yang berupa hasil bumi maupun industri semakin banyak sehingga diperlukan pemindahan atau pemasaran barang ke daerah lain. Dengan demikian diperlukan sarana dan prasarana pengangkutan yang lebih memadai. Kapal yang semula sederhana dan kecil, sesuai dengan berkembangnya teknologi meningkat menjadi kapal-kapal besar dengan teknologi lebih canggih. Bahkan kemudian berkembang kapal-kapal khusus yang disesuaikan dengan barang yang di angkut, seperti kapal barang umum. Pada awalnya, pelabuhan hanya merupakan suatu tepian di mana kapal-kapal dan perahu-perahu dapat merapat dan bertambat untuk bisa melakukan bongkar muat barang, menaik-turunkan penumpang dan kegiatan lain. Untuk bisa melakukan kegiatan tersebut maka pelabuhan harus tenang terhadap gangguan gelombang, sehingga pada masa itu pelabuhan berada di tepi sungai, teluk atau pantai yang secara alami terlindung terhadap gelombang.

Dengan berkembangnya kehidupan sosial dan ekonomi penduduk suatu daerah atau negara maka kebutuhan akan sandang, pangan dan fasilitas hidup lainnya meningkat. Hasil produksi suatu daerah atau baik yang berupa hasil bumi maupun industri semakin banyak sehingga diperlukan pemindahan atau pemasaran barang ke daerah lain. Dengan demikian diperlukan sarana dan prasarana

pengangkutan yang lebih memadai. Kapal yang semula sederhana dan kecil, sesuai dengan berkembangnya teknologi meningkat menjadi kapal-kapal besar dengan teknologi lebih canggih. Bahkan kemudian berkembang kapal-kapal khusus yang disesuaikan dengan barang yang di angkut, seperti kapal barang umum (*general cargo ship*), kapal barang curah, kapal tanker, kapal peti kemas, kapal pengangkut gas alam cair (*LNG tanker*), kapal penumpang, kapal Ferry, kapal ikan, kapal keruk, kapal perang, dan lain sebagainya. Pelabuhan tidak lagi harus berada di daerah terlindung secara alami, tetapi bisa berada di laut terbuka, untuk mendapatkan perairan yang luas dan dalam, dengan membuat pemecah gelombang untuk melindungi perairan. Tipe pelabuhan juga harus disesuaikan dengan kapal-kapal yang menggunakannya, sehingga ada pelabuhan barang, pelabuhan minyak, pelabuhan ikan, pelabuhan penumpang dan lain sebagainya. pelabuhan tersebut harus menyediakan berbagai fasilitas untuk bongkar muat barang dan menaik turunkan penumpang.

2.3 Arti Penting Pelabuhan

Menurut Triatmodjo (2010) Indonesia sebagai negara kepulauan/maritim, peranan pelayaran adalah sangat penting bagi kehidupan sosial, ekonomi, pemerintah, pertahanan/keamanan, dan sebagainya. Bidang kegiatan pelayaran sangat luas yang meliputi angkutan penumpang dan barang, penjagaan pantai, hidrografis, dan masih baya lagi jenis pelayaran lainnya.

Bidang kegiatan pelayaran dapat dibedakan menjadi dua yaitu pelayaran niaga dan bukan niaga. Pelayaran niaga adalah usaha pengangkutan barang, terutama barang dagangan, melalui laut antar pulau atau pelabuhan. Pelayaran bukan niaga meliputi pelayaran kapal patroli, survei kelautan, dan sebagainya.

Kapal sebagai sarana pelayaran mempunyai peran sangat penting dalam sistem angkutan laut. Hampir semua barang impor, ekspor dan muatan dalam jumlah sangat besar diangkut dengan menggunakan kapal laut, walaupun di antara tempat-tempat di mana pengangkutan dilakukan terhadap fasilitas angkutan lain yang berupa angkutan darat dan udara. Hal ini mengingat bahwa kapal mempunyai kapasitas yang jauh lebih besar dari pada sarana angkutan lainnya. Dengan demikian untuk muatan dalam jumlah besar, angkutan dengan kapal akan memerlukan waktu lebih singkat, tenaga kerja lebih sedikit dan biaya lebih murah. Selain itu untuk angkutan barang antar pulau atau negara, kapal merupakan satu-satunya sarana yang paling sesuai.

