|  |  |
| --- | --- |
|  | *METEOR STIP MARUNDA* |
| ISSN : 1979 – 4746  EISSN : | ***JURNAL PENELITIAN ILMIAH***  ***SEKOLAH TINGGI ILMU PELAYARAN*** |

|  |
| --- |
| **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PELINDO III CABANG TANJUNG EMAS SEMARANG**  Ulung Tri Sagitha Setya***,*** Brahma Adeyanto, Triyul Bagus Bangun Pekerti, Bosin Prabowo, Akhmad Gifari Multazam  Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran  Jl. Marunda Makmur Cilincing, Jakarta Utara |
| **Abstrak**  Berbagai kegiatan di pelabuhan diantaranya yaitu kegiatan bongkar muat yang meliputi stevedoring,cargodoring, receiving atau delivery. Metode survei yang digunakan adalah survei. Unit analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi setiap masalah adalah analisis individu, atau pelanggan Pelindo III Cabang Pelabuhan Tanjung Emas. . Sepanjang tahun kedatangan peti kemas di SCT mengalami fluktuasi mengikuti perkembangan perdagangan dalam dan luar negeri. Pelabuhan sebagai salah satu sarana penting yang berperan dalam menfasilitasi transportasi laut, yang berujung pada peningkatan laju pertumbuhan ekonom. |
| **Kata kunci: Kualitas pelayanan, Customer experience management, Kepuasan pelanggan** |
| ***Abstract***  *Various activities at the port include loading and unloading activities which include stevedoring, cargodoring, receiving or delivery. The survey method used is a survey. The unit of analysis used to identify each problem is the analysis of individuals, or customers of Pelindo III Port of Tanjung Emas Branch. . Throughout the year the arrival of containers at SCT fluctuated following developments in domestic and foreign trade. Ports are one of the important facilities that play a role in facilitating sea transportation, which results in an increase in the rate of economic growth..* |
| ***Keywords: Service quality, Customer experience management, Customer satisfaction*** |

### PENDAHULUAN

* 1. **Latar Belakang Penelitian**

Pengembangan sektor ekonomi maritim tidak dapat terlepas dari peran pelabuhan dalam mendukung industri-industri yang bergerak di bidang kegiatan ekspor maupun impor secara aktif. Orientasi kegiatan pelabuhan yang paling dominan adalah pelayanan kapal dan barang, dimana untuk pelayanan kapal itu terdiri dari Pelayanan jasa pemanduan, jasa penundaan, jasa labuh dan jasa tambat. kemudian pelayanan jasa untuk barang seperti : Pelayanan jasa dermaga, jasa bongkar muat, dan jasa penumpukan. Berbagai kegiatan di pelabuhan diantaranya yaitu kegiatan bongkar muat yang meliputi stevedoring,cargodoring, receiving atau delivery. Stevedoring itu sendiri (Suyono, 2005) merupakan pekerjaan pembongkaran barang dari kapal ke dermaga/tongkang/truk atau memuat barang dari dermaga/tongkang/truk ke kapal sampai dengan menyusun muatan di dalam kapal dengan menggunakan derek kapal atau derek darat. Salah satunya PT.Pelabuhan Indonesia III (Persero) Cabang Tanjung Emas Semarang dituntut untuk lebih meningkatkan peranannya dalam memberikan pelayanannya sebaik mungkin kepada masyarakat pengguna jasa angkutan laut, harapannya pengguna jasa dapat terlayani dengan baik. Meski Indeks Kepuasan. Bagi dunia perdagangan pada umumnya, baik perdagangan nasional maupun internasional pelayaran niaga sangat berperan penting. Sebagian besar semua barang ekspor dan impor menggunakan sarana angkutan kapal laut, walaupun diantara tempat dimana pengangkutan dilakukan terdapat fasilitas-fasilitas angkutan lainnya yang berupa angkutan udara seperti pesawat dan angkutan darat seperti truk dan kereta api. Salah satu tujuan pengangkutan melalui kapal laut adalah mengangkut muatan melalui laut dengan cepat dan selamat sampai ke tempat tujuan agar perusahaan mendapatkan keuntungan yang besar sebagai mana telah di tetapkan oleh perusahaan tersebut. Pelayanan jasa kapal yang meliputi proses jasa kapal-kapal (permohonan, perencanaan dan penetapan pelayanan jasa), estimasi perhitungan biaya (EPB), prosedur pelayanan kapal masuk dari ambang luar ke kolam pelabuhan / rede, pelayanan kapal masuk dari ambang luar / rede tambatan, pembatalan pelayanan kapal, pelayanan kapal keluar dari tambatan ke rede / ambang luar, penertiban dan pembayaran nota jasa kapal. Pelabuhan Tanjung Emas sebagai pelabuhan utama di Jawa Tengah sangat penting dan strategis posisinya, karena merupakan simpul utama dalam perekonomian dan menjadi pintu gerbang penghubung Pulau Jawa dengan pulau-pulau lain di Indonesia, maupun dengan mancanegara. Arus penumpang dan barang saja yang mempengaruhi produktifitas pelabuhan di masa pandemik Covid-19, akan tetapi untuk transportasi laut yang masuk di Pelabuhan Tanjung Emas Semarang dibatasi bahkan sampai di tutup atau lockdown. Kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama bagi perusahaan, apalagi posisi Pelindo III sebagai salah satu BUMN yang harus memberikan pelayanan prima bagi masyarakat dan para pengguna jasa. Pemberian layanan prima kepada masyarakat dan terwujudnya pelayanan publik yang berkualitas menjadi tujuan utama bagi aparatur pemerintah. Selama tahun 2020-2022 masih terdapat keluhan-keluhan yang disampaikan oleh pelanggan Pelindo III (Persero) Tanjung Emas baik melalui media SMS atau WA keluhan, media kartu saran/pengaduan, email customer service, dan surat yang disampaikan kepada manajemen. Pendapatan pelabuhan memang cenderung berkurang dibandingkan dengan produktivitas pelabuhan. Di mana pada saat semakin tingginya produktivitas yang dimiliki akan memperoleh pendapatan/hasil yang sebanding. Pendapatan pelabuhan dari bulan ke bulan memang cenderung mengalami fluktuatif yang sifatnya menjadi acak atau tidak tentu. Lamanya waktu tunggu peti kemas dikarenakan pengurusan dokumen, di Terminal Peti Kemas Pelabuhan Tanjung Emas sebenarnya tidak ada antrean kapal. Yang membuat proses lama karena pengurusan dokumennya di bea cukai. Faktor-faktor tersebut adalah Tingkat kinerja Karyawan, Fasilitas Bongkar muat, Pelayanan keamanan serta kenyamanan. Apabila kelima unsur ini telah mencapai pada target atau harapan, maka pencapaian kepuasan dapat dikatakan telah terwujud. Fasilitas adalah segala hal yang dapat memudah perkara kelancaran tugas dan sebagainya atau kemudahan. Selain itu fenomena yang terjadi terkait kepuasan di Pelindo III Cabang Tanjung Emas yaitu Lama Waktu Tunggu: Jika pelanggan merasa bingung tentang proses yang harus diikuti atau persyaratan yang diperlukan untuk mengakses layanan, ini bisa menyebabkan kebingungan dan ketidakpastian. Kurangnya Informasi: Jika pelanggan tidak mendapatkan informasi yang cukup atau jelas mengenai layanan, biaya, atau proses, mereka mungkin merasa tidak diinformasikan dengan baik dan merasa kecewa. Pada dasarnya pemasaran jasa tidak sama dengan pemasaran produk, dimana pemasaran jasa lebih bersifat intangible dan immaterial karena produknya tidak kasat mata dan tidak dapat diraba (Rangkuti, 2016). Kotler dan Keller (2016) mengemukakan bahwa semakin tinggi tingkat kualitas jasa, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Di sisi lain perusahaan dituntut untuk tidak hanya memberikan kualitas layanan yang baik untuk meningkatkan kepuasan konsumen, namun perusahaan juga harus mampu memberikan atau menciptakan pengalaman konsumen (customer experience). Experience adalah suatu peristiwa yang bersifat pribadi dalam merespon stimulasi yang diberikan oleh penjual/produsen. Jika karyawan tidak mendapatkan pelatihan yang memadai, mereka mungkin kesulitan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Keterbatasan Teknologi: Jika sistem dan teknologi yang digunakan untuk melayani pelanggan kurang canggih atau tidak efisien, hal ini bisa memperlambat proses layanan dan menghambat pengalaman pelanggan yang lancar. Kurangnya Pengukuran dan Umpan Balik Pelanggan: Tanpa pengukuran yang tepat dan umpan balik dari pelanggan, sulit untuk menilai sejauh mana kepuasan pelanggan tercapai dan untuk mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan.

* 1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasikan masalah-masalah sebagai berikut :

1. Kepuasan pelanggan
2. Lama Waktu Tunggu
3. Ketidakjelasan Proses
4. Kurangnya Informasi
5. Kualitas Pelayanan
6. Tingkat Layanan yang Tidak Konsisten
7. Lambatnya Tanggapan dan Penyelesaian Masalah
8. Ketidakjelasan Informasi
9. Kurangnya Komunikasi Proaktif
10. *Customer Experience Management*
11. Keterbatasan Teknologi
12. Kurangnya Pengukuran dan Umpan Balik Pelanggan

# Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada :

1. Variabel yang digunakan kualitas pelayanan, *Customer experience management* dan kepuasan pelanggan
2. Obyek penelitian adalah pelanggan/pengguna jasa Pelindo III Cabang Tanjung Emas Semarang
3. Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Maret 2023 sampai dengan Agustus 2023.

# Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dibahas dalam penelitian ini, maka perlu dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Pelindo III Cabang Tanjung Emas Semarang ?
2. Apakah terdapat pengaruh *customer experience management* terhadap kepuasan pelanggan di Pelindo III Cabang Tanjung Emas Semarang ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan *customer experience management* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Pelindo III Cabang Tanjung Emas Semarang ?

# Tujuan Penelitian

Maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Pelindo III Cabang Tanjung Emas Semarang .
2. Untuk mengetahui pengaruh *customer experience management* terhadap kepuasan pelanggan di Pelindo III Cabang Tanjung Emas Semarang .
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan *customer experience management* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Pelindo III Cabang Tanjung Emas Semarang

# Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti diharapkan menjadi aplikasi penerapan teori dan konsep yang telah didapat selama mengikuti perkuliahan Pasca Sarjana pada program Studi Pemasaran, Inovasi dan Teknologi, Program Magister Terapan di Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran Jakarta.

1. Manfaat Praktis
2. Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan penelitian-penelitian, kajian-kajian, karya ilmiah dalam bidang Studi Pemasaran, Inovasi dan Teknologi, khususnya Kualitas pelayanan, *customer experience management* terhadap kepuasan pelanggan di Pelindo III Cabang Tanjung Emas Semarang dan referensi studi selanjutnya serta menjadi bahan acuan kepustakaan bagi penelitian-penelitian sejenis, terutama dalam hal kaitannya dengan Program Magister Terapan.
3. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran Jakarta diharapkan dapat menjadi suatu bahan hasil penelitian analisis dalam mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang Studi Pemasaran, Inovasi dan Teknologi, Program Magister Terapan.

**TINJAUAN TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU**

* 1. **Tinjauan Teori**
     1. **Kepuasan Pelanggan**

1.Pengertian Kepuasan

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Jika jasa atau barang yang dibeli sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, maka akan terdapat kepuasan dan sebaliknya akan timbul rasa kecewa. Bila kenikmatan yang diperoleh konsumen melebihi harapannya, maka konsumen betul-betul puas, mereka akan mengacungkan jempol, dan mereka akan mengadakan pembelian ulang serta memberi rekomendasi kepada rekan-rekannya. Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan.

2.Manfaat Kepuasan

Kepuasan konsumen akan memberikan manfaat bagi perusahaan yang mencakup terjadinya loyalitas konsumen dan gethok tular positif. Loyalitas konsumen dapat berpotensi menjadi sumber pendapatan perusahaan terutama melalui pembelian ulang dan penjualan silang (cross selling dan up selling). Sedangkan manfaat rekomendasi gethok tular positif dapat berdampak menguntungkan terhadap pertambahan jumlah pelanggan baru.

3.Strategi Kepuasan

Terdapat lima strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Strategi *relationship marketing*

Perusahaan menjalin suatu kemitraan dengan pelanggan secara terus menerus yang pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga terjadi bisnis ulang;

1. Strategi *unconditional service guarantee*

Strategi memberikan jaminan istimewa secara mutlak yang dirancang untuk meringankan risiko atau kerugian dipihak pelanggan. Garansi tersebut menjanjikan kualitas prima dan kepuasan pelanggan yang optimal, sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi;

1. Strategi *superior customer service*

Ini adalah strategi menawarkan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh pesaing;

1. Strategi penanganan keluhan yang efektif

Strategi menangani keluhan pelanggan yang cepat dan tepat, dimana perusahaan harus menunjukkan perhatian, keprihatinan dan penyesalannya atas kekecewaan pelanggan agar pelanggan tersebut dapat kembali menjadi pelanggan yang puas dan kembali menggunakan produk/jasa perusahaan tersebut;

1. Strategi peningkatan kinerja perusahaan

Perusahaan menerapkan strategi yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan komunikasi, *salesmanship*, dan *public relation* kepada pihak manajemen dan karyawan, memasukkan unsur kemampuan memuaskan pelanggan ke dalam sistem penilaian prestasi karyawan

4.Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan

Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, diantaranya :

1. Nilai
2. Daya Saing
3. Persepsi Pelanggan
4. Harga
5. Citra
6. Tahap Pelayanan
7. Momen Pelayanan
8. Tingkat Kepentingan Pelanggan

Harapan pelanggan menentukan produk (barang dan jasa) dan juga kepuasan pelanggan. Harapan pelanggan ini melatarbelakangi pada dua perusahaan dinilai berbeda oleh pelanggan.Dalam konteks kesesuaian harapan pelanggan, umumnya harapan merupakan keyakinan pelanggan terhadap apa yang akan diterimanya. Kepuasan seorang konsumen ini akan menumbuhkan perilaku loyal, dan mempunyai komitmen terhadap produk, dimana pada ahirnya akan menimbulkan minat membeli ulang produk tersebut dimasa yang akan datang.

* + 1. **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan sebagai pedoman dalam memberikan layanan. Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Sebagai perusahaan jasa, keberhasilan tingkat kualitas layanan diukur berdasarkan penilaian konsumen terhadap jasa yang dirasakan. Oleh karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas layanan.

1.Faktor-Faktor Dalam Manajemen Jasa Pelayanan

Berikut beberapa faktor yang perlu diperhatikan, yaitu :

1. Merumuskan suatu strategi pelayanan

Perumusan strategi pelayanan ini pada dasarnya dilakukan dengan merumuskan apa bidang usaha perusahaan, siapa pelanggan perusahaan, dan apa yang bernilai bagi perusahaan;

1. Mengkomunikasikan kualitas kepada pelanggan

Hal ini membantu pelanggan agar tidak salah menafsirkan tingkat kepentingan yang akan diperolehnya. Pelanggan perlu mengetahui dengan jelas mengenai macam dan tingkat pelayanan yang akan diperolehnya;

1. Menetapkan suatu standar kualitas secara jelas

Walaupun penetapan suatu standar kualitas pelayanan dalam bidang jasa pelayanan tidak mudah, hal ini perlu diusahakan agar setiap orang mengetahui dengan jelas tingkat kualitas yang harus dicapai;

1. Menerapkan sistem pelayanan yang efektif

Menghadapi pelanggan tidaklah cukup hanya dengan senyuman dan sikap yang ramah, tetapi perlu lebih dari itu, yaitu suatu sistem yang terdiri dari metode dan prosedur untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan secara tepat;

1. Karyawan yang berorientasi kepada kualitas pelayanan

Setiap karyawan yang terlibat dalam jasa pelayanan harus mengetahui dengan jelas standar kualitas pelayanan itu sendiri. Karena itu, perusahaan harus memperhatikan pemilihan karyawan yang tepat dan melakukan pengawasan secara terus-menerus bagaimana pelayanan tersebut harus disampaikan;

1. Survei tentang kepuasan dan kebutuhan pelanggan

Perusahaan perlu mengetahui sampai sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan dan kebutuhan pelanggan yang perlu dipenuhi oleh perusahaan. Informasi tersebut dapat diketahui melalui survei periodik dan sistematis.

Disintesiskan kualitas pelayanan adalah kesesuaian pelayanan dalam hal ini jasa bongkar muat dengan standar profesi dengan memanfaatkan sumber daya yang ada secara baik, sehingga semua kebutuhan pelanggan yang optimal dapat tercapai.

* + 1. ***Customer Experience Management***

Customer experience bersifat holistik dan mencakup berbagai respon kognitif, afektif, emosional, sosial dan fisik dari pelanggan terhadap perusahaan. Customer experience tidak hanya diciptakan oleh elemen-elemen yang dapat dikontrol oleh perusahaan (misalnya layanan tatap muka, suasana perusahaan/toko, dan harga), tetapi juga oleh unsur- unsur yang berada di luar kendali perusahaan (misalnya pengaruh orang lain, tujuan pembelian). Experience adalah peristiwa pribadi yang terjadi sebagai jawaban atas beberapa rangsangan. Sebagai pemasar, kita harus menata dengan lingkungan yang benar untuk pelanggan dan harus tahu apa sebenarnya yang diinginkan oleh pelanggan. Pengalaman pelanggan (customer experience) dapat dilihat dari beberapa perspektif. Paling mendasar adalah perspektif de facto yang diperoleh pelanggan dari perusahaan atau merek berdasarkan totalitas interaksi mereka. Kemudian selanjutnya adalah menciptakan daya tarik untuk membuat interaksi ini menjadi lebih “experiental”, melalui tambahan pelayanan atau kegiatan teatrikal. Konsumen merupakan salah satu faktor penentu dalam memberikan pengalaman kepada konsumen. Kesempatan terbaik untuk menyenangkan hati konsumen adalah setelah konsumen memperoleh pelayanan. Sebagian besar perusahaan memberikan suatu pengalaman kepada konsumen hanya sampai pada titik perusahaan, padahal konsumen terkadang menginginkan sesuatu yang lebih sehingga dapat membuat konsumen percaya pada suatu layanan dan akan menciptakan loyalitas konsumen yang tinggi. Disintesiskan bahwa Customer experience adalah sentimen keseluruhan yang dimiliki konsumen terhadap setiap interaksi dengan pihak kepalabuhanan diselenggarakan oleh Pelindo III cabang Tanjung Emas. Interaksi ini tidak harus berupa transaksi jual beli, tapi juga bisa berlaku sejak tahap awareness hingga pelayanan.

* 1. **Kerangka Pemikiran**

PT Pelabuhan Indonesia III (Persero), untuk selanjutnya disebut PT Pelindo III (Persero), adalah Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam sektor perhubungan. Tugas, wewenang dan tanggung jawab perusahaan ini adalah mengelola Pelabuhan Umum pada tujuh wilayah provinsi Indonesia, yaitu Jawa Timur, Jawa Tengah, Bali, Kalimantan Selatan, Kalimantan Tengah, Nusa Tenggara Barat, dan Nusa Tenggara Timur. Visi Berkomitmen Memacu Integrasi Logistik dengan Layanan Jasa Pelabuhan yang Prima. Salah satu misi Pelindo III adalah customer focus. Kualitas pelayanan mengacu pada sejauh mana perusahaan mampu memenuhi dan melebihi harapan pelanggan dalam memberikan layanan. Kualitas pelayanan yang tinggi dapat memiliki dampak positif yang signifikan pada kepuasan pelanggan. Di Pelindo III Cabang Tanjung Emas Semarang, kualitas pelayanan yang baik bisa tercermin dalam responsifnya staf, efisiensi proses layanan, kejelasan informasi, dan keramahan dalam berinteraksi dengan pelanggan. Sinergi antara kualitas pelayanan dan manajemen pengalaman pelanggan dapat memiliki efek yang lebih besar daripada jika kedua faktor tersebut dijalankan secara terpisah. Kualitas pelayanan yang baik dapat memperkuat pengalaman pelanggan secara keseluruhan, sementara manajemen pengalaman pelanggan dapat membantu mengidentifikasi area di mana kualitas pelayanan dapat ditingkatkan.

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, maka dapat dituangkan ke dalam kerangka konseptual seperti pada gambar dibawah ini:

Kualitas Pelayanan (X1)

H1

Kepuasan Pelanggan (Y)

*Customer Experience Management* (X3)

H3

H2

**Gambar 2.1**

**Kerangka Konseptual**

Keterangan:

: Pengaruh Langsung

: Pengaruh Simultan

* 1. **Hipotesis**

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

H1 = Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Pelindo III Cabang Tanjung Emas Semarang .

H2 = Terdapat pengaruh yang signifikan *customer experience management* terhadap kepuasan pelanggan di Pelindo III Cabang Tanjung Emas Semarang.

H3 = Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan *customer experience management* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Pelindo III Cabang Tanjung Emas Semarang .

**METODE PENELITIAN**

**3.1. Desain Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas: kualitas pelayanan dan CEM, serta variabel terikat, kepuasan pelanggan. Metode survei yang digunakan adalah survei. Unit analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi setiap masalah adalah analisis individu, atau pelanggan Pelindo III Cabang Pelabuhan Tanjung Emas. Studi cross-sectional adalah studi di mana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin berhari-hari, berminggu-minggu, atau berbulan-bulan, untuk dapat menjawab pertanyaan penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, dengan penjelasannya sebagai berikut:

1. Data primer

Menurut Umar (2015) data primer merupakan data yang dikumpulkan dan olah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu persepsi responden berkaitan dengan variabel penelitian.

1. Data sekunder

Suryani dan Hendriadi (2015) menyatakan bahwa data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.

Menurut Sugiyono (2018) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah sesuai dengan Undang-Undang diklat pelaut, buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian mengenai variabel penelitian. Selain itu mengumpulkan data-data mengenai pengguna jasa Pelindo III Cabang Tanjung Emas Semarang, yaitu berupa profil responden.

* 1. **Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data primer yang digunakan dalam survei ini adalah

* 1. Obeservasi atau pengamatan dapat dilakukan cara pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan disengaja dengan melakukan pengamatan dan pencatatan. Penelitian menggunakan metode observasi untuk mengetahui secara langsung apa yang terdapat Pelindo III Cabang Tanjung Emas Semarang.
  2. Wawancara dapat dilakukan untuk mencari bahan (keterangan atau pendapat) dengan melalui tanya jawab lisan dengan pemilik, karyawan, dan konsumen.
  3. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau jawaban kepada responden secara tertulis (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini pertanyaan-pertanyaan dalam angket disusun menurut urutan variabel menurut indeks, dan tujuannya agar pertanyaan-pertanyaan dalam angket tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Menemukan dan mengevaluasi sikap dan persepsi responden. Penelitian ini menggunakan skala Likert. Respon untuk setiap item perangkat memiliki nilai berbobot, seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 3.1.** Bobot Nilai Skala Likert

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Alternatif Jawaban** | **Bobot Nilai** |
| 1 | Sangat Setuju (SS) | 5 |
| 2 | Setuju (S) | 4 |
| 3 | Ragu-ragu (RG) | 3 |
| 4 | Tidak Setuju (TS) | 2 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

* 1. **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah suatu kumpulan menyeluruh dari suatu obyek yang merupakan perhatian peneliti. Obyek penelitian dapat berupa makhluk hidup, benda-benda, sistem dan prosedur, fenomena dan lain-lain (Sugiyono, 2018). Populasi umum dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Pelindo III Cabang Pelabuhan Tanjung Emas yang jumlah nya tidak terhingga. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah pelangggan jasa bongkar muat Pelindo III Cabang Pelabuhan Tanjung Emas tahun 2023. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non probability sampling. Tujuan pengambilan sampel adalah untuk menghemat biaya, waktu dan tenaga. Bagaimanapun, pengambilan sampel harus dilakukan dengan cara yang menggambarkan populasi sebenarnya. Teknik non probability sampling yang digunakan peneliti adalah teknik purposive sampling.

Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus *Margin of error* menurut Arikunto (2017:75).

n = 

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%

dengan kesalahan 5% diperoleh nilai sebesar Z 1,96

Moe = *Margin of error* tingkat kesalahan maksimum yang dapat di ditoleransi

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh sebagai berikut :

n = 

n =  = 96,54 ≈ 97

* 1. **Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

Dalam penelitian ini ditentukan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

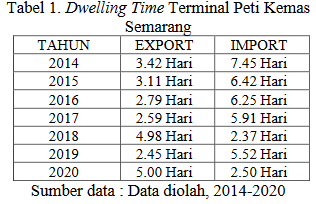
1. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau memicu perubahan atau munculnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1) dan *customer experience management* (X2). Dengan penjelasan sebagai berikut :
2. Kualitas pelayanan
3. *Customer experience management*
4. Variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan(Y).
5. Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan atau penilaian emosional dari pelanggan atas penggunaan produk ketika harapan dan kebetuhan terpenuhi
   1. **Teknik Pengolahan Data dan Analisa Data**

Dalam penelitian ini, SmartPLS menggunakan Structural Equation Modeling (SEMPLS) untuk mengolah dan menampilkan data dalam format grafik. Software SmartPLS digunakan untuk memudahkan pengolahan data dan membuat hasil lebih cepat dan akurat. Dimana editing dan coding berlangsung. Editing merupakan langkah awal dalam mengolah data yang diperoleh dari peneliti lapangan dengan memeriksa potensi kesalahan jawaban responden dan ketidakpastian jawaban responden. Pada penelitian ini memakai metode pengumpulan data kuisioner. Peneliti akan menganalisa dan mengolah data dari jawaban responden untuk mencapai tujuan penelitian. Data Analisis adalah proses menganalisis data secara statistik untuk membuktikan apakah hipotesis penelitian diterima atau tidak.

**Hasil dan Pembahasan**

**4.1 Analisa Hasil Penelitian**

Sepanjang tahun kedatangan peti kemas di SCT mengalami fluktuasi mengikuti perkembangan perdagangan dalam dan luar negeri. Penumpukan peti kemas yang cukup lama terutama di lapangan penumpukan terjadi saat puncak arus peti kemas, dengan demikian peran strategis TPKS untuk menjamin kelancaran arus penanganan peti kemas di pelabuhan dapat terganggu. Dwelling time peti kemas di terminal peti kemas Semarang dari kurun waktu 7 (tujuh) tahun terakhir dari tahun 2014 s.d. 2020 Rata-rata dwelling time sebagai berikut:



Pendapatan pelabuhan memang cenderung berkurang dibandingkan dengan produktivitas pelabuhan. Di mana pada saat semakin tingginya produktivitas yang dimiliki akan memperoleh pendapatan/hasil yang sebanding. Pendapatan pelabuhan dari bulan ke bulan memang cenderung mengalami fluktuatif yang sifatnya menjadi acak atau tidak tentu. Hal ini terjadi dikarenakan tidak menentunya jumlah peti kemas impor yang masuk melalui Terminal Peti Kemas Semarang.

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengambil objek penelitian pelanggan/pengguna jasa Pelindo III Cabang Tanjung Emas Semarang. Dimana tempat penelitian dilakukan di Pelindo III Cabang Tanjung Emas Semarang. Dalam sebuah penelitian, keakuratan data menentukan kualitas hasil penelitian. Di sisi lain, kebenaran data tergantung pada kebaikan alat pengumpulan data. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai sarana survei data survei. Uji instrumen dilakukan kepada 30 responden di luar sampel penelitian

1.Uji Validitas

Validitas adalah derajat kesesuaian antara hasil penelitian dengan keadaan yang sebenarnya atau sejauh mana hasil penelitian mencerminkan keadaan atau kondisi empiris yang sebenarnya. Jika hasil penelitian valid maka informasi hasil penleitian dengan meyakinkan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan tentang problem solving permasalahan yang terjadi atau dapat digunakan sebagai benchmarking untuk dapat