

Pengaruh Efektivitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pelabuhan Speedboat Kayan II Tanjung Selor

Dedik Wiryawan¹, Adi Aspian Nur²

Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara, Indonesia

E-mail : dedik.wiryawan@gmail.com

E-mail : adiaspiannur22@gmail.com

Abstract

This research is aim to analyze effectiveness of services influences to customer satisfaction in Kayan speedboat port II Tanjung Selor. The study will use 88 respondents who are users of services Kayan speedboat port II Tanjung Selor. Analysis tool use Ordinary Least Square. Result of research is effectiveness of services variabel was give significant influence to consumer satisfaction variabel in Kayan speedboat port II Tanjung Selor. Testing result was using t test to show $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.454 > 1.662$). with test results can to knowing is research hypothesis which in explain research be accepted.

Keywords: Effectiveness of service, consumer satisfaction

PENDAHULUAN

Ditengah maraknya perkembangan pembangunan dewasa ini, pemerintah kita tengah menggalakkan peningkatan-peningkatan dan perbaikan-perbaikan sarana dan prasarana pembangunan di berbagai aspek kehidupan secara merata. Salah satu aspek yang paling berkaitan dengan kehidupan disegala lapisan masyarakat adalah aspek perekonomian yang bertujuan untuk meningkatkan hasil perekonomian seperti yang diinginkan baik dari segi kualitas maupun dari segi kuantitasnya. Peran dari masyarakat dan pelaku-pelaku dalam perekonomian yang menguasai bidangnya masing-masing sangat diperlukan disamping harus mempersiapkan diri dalam memasuki pasar global yang mengharuskan meningkatkan hubungan dan kerjasama internasional baik bidang ekonomi, pariwisata, pendidikan, politik dan sebagainya.

Seiring dengan kebijakan pemerintah yang satu diantaranya adalah untuk menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, pemerintah berusaha mengantisipasi keadaan tersebut dengan memperpendek jarak tempuh dengan transportasi yang memadai sehingga jarak tidak menjadi permasalahan di dalam meningkatkan perekonomian di propinsi Kalimantan Utara secara khusus. Hal ini tentunya membutuhkan konsep pembangunan sarana dan prasarana transportasi yang digunakan sehingga dapat memudahkan akses dari segala penjuru kota dan daerah yang lainnya. Sebagai ibukota propinsi Kalimantan Utara yang dipisahkan oleh pulau-pulau yang mempunyai jarak cukup jauh, maka jarak tempuh antara Kabupaten Bulungan yang dibutuhkan saat ini adalah Pesawat Udara, Kendaraan Darat dan Kendaraan Air. Letak geografis yang bergunung memungkinkan kendaraan air yang paling banyak dipakai untuk mencapai daerah terpencil di Kabupaten Bulungan sehingga roda perekonomian bisa berjalan dengan baik sehingga memungkinkan terlaksananya pemerataan pembangunan. Kendaraan darat di Kabupaten Bulungan sebagian besar hanya daerah yang dilewati jalan propinsi (jalan trans Kaltara) yaitu jalan yang menghubungkan setiap Kabupaten yang ada menuju ibukota Propinsi Kalimantan Utara. Jalan Trans Kaltara juga menghubungkan Kabupaten yang ada diwilayah utara Kalimantan Utara kecuali Kota Madya Tarakan yang memang letaknya di Pulau Tarakan.

Kabupaten Bulungan yang terdiri dari beberapa Kecamatan hanya dua kecamatan yang tidak bisa dilalui kendaraan darat yaitu Kecamatan Bunyu dan Kecamatan Tanah Lia yang merupakan Kecamatan yang terletak dipulau Bunyu dan Pulau Tanah Merah. Walaupun demikian jalan dalam wilayah Kecamatan bisa menggunakan kendaraan darat dan juga kendaraan air. Dalam menempuh perjalanan ke ibukota Kecamatan dan ibukota Kabupaten kendaraan air kadang lebih cepat dari kendaraan darat sehingga kendaraan air merupakan transportasi yang sangat vital di Kabupaten Bulungan. Kabupaten Bulungan telah membangun fasilitas pelabuhan air yang cukup representatif untuk mengakses kemudahan dengan menggunakan jarak tempuh dengan kendaraan air. Hal ini membuktikan perhatian pemerintah yang sangat inten terhadap pembangunan khususnya pembangunan di bidang ekonomi kemasyarakatan. Namun dengan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah, tentunya

menjadi harapan masyarakat untuk dapat digunakan dengan sebaik-baiknya dan dijaga agar fasilitas yang ada tetap dalam kondisi baik. Ini menjadi tanggungjawab semua pihak baik perusahaan yang menjalankan bisnisnya dengan mengelola jasa angkutan air dan para pengusaha yang terlibat dilingkungan pelabuhan tersebut. Dengan demikian setiap perusahaan selalu dituntut untuk dapat meningkatkan manajemen dengan menjunjung tinggi kualitas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat sebagai konsumen.

Objek penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang dilakukan oleh manajemen dalam bidang jasa transportasi yaitu kualitas pelayanan pada Pelabuhan Speed Boat Kayan II. Hal ini sangat perlu dilakukan penelitian karena para pengguna jasa transportasi air dengan tujuan Tanjung Selor Tarakan atau tempat lain yang mana penggunaannya adalah masyarakat sebagai konsumen. Penulis memandang perlu untuk mengetahui kepuasan penumpang selaku konsumen penggunaan jasa pelabuhan sehingga pemerintah memperoleh data sebagai bahan masukan berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola pelabuhan. Hal ini sangat penting karena kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan menunjukkan peningkatan kepuasan penggunaan jasa yang pada akhirnya akan menjadi tolok ukur dalam mengelola sarana dan prasarana umum yang merupakan fasilitas umum yang digunakan oleh masyarakat Kabupaten Bulungan.

KAJIAN LITERATUR

Pemasaran dapat didefinisikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2011:21).

Menurut Kotler (2011:32), jasa atau layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi layanan bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya. Layanan dapat dibagi ke dalam beberapa kelompok, yaitu (Kotler, 2011:47) (1) Barang berwujud murni; (2) Barang berwujud dengan disertai pelayanan; (3) Campuran; (4) Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan; (5) Jasa murni

Menurut Parasuraman, dkk (2006:51) telah mengembangkan suatu alat ukur dari kualitas pelayanan yang disebut SERVQUAL, dimana di dalamnya terdapat variabel dari kualitas layanan yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Pada penelitian awal, yaitu tahun 1985, mereka mengungkapkan bahwa terdapat sepuluh variabel yang digunakan pelanggan dalam mengukur dan menilai kualitas pelayanan. Sepuluh variabel tersebut adalah tangibles, reliability, responsiveness, communication, credibility, security, competence, courtesy, understanding/knowing customers, and access.

Pelayanan umum dilaksanakan dalam suatu rangkaian kegiatan terpadu yang bersifat sederhana, terbuka, lancar, tepat, lengkap, wajar, dan terjangkau sehingga pelayanan umum harus mengandung unsur-unsur seperti telah disebutkan dalam Kepmenpan nomor 18 tahun 1993 yaitu sebagai berikut:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar; jelas; dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang/dan atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan dan dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Kualitas pelayanan tidak bisa dilepaskan dengan manusia, karena pelayanan mempunyai kaitan erat dengan kebutuhan hidup manusia, baik itu sebagai individu maupun sebagai makhluk sosial. Keanekaragaman dan perbedaan kebutuhan hidup manusia menyebabkan adanya bermacam-macam jenis pelayanan dalam upaya untuk pemenuhan kebutuhan hidup manusia tersebut. Dilihat dari bidang kegiatan ekonomi, Saefullah (2009:8) membedakan lima jenis pelayanan umum, yaitu sebagai berikut:

- Business service, menyangkut pelayanan dalam kegiatan-kegiatan konsultasi, keuangan, perbankan;



- Trade service, kegiatan-egiatan pelayanan dalam penjualan, perlengkapan, dan perbaikan;
- Infrastruktur service, meliputi kegiatan-kegiatan pelayanan dalam komunikasi dan transportasi;
- Social and personal service, pelayanan yang diberikan antara lain dalam kegiatan rumah makan dan pemeliharaan kesehatan;
- Public administration, yang dimaksudkan disini adalah pelayanan dari pemerintah yang membantu kestabilan dan pertumbuhan ekonomi.

Kualitas yang dihasilkan oleh perusahaan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, oleh karena itu pihak perusahaan atau organisasi harus memperhatikan semua elemen-elemen yang penting dalam penerapan atau pencapaian kualitas. Menurut Ariani (2007:33) pencapaian total kualitas memerlukan delapan elemen sebagai berikut.

- Fokus pada pelanggan yaitu dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan harapan.
- Komitmen jangka panjang, agar seluruh karyawan juga mau melaksanakan hal yang sama dengan terlibat secara penuh dalam seluruh proses yang ada.
- Kepemimpinan dan dukungan manajemen puncak, dengan memberikan dukungan tenaga, pikiran, perencanaan strategik, gaya serta perbaikan secara berkesinambungan.
- Pemberdayaan seluruh personil dan kerja tim, yaitu dengan mendorong partisipasi seluruh karyawan untuk mencapai sasaran kualitas, termasuk perbaikan pelayanan dan penyelesaian masalah.
- Komunikasi efektif yaitu dengan mengadakan hubungan komunikasi baik secara formal maupun informal dan komunikasi vertikal maupun horizontal.
- Kepercayaan dan analisis proses secara statistik, yang memungkinkan organisasi melakukan tindakan perbaikan, menetapkan prioritas dan mengevaluasi kemajuan yang dicapai.
- Komitmen terhadap perbaikan yaitu dengan membangun kesadaran untuk mengadakan perbaikan melalui pendidikan dan pelatihan karyawan.
- Mendukung pemberian penghargaan yaitu penghargaan yang bukan hanya berupa upah atau gaji, melainkan penghargaan yang berupa pujian, dukungan saran, maupun kritik membangun.

Kepuasan pelanggan menurut Kotler (2011:72) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Pendapat ini sama halnya dengan pendapat yang dikemukakan oleh Tse dan Wilton (2008:20) yang menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaiannya. Sehingga dapat dikatakan jika kinerja bank dibawah harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Jika kinerja sama dengan harapan, konsumen merasa puas, dan jika kinerja melampaui harapan, konsumen akan sangat puas atau bahagia. Konsumen yang merasa puas, akan setia lebih lama terhadap perusahaan dan akan selalu memberikan komentar yang baik tentang perusahaan. Kepuasan konsumen erat hubungannya dengan kualitas layanan. Apabila kepuasan konsumen tinggi, hal itu berarti kualitas layanan yang dirasakan konsumen sesuai atau bahkan lebih tinggi dari yang diharapkan konsumen. Jadi, agar kepuasan konsumen dapat tercipta, perusahaan harus dapat memberikan dan menerapkan pelayanan yang berkualitas pada konsumen-konsumennya.

Alma (2007:232), mengemukakan cara-cara mengukur kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

- Complaint and Suggestion System

Banyak perusahaan yang berhubungan dengan konsumennya untuk menerima keluhan/keluhan yang dialami oleh konsumen. Perusahaan perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau), kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain.

- Atisfaction Consumers Survey

Tingkat keluhan yang disampaikan oleh konsumen tidak bisa disimpulkan secara umum untuk mengukur kepuasan konsumen pada umumnya.

- Ghost Shopping

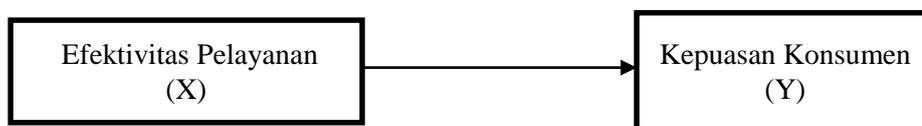
Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai konsumen atau pembeli potensial produk perusahaan atau pesaing, kemudian mereka melaporkan hasil temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk atau jasa tersebut.

- Lost Customer Analisis

Perusahaan sebaiknya menghubungi para konsumen yang telah berhenti atau yang telah pindah ke perusahaan lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan selanjutnya.

Kelima dimensi pokok kualitas pelayanan yang telah disajikan Parasuraman, (2007:47) akan dijadikan variabel di dalam penelitian ini yaitu : Pengaruh Keandalan (Reliability) Terhadap Kepuasan Konsumen. Reliability yaitu kemampuan dari perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja keandalan harus sesuai dengan harapan konsumen yang dapat diukur dengan indikator menyelesaikan keluhan konsumen dengan akurat, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, ketepatan pelaksanaan transaksi dengan akurasi yang tinggi, dan pelayanan yang tepat waktu. Jika hal tersebut diberikan kepada konsumen maka akan memberikan persepsi yang baik atas pelayanan. Faktor keandalan perlu diperhatikan karena dengan semakin handal bank yang meliputi ketepatan pelayanan yang sesuai yang dijanjikan dan kemampuan dalam memberikan pelayanan dapat membuat konsumen merasa puas dan akan menjadikan konsumen tersebut sebagai konsumen yang setia. Hubungan keandalan (reliability) dengan kepuasan konsumen adalah keandalan (reliability) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap keandalan (reliability) maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi.

Kerangka Konsep Dan Model Penelitian



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka hipotesis yang penulis ajukan dalam penelitian ini adalah diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pelabuhan Speedboat Kayan II Tanjung Selor.

METODE

Menurut Umar (2011:77), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Populasi yang menjadi target penelitian ini adalah masyarakat umum pengguna jasa pelabuhan Kayan II selama bulan Maret 2016 yang berjumlah 750 orang.

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, digunakan teknik simple random sampling sehingga sampel yang digunakan adalah seluruh masyarakat yang berkunjung pada Pelabuhan Kayan II Tanjung Selor. Dalam penelitian ini besarnya sampel yang diambil menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e = 10\%$. Menurut Umar (2011:78) rumus penentuan sampel dilakukan sebagai berikut:

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

Dengan menggunakan rumus Slovin, maka sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut dihitung sebesar : $n = 750 / [1 + 750(0,1)^2] = 88$ orang

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Penelitian Kepustakaan

Dilakukan untuk memperoleh data sekunder dengan cara mempelajari literatur, buku-buku, catatan-catatan sebagai landasan teoritis yang akan diperbandingkan dengan masalah yang akan diteliti.

- Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Dilakukan untuk memperoleh data primer, yaitu data yang bersumber dari objek penelitian atau perusahaan yang diteliti. Data tersebut dikumpulkan dengan cara:

- a) Dokumentasi yaitu dengan mempelajari atau menggunakan catatan yang ada pada perusahaan dan mempunyai kaitan dengan masalah yang diteliti, dimaksudkan sebagai penunjang data-data yang telah diperoleh dengan kondisi sesungguhnya.
- b) Daftar pertanyaan atau kuisioner adalah seperangkat pertanyaan yang disusun oleh penulis untuk diisi responden, yang berbentuk pertanyaan tertulis untuk meminta keterangan, jawaban dan informasi yang dibutuhkan. Angket ini ditujukan kepada para masyarakat pengguna jasa pada Pelabuhan Kayan II.

Kualitas pelayanan berkaitan dengan tata cara pelayanan petugas pelabuhan kepada masyarakat dengan sebaik-baiknya. Pelayanan yang sesuai harapan akan memberikan dampak yang sangat baik kepada pengelola untuk dinilai oleh masyarakat sebagai pengguna jasa. Kualitas pelayanan yang baik kepada masyarakat, baik dari sisi keramahan, kesopanan, daya tanggap dan kebersihan yang selalu dijaga. Dengan pelayanan yang berkualitas yang sesuai dengan harapan akan membuat masyarakat semakin banyak yang menggunakan jasa yang disediakan.

Ma'ruf (2007:45) membagi dimensi pelayanan yang diberikan dalam penjualan jasa menjadi lima dimensi pokok kualitas pelayanan yaitu:

- Tangibles (Bukti langsung)

Penampilan fisik pelayanan, karyawan, komunikasi serta tingkat teknologi yang digunakan perusahaan dapat berpengaruh pada pandangan pelanggan akan kesiapan perusahaan dalam memberikan pelayanan.

- Reliability (Kehandalan)

Kemampuan perusahaan untuk melaksanakan dan memenuhi pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat, misalnya ketepatan waktu, konsistensi dan kecepatan pelayanan, selain itu penanganan keluhan pelanggan juga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan.

- Responsiveness (Daya tanggap)

Kemampuan, kemauan serta kepedulian karyawan untuk membantu pelanggan serta memberikan pelayanan terbaik.

- Assurance (Jaminan)

Pengetahuan, kemampuan serta sikap karyawan (tanggap, ramah, sopan dan bersahabat) dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan.

- Emphaty (empati)

Tingkat kepedulian dan perhatian perusahaan terhadap konsumen secara individu, sehingga mampu memberikan kesan tersendiri bagi masing-masing pelanggan.

Kepuasan dapat berupa persepsi masyarakat karena perasaan senang dan bahkan membuat masyarakat ingin selalu mendapatkan pelayanan tersebut sampai berulang-ulang. Indikator untuk mengukur kepuasan masyarakat sebagai konsumen pengguna jasa menurut Parasuraman (2009:82) adalah sebagai berikut:

- Menilai kinerja pegawai dalam melakukan pelayanan
- Karyawan dalam melakukan pelayanan memiliki kepedulian, keramahan dan menanggapi keluhan pelanggan dengan baik.
- Masyarakat merasakan kenyamanan berada dilingkungan perusahaan
- Masyarakat merasakan puas dengan pelayanan yang dilakukan perusahaan.

Untuk melakukan uji terhadap pengaruh satu variabel penelitian terhadap variabel lainnya dalam penelitian ini adalah menguji pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel terikatnya kepuasan konsumen, maka digunakan regresi linier sederhana menurut Umar (2011:126) sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_x$$

Dimana Y : Kepuasan konsumen
 α : Konstanta
 β : Koefisien regresi
 X : Efektivitas pelayanan

Level of confident adalah 95%, dengan level of error adalah 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan kepada seluruh responden, yaitu Dermaga Kayan II Tanjung Selor, maka dapat disampaikan karakteristik dari responden sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No. | Jenis Kelamin | Jumlah Responden | Persentase |
|-----|---------------|------------------|------------|
| 1. | Laki – Laki | 56 | 63.64 |
| 2. | Perempuan | 32 | 36.36 |
| | Total | 88 | 100% |

Sumber: diolah dari jawaban kuisisioner

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| No. | Usia | Jumlah Responden | Persentase |
|-----|------------------|------------------|------------|
| 1. | 17 – 22 | 4 | 4.55 |
| 2. | 23 – 27 | 21 | 23.86 |
| 3. | 28 – 32 | 18 | 20.45 |
| 4. | 33 – 37 | 42 | 47.73 |
| 5. | Di atas 37 Tahun | 3 | 3.41 |
| | Jumlah | 88 | 100% |

Sumber: diolah dari jawaban kuisisioner

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

| No. | Jenjang | Jumlah Responden | Persentase |
|-----|---------|------------------|------------|
| 1. | S2 | 9 | 10.23 |
| 2. | S 1 | 26 | 29.55 |
| 3. | Diploma | 7 | 7.95 |
| 4. | SLTA | 41 | 46.59 |
| 5. | SLTP | 5 | 5.68 |
| | Jumlah | 88 | 100% |

Sumber: diolah dari jawaban kuisisioner

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

| No. | Pekerjaan | Jumlah Responden | Persentase |
|-----|-------------------|------------------|------------|
| 1. | PNS/TNI/POLRI | 28 | 31.82 |
| 2. | Karyawan | 11 | 12.50 |
| 3. | Pengusaha | 26 | 29.55 |
| 4. | Mahasiswa/Pelajar | 7 | 7.95 |
| 5. | Swasta, DII | 16 | 18.18 |
| | Jumlah | 88 | 100% |

Sumber: diolah dari jawaban kuisisioner

Berdasarkan data yang diperoleh selama penelitian terkait Kelengkapan produk Dermaga Kayan II Tanjung Selor, maka untuk menjawab pengaruh efektifitas pelayanan menggunakan jasa terhadap kepuasan konsumen digunakan analisis dengan perhitungan statistik yang dilakukan menggunakan program software statistik SPSS versi 17 sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Validitas Instrumen Efektivitas Pelayanan

| Pernyataan | Nilai r | Sig. | Kesimpulan |
|---|---------|-------|------------|
| Dermaga Kayan II menggunakan prosedur tetap dalam pelayanan | 0,398 | 0,000 | Valid |
| Karyawan Dermaga Kayan II melakukan pelayanannya dari awal hingga akhir menunjukkan kemampuan dibidangnya | 0,846 | 0,000 | Valid |
| Kesediaan karyawan dalam melayani dengan cepat dan tepat | 0,824 | 0,000 | Valid |
| Karyawan yang bertugas tidak berbelit-belit | 0,459 | 0,000 | Valid |
| Kemampuan karyawan meyakinkan dalam melakukan pelayanan | 0,841 | 0,000 | Valid |
| Karyawan dapat menjaga kepercayaan konsumen | 0,384 | 0,000 | Valid |
| Karyawan selalu memberi perhatian kepada konsumen dengan baik | 0,841 | 0,000 | Valid |
| Secara individu karyawan memahami keluhan konsumen | 0,819 | 0,000 | Valid |
| Ruang tunggu memiliki sarana yang baik | 0,403 | 0,000 | Valid |
| Tersedia informasi yang memadai dalam ruangan | 0,830 | 0,000 | Valid |

Tabel 6 menunjukkan bahwa secara keseluruhan item-item pertanyaan yang dikembangkan dalam kuesioner efektivitas pelayanan menggunakan jasa Dermaga Kayan II Tanjung Selor dinyatakan valid. Dengan hasil uji validitas tersebut maka secara keseluruhan item-item pertanyaan kuisisioner penelitian dapat digunakan dalam penelitian karena nilai signifikansi lebih kecil 0,05.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Konsumen

| Pernyataan | Nilai r | Sig | Kesimpulan |
|--|---------|-------|------------|
| Anda merasa puas dengan keramahtamahan karyawan | 0,585 | 0,000 | Valid |
| Anda merasakan bahwa dalam melakukan pelayanan, karyawan memiliki kepedulian, keramahan dan menanggapi keluhan pelanggan dengan baik | 0,477 | 0,005 | Valid |
| Anda merasa puas dengan pelayanan semua petugas dermaga | 0,526 | 0,007 | Valid |
| Anda merasa nyaman berada dalam lingkungan dermaga Kayan II Tanjung Selor | 0,393 | 0,000 | Valid |
| Anda merasa puas dengan jasa yang ditawarkan oleh dermaga Kayan II Tanjung Selor | 0,378 | 0,000 | Valid |

Tabel 7 menunjukkan bahwa secara keseluruhan item-item pertanyaan yang dikembangkan dalam kuesioner kepuasan konsumen dinyatakan valid. Dengan hasil uji validitas tersebut maka secara keseluruhan item-item pertanyaan kuisisioner penelitian dapat digunakan dalam penelitian karena nilai signifikansi lebih kecil 0,05

Selain uji validitas ada uji instrumen dalam kuisioner yaitu reliabilitas, hal ini dilakukan untuk mengetahui kehandalan dan kepercayaan dalam pengungkap data, atas dasar jawaban kuisioner. Uji kehandalan dimaksudkan untuk mengetahui sejauhmana hasil pengukuran terhadap konsistensi apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Instrumen yang digunakan dalam variabel tersebut dikatakan handal (reliable) apabila memiliki nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,5.

Tabel 7. Hasil Uji Realibilitas Kuesioner

| Variabel | <i>cronbach's Alpha</i> | Keterangan |
|-----------------------|-------------------------|------------|
| Efektivitas pelayanan | 0,886 | Reliabel |
| Kepuasan konsumen | 0,711 | Realibel |

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan Tabel 8 dapat dijelaskan bahwa nilai Cronbach's Alpa dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,5 dengan demikian kuisioner yang akan dipakai dalam penelitian sudah dikukur realibilitasnya yaitu konsisten dan tetap handal ketika digunakan oleh siapapun yang akan melakukan penelitian dengan konteks serupa.

Analisis ini digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh antara efektivitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y), tujuannya adalah untuk meramalkan atau memperkirakan nilai variabel dependen dan hubungannya dengan variabel Independen. Berikut ini hasil pengolahan data

Tabel 8. Hasil Penghitungan Regresi
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 4.679 | .151 | | 30.892 | .000 |
| Efektivitas Pelayanan | .296 | .391 | .254 | 2.454 | .016 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 9 maka dibuatkan persamaan regresinya sebagai berikut $Y = 4.679 + 0,296X$ Koefisien regresi di atas bertanda positif. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh positif variabel efektivitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Tabel 9. Hasil Analisis Koefisien Determinasi
Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .544 ^a | .296 | .214 | 12.603 |

Sumber: diolah dari output SPSS

Berdasarkan tabel 10 di atas, nilai R ditunjukkan sebesar 0,544 hal tersebut dapat diartikan bahwa tingkat hubungan pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) diinterpretasikan sedang karena berada pada interval 0,40 – 0,599.

Berdasarkan pada tabel 10 Model Summary, di atas yaitu R Square sebesar 0.296. Hal ini menunjukkan adanya kontribusi dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar

29,6%, sedangkan sisanya sebesar 70,4% lainnya diberikan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Uji t ini digunakan untuk menguji nilai pengaruh dari variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Berikut ini hasil pengolahan data menggunakan data SPSS Versi 17.

Langkah-langkah pengujian Hipotesis

Hipotesis

H₀ : $b = 0$, artinya variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

H₁ : $b \neq 0$, artinya variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

a. Nilai $t_{\text{tabel}} = 1,662$

b. Kriteria Pengujian

Apabila $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, maka H₀ diterima dan H₁ ditolak, yang artinya bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, yang artinya bahwa variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan tabel dan langkah-langkah pengujian hipotesis di atas dapat dijelaskan bahwa variabel efektivitas pelayanan (X) memiliki nilai thitung sebesar 2.454 dengan demikian dapat dijelaskan ($2.454 > 1.662$).

Berdasarkan kriteria hipotesis maka hal ini berarti H₀ ditolak dan H₁ diterima yang artinya bahwa variabel efektivitas pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Dalam penelitian ini disebarkan kuisisioner kepada 88 responden dengan dipilih konsumen yang memenuhi syarat sebagai responden untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Sebagian besar responden dalam penelitian ini berusia 33-37 tahun dengan persentase sebesar 47,73% dengan pendidikan rata-rata SLTA sebesar 46,59% dan pekerjaan responden mayoritas adalah Pegawai negeri sebesar 28 orang atau 31%.

Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa Dermaga Kayan II Tanjung Selor digunakan oleh mayoritas konsumen orang dewasa dan sebagian besar responden dalam penelitian ini laki-laki dengan persentase sebesar 63,64%. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen yang memiliki menggunakan jasa lebih tinggi adalah dengan jenis kelamin laki-laki, hal ini kemungkinan karena keberadaan Dermaga Kayan II Tanjung Selor digunakan untuk melaksanakan tugas dan lainnya yang ada di luar Tanjung Selor.

Hasil uji validitas dan uji realibilitas item-item dalam kuisisioner menunjukkan bahwa kuisisioner yang bersangkutan secara keseluruhan dinyatakan valid dan secara umum kuesioner penelitian yang berkaitan dengan efektifitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dinyatakan realibel. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini telah menggunakan instrumen penelitian yang memadai.

Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel efektifitas pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Dermaga Kayan II Tanjung Selor. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian uji t yang menyatakan bahwa $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($2.454 > 1.662$). Dengan hasil tersebut dapat diketahui hipotesis penelitian yang telah penulis ajukan dinyatakan diterima, artinya bahwa variabel efektifitas pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel efektivitas pelayanan (X) secara serentak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) ditunjukkan pada koefisien determinasi Adjusted R Square sebesar 0.214. Hal ini menunjukkan adanya kontribusi atau pengaruh efektivitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Dermaga Kayan II Tanjung Selor sebesar 21,4%, sedangkan sisanya sebesar 79,6% lainnya diberikan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Beberapa hal yang mungkin dapat mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya seperti tersedianya sarana dan prasarana yang memadai seperti adanya toilet dengan sarana yang baik, cafetaria, pusat informasi, pusat belanja oleh-oleh yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka penulis mengemukakan kesimpulan terhadap penelitian ini sebagai berikut:

- Dermaga Kayan II Tanjung Selor adalah salah satu sarana vital yang menghubungkan daerah-daerah di Kalimantan Utara untuk melakukan bisnis maupun tugas kantor dari luar Tanjung Selor dan sekitarnya. Dermaga ini menjadi bangunan yang dapat diandalkan pemerintah dan swasta sebagai tempat yang representatif untuk menjembatani kebutuhan antar daerah.
- Dermaga Kayan II Tanjung Selor diharapkan dapat dikembangkan menjadi fasilitas bisnis di wilayah Kabupaten Bulungan, hal ini dalam pelaksanaan kegiatannya semestinya dilakukan dengan manajemen yang profesional sehingga dapat melayani masyarakat dengan sebaik-baiknya.

Penelitian ini menghasilkan suatu informasi mengenai tingkat efektivitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga dalam pelaksanaannya dapat dilakukan evaluasi oleh pemerintah dalam melayani kebutuhan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, DW, 2007, Pengendalian Kualitas, Salemba Empat, Jakarta.
- Alma, Buchari. 2007, Manajemen Pemasaran, PT. Gramedia, Jakarta.
- Hasan, Muhammad, 2006, Manajemen Pemasaran Ritel, PT. Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2011. Manajemen Pemasaran, Jilid 1. PT. Indeks Jakarta.
- Ma'ruf, Hendri, 2007, Manajemen Pemasaran, Erlangga, Jakarta.
- Mowen, J C dan Minor. 2013. Perilaku Konsumen, Erlangga Jakarta.
- Parasuraman, 2007. Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan. Liberty, Yogyakarta.
- Rusdarti, Yanti, 200. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, PT. Rajawali, Jakarta.
- Rangkuti, Fredy, 2009. Riset Pemasaran, Edisi Kedua, Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Saefullah, 2009. Manajemen Pemasaran, Dasar Dan Konsep. Rajawali, Jakarta.
- Schuler, S Randall, 2007, Manajemen Pemasaran, Erlangga, Jakarta.
- Sugiono. 2012. Statistik untuk Penelitian. CV. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, Fandi, 2007, Manajemen Pemasaran, BMI Aksara, Jakarta.
- Umar, Husein. 2011. Metodologi Penelitian. CV. Alfabeta. Bandung.
- Tse, K.D. and Wilton, P.C. 2006. Models of Customer Satisfaction, Alfabeta, Bandung.
- Wilson. 2012. Manajemen Pemasaran, PT. Indeks Jakarta.
- Yazid, 2006, Pemasaran Jasa, Rosda Karya Bandung.
- Zeithaml dan Bitner, 2006, Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen, PT. Indeks, Jakarta