2.4 Fungsi Pelabuhan

Menurut Lasse (2014), fungsi pelabuhan ada 4, yaitu :

1. *Gateway*

Pelabuhan berfungsi sebagai pintu yang dilalui orang dan barang ke dalam maupun ke luar pelabuhan yang bersangkutan. Disebut sebagai pintu karena pelabuhan adalah jalan atau area resmi bagi lalu lintas barang perdagangan. Masuk dan keluarnya barang harus memenuhi prosedur kepabeanan dan kekarantinaan, diluar jalan resmi tersebut tidak dibenarkan.

2. *Link*

Keberadaan pelabuhan pada hakikatnya memfasilitasi pemindahan barang muatan antara moda transportasi darat (*inland transport*) dan moda transportasi laut (*maritime transport*) menyalurkan barang masuk dan keluar daerah pabean secepat dan seefisien mungkin. Pada fungsinya sebagai link ini terdapat setidaknya tiga unsur penting yakni :

- (a) menyalurkan atau memindahkan barang muatan dari kapal ke truk.
- (b) operasi pemindahan berlangsung cepat artinya minimum *delay*.
- (c) efisien dalam arti biaya.

3. *Interface*

Barang muatan yang diangkut via *maritime transport* setidaknya melintasi area pelabuhan dua kali, yakni satu kali di pelabuhan muat dan satu kali di pelabuhan bongkar. Di pelabuhan muat dan demikian juga di pelabuhan bongkar dipindah dari/ke sarana angkut dengan menggunakan berbagai fasilitas dan peralatan mekanis maupun non mekanis. Peralatan untuk memindahkan muatan menjembatani kapal dengan truk/kereta api dengan kapal. Pada kegiatan tersebut fungsi pelabuhan adalah antar muka (*interface*). Di setiap operasi pemindahan barang yang terdiri dari operasi kapal, operasi transfer dermaga, operasi gudang/lapangan, dan operasi serah terima barang alat-alat angkat dan angkut (*lifting&transfer equipment*) mutlak perlu.

4. *Industrial Entity*

Pelabuhan yang diselenggarakan dengan baik akan bertumbuh dan akan menyuburkan bidang usaha lain sehingga area pelabuhan menjadi zona industri terkait dengan kepelabuhan.

2.5 Definisi Pelabuhan

Menurut Triatmodjo (2010) Pelabuhan (*Port*) adalah daerah perairan yang terlindung terhadap gelombang, yang dilengkapi dengan fasilitas terminal laut meliputi dermaga di mana kapal dapat bertambat untuk bongkar muat barang, kran-kran (*crane*) untuk bongkar muat barang, gudang laut (*transito*) dan tempat-tempat penyimpanan di mana kapal membongkar muatannya, dan gudang-gudang di mana barang-barang dapat di simpan dalam waktu yang lebih lama selama menunggu pengiriman ke daerah tujuan atau pengapalan. Terminal ini dilengkapi dengan jalan kereta api dan jalan raya.

Pelabuhan merupakan suatu pintu gerbang untuk masuk ke suatu wilayah atau negara dan sebagai prasarana penghubung antar daerah, antar pulau atau bahkan antar negara, benua dan bangsa. Dengan fungsinya tersebut maka pembangunan pelabuhan harus dapat dipertanggungjawabkan baik secara sosial ekonomis maupun teknis.

Pelabuhan merupakan prasarana penting untuk mendukung sarana angkutan laut. Pelabuhan menjadi tempat pemberhentian kapal setelah melakukan pelayaran. Di pelabuhan kapal melakukan berbagai kegiatan antara lain melakukan bongkar muat barang, menaik turunkan penumpang, melakukan reparasi pada kapal apabila terjadi kerusakan, pengisian bahan bakar, dan sebagainya.

Menurut Undang-Undang No. 17 tahun 2008 tentang Pelayaran, pelabuhan adalah tempat yang terdiri dari daratan dan/ perairan dengan batas-batas tertentu sebagai tempat kegiatan pemerintahan dan kegiatan perusahaan yang dipergunakan sebagai tempat kapal bersandar, berlabuh, naik turun penumpang dan/atau bongkar muat barang, berupa terminal dan tempat berlabuh kapal yang dilengkapi dengan fasilitas keselamatan dan keamanan pelayaran dan kegiatan penunjang pelabuhan serta sebagai tempat perpindahan intra dan antarmoda transportasi.

Menurut Undang-Undang No. 17 tahun 2008 tentang Pelayaran, kepelabuhanan adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan pelaksanaan fungsi pelabuhan untuk menunjang kelancaran, keamanan, dan ketertiban arus lalu lintas kapal, penumpang dan/ atau barang, keselamatan dan keamanan berlayar, tempat perpindahan intra dan/ antar moda serta mendorong perekonomian nasional dan daerah dengan tetap memperhatikan tata ruang wilayah.

2.6 Macam Pelabuhan

Pelabuhan dapat dibedakan menjadi beberapa macam yang tergantung pada sudut tinjauannya, yaitu dari segi penyelenggaraannya, pengusahaannya, fungsi dalam perdagangan nasional dan internasional segi kegunaan dan letak geografisnya.

2.6.1 Ditinjau dari Segi Penyelenggaraannya

Menurut Triatmodjo (2010), apabila ditinjau dari segi penyelenggaraannya macam pelabuhan dibagi menjadi 2, yaitu :

1. Pelabuhan Umum

Pelabuhan umum diselenggarakan untuk kepentingan pelayanan masyarakat umum. Penyelenggaraan pelabuhan umum dilakukan oleh Pemerintah dan pelaksanaannya dapat dilimpahkan kepada badan usaha milik negara yang didirikan untuk maksud tersebut. Di Indonesia dibentuk badan usaha milik negara yang diberi wewenang untuk mengelola pelabuhan umum diusahakan. Keempat badan usaha tersebut adalah PT (Persero) Pelabuhan Indonesia I berkedudukan di Medan, Pelabuhan Indonesia II berkedudukan di Jakarta, Pelabuhan Indonesia III berkedudukan di Surabaya dan Pelabuhan Indonesia IV berkedudukan di Ujung Pandang.

2. Pelabuhan Khusus

Pelabuhan khusus diselenggarakan untuk kepentingan sendiri guna menunjang kegiatan tertentu. Pelabuhan ini tidak boleh digunakan untuk kepentingan umum, kecuali dalam keadaan tertentu dengan ijin Pemerintah. Pelabuhan khusus dibangun oleh suatu perusahaan baik pemerintah maupun swasta, yang berfungsi untuk prasarana pengiriman hasil produksi perusahaan tersebut. Sebagai contoh adalah Pelabuhan LNG Arun di Aceh yang digunakan untuk mengirim hasil produksi gas alam cair ke daerah atau negara lain. Pelabuhan Pabrik Aluminium Asahan di Kuala Tanjung Sumatera Utara digunakan untuk melayani *import* bahan baku *bouksit* dan *export* aluminium ke daerah atau negara lain.

2.6.2 Ditinjau dari segi pengusahaannya

Menurut Triatmodjo (2010), apabila ditinjau dari segi pengusahaannya macam pelabuhan dibagi menjadi 2, yaitu :

1. Pelabuhan yang diusahakan

Pelabuhan ini sengaja diusahakan untuk memberikan fasilitas-fasilitas yang diperlukan oleh kapal yang memasuki pelabuhan untuk melakukan kegiatan bongkar muat barang, menaik turunkan penumpang serta kegiatan lainnya.

Pemakaian pelabuhan ini dikenakan biaya-biaya, seperti biaya jasa labuh, jasa tambat, jasa pemanduan, jasa penundaan, jasa pelayanan air bersih, jasa dermaga, jasa penumpukan, bongkar-muat, dan sebagainya.

2. Pelabuhan yang tidak diusahakan

Pelabuhan ini hanya merupakan tempat singgah kapal, tanpa fasilitas bongkar-muat, bea cukai, dan sebagainya. Pelabuhan ini merupakan pelabuhan kecil yang disubsidi oleh Pemerintah, dan dikelola oleh Unit Pelaksana Teknis Direktorat Jendral Perhubungan Laut.

2.6.3 Ditinjau dari fungsi perdagangan Nasional dan Internasional

Menurut Triatmodjo (2010), apabila ditinjau dari fungsi perdagangan macam pelabuhan dibagi menjadi 2, yaitu :

1. Pelabuhan laut

Pelabuhan laut adalah pelabuhan yang bebas dimasuki oleh kapal-kapal bendera asing. Pelabuhan ini biasanya merupakan pelabuhan utama di suatu daerah yang dilabui kapal-kapal yang membawa barang untuk ekspor/impur secara langsung ke dan dari luar negeri. Di Indonesia terdapat lebih dari seratus pelabuhan seperti ini. Contohnya adalah Pelabuhan Gorontalo, Pelabuhan Tarakan, Tanjung Mas Semarang, Tanjung Intan Cilacap, dan masih banyak lagi.

2. Pelabuhan pantai

Pelabuhan Pantai adalah pelabuhan yang disediakan untuk perdagangan dalam negeri dan oleh karena itu tidak bebas disinggahi oleh kapal berbendera asing. Kapal asing dapat masuk ke pelabuhan ini dengan meminta ijin terlebih dulu.

2.7 Pelabuhan Penumpang

Pelabuhan atau terminal penumpang digunakan oleh orang-orang berpergian dengan menggunakan kapal penumpang. Terminal penumpang dilengkapi dengan stasiun penumpang yang melayani segala kegiatan yang berhubungan dengan kebutuhan orang berpergian, seperti ruang tunggu, kantor maskapai pelayaran, tempat penjualan tiket, musholah, toilet, kantor imigrasi, kantor bea cukai, keamanan, direksi pelabuhan, dan sebagainya. Barang-barang yang perlu dibongkar muat tidak begitu banyak, sehingga gudang tidak perlu terlalu besar. Untuk kelancaran masuk keluarnya penumpang dan barang, sebaiknya jalan masuk/keluar dipisahkan. Penumpang melalui lantai atas dengan menggunakan jembatan langsung ke kapal. Sedangkan barang-barang melalui dermaga. Pada pelabuhan dengan tinggi

pasang surut besar, dibuat jembatan apung yang digunakan oleh penumpang untuk masuk ke kapal dan sebaliknya.

2.8 Kapal Penumpang

Di Indonesia yang merupakan negara kepulauan dan taraf hidup sebagian penduduknya relatif masih rendah, kapal penumpang masih mempunyai peran yang cukup besar. Jarak antara pulau yang relatif dekat masih bisa dilayani oleh kapal-kapal penumpang. Selain itu dengan semakin mudahnya hubungan antara pulau maka semakin banyak pula kapal feri beroperasi yang memungkinkan mengangkut mobil, bis dan truk bersama-sama dengan penumpangnya. Pada umumnya kapal penumpang mempunyai ukuran relatif kecil. Triatmodjo (2010)

2.9 Konsep Kepuasan Pelanggan

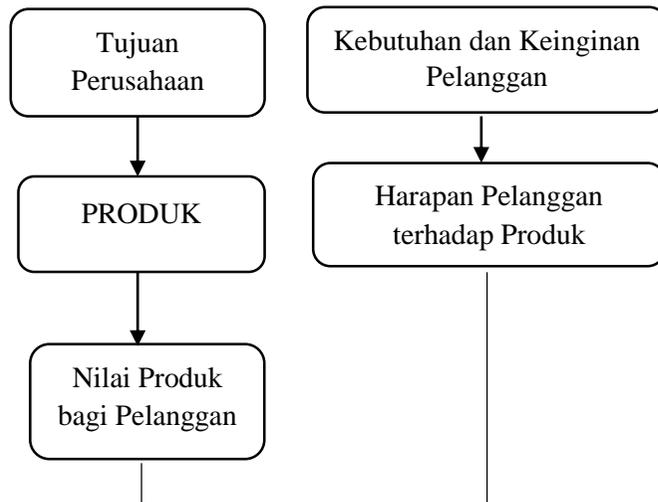
Menurut Hermanto (2008) Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal ini. Pihak yang paling banyak berhubungan langsung dengan kepuasan/ketidakpuasan pelanggan adalah pemasar, konsumen, konsumerisme, dan peneliti perilaku konsumen. Persaingan yang semakin ketat, di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*. Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing.

Karena semakin banyaknya persaingan yang menawarkan produk dan jasa, mas konsumen akan mendapatkan pilihan semakin banyak. Dengan demikian konsumen dengan bebas untuk menentukan pilihan serta melakukan tawar-menawar dengan gampang. Banyaknya aktivitas-aktivitas yang muncul untuk memperjuangkan hak konsumen, etika bisnis, para peneliti perilaku konsumen tersebut semakin banyak yang tertarik dan menekuni topik kepuasan pelanggan untuk dapat memecah permasalahan dan mendapatkan solusi untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

Menurut Schnaars (1991), pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi

pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 1994). Ada beberapa pakar yang memberikan definisi mengenai kepuasan/ketidakpuasan pelanggan. Day (dalam Tse dan Wilton, 1988) menyatakan bahwa kepuasan/ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Wilkie (1990) mendefinisikan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Engel, et al., (1996) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Dari berbagai definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pengertian ini didasarkan pada *disconfirmation paradigm* dari Oliver (dalam Engel, et al., 1990; Pawitra, 1993). Konsep kepuasan pelanggan ini dapat dilihat pada **Gambar 2.1** “Konsep Kepuasan Pelanggan” di bawah ini.



Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan
(Sumber : Tjiptono 1997)

Meskipun umumnya definisi yang diberikan di atas menitikberatkan pada kepuasan/ketidakpuasan terhadap produk atau jasa, pengertian tersebut juga dapat diterapkan dalam penilaian kepuasan/ketidakpuasan terhadap suatu perusahaan tertentu karena keduanya berkaitan erat (Peterson dan Wilson, 1992; Pawitra, 1993). Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur (Garvin dalam Lovelock, 1994; Peppard dan Rowland, 1995) antara lain meliputi:

1. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi, dan sebagainya.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior seperti *dash board*, *AC*, *sound system*, *door lock*, *power steering*, dan sebagainya.
3. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai, misalnya mobil tidak sering macet/rewel/rusak.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya standar keamanan dan emisi terpenuhi, seperti ukuran as roda untuk truk tentunya harus lebih besar daripada mobil sedan.
5. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan mobil. Umumnya daya tahan mobil buatan Amerika atau Eropa lebih baik daripada mobil buatan Jepang.
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga sela proses penjualan hingga purna jual, yang juga mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik mobil yang menarik, model/desain yang artistik, warna, dan sebagainya.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut/ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama

merek, iklan, reputasi perusahaan maupun negara pembuatnya. Umumnya orang akan menganggap merek *Mercedez Roll Royce, Porsche*, dan BMW sebagai jaminan mutu.

9. Sementara itu dalam mengevaluasi jasa yang bersifat *intangibile*, konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor berikut (Parasuraman, et al., 1985):
 - a. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
 - b. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
 - c. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
 - d. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
 - e. Empati (*Emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan.

2.10 Pengukuran kepuasan Pelanggan

Besarnya permintaan pangsa pasar agar mendapatkan jasa dari suatu perusahaan untuk memenuhi keluhan mereka adalah dengan cara meningkatkan dan mengukur tingkat kepuasan pelanggan untuk menjadikannya sebagai acuan untuk memenuhi dan mengembangkan strategi yang dapat memenuhi permintaan pasar yang semakin tinggi yang diharapkan dapat memberikan umpan balik bagi perusahaan. Dan pada prinsip tersebut dapat diukur menggunakan metode dan teknik. Dibawah ini akan dibahas beberapa di antaranya :

1. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kotler (2005) mendefinisikan 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan sebagai berikut :

- a. Sistem keluhan dan saran
Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang

mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. Akan tetapi, karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih pemasok dan tidak akan membeli produk perusahaan tersebut lagi. Upaya mendapatkan saran yang bagus dari pelanggan juga sulit diwujudkan dengan metode ini. Terlebih lagi bila perusahaan tidak memberikan imbal balik dan tindak lanjut yang memadai kepada mereka yang telah bersusah payah ‘berpikir’ (menyumbang ide) kepada perusahaan.

b. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan. Ada baiknya setiap manajer perusahaan terjun langsung menjadi *ghost shopper* untuk mengetahui langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan para palanggannya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya sedang melakukan penelitian atau penilaian (misalnya dengan cara menelepon perusahaannya sendiri dan mengajukan berbagai keluhan atau pertanyaan). Bila mereka tahu sedang dinilai, tentu saja perilaku mereka akan menjadi sangat manis dan hasil penilaian akan menjadi bias.

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan sebisa mungkin menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customers loss rate* juga penting, di mana peningkatan *customers loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan metode survei, baik dengan survei melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi (McNeal dan Lamb dalam Peterson dan Wilson, 1992). Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (feedback) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Berdasarkan keempat metode yang telah dijabarkan di atas, ada beberapa kekurangan dan kelebihan terkait dengan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode yang terakhir yaitu survei kepuasan pelanggan. Dikarenakan penulis menyadari bahwa hasil yang akan diperoleh jika menggunakan metode Survei kepuasan pelanggan lebih akurat dan tepat karena penulis bisa wawancara secara langsung dengan terjun ke lapangan dan menggunakan jasa/konsumen pada terminal penumpang Gresik. Dengan metode tersebut diharapkan mendapatkan masukan-masukan dari pengguna jasa terminal penumpang tersebut yang nantinya akan di jadikan acuan untuk mempertimbangkan lagi kemajuan perusahaan. Metode ini juga tidak memerlukan waktu yang lama dan biaya yang tergolong rendah dibandingkan dengan menggunakan metode yang lainnya.

2. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Sebagaimana dijelaskan di atas bahwa metode survei merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan. Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut :

- a. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkapkan seberapa puas saudara terhadap pelayanan PT.tersebut pada skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas” (*directly reported satisfaction*).
- b. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*).
- c. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).
- d. Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance/performance ratings*). Teknik ini dikenal pula dengan istilah *importance-performance analysis* (Martilla dan James, 1997)

“Halaman ini sengaja dikosongkan penulis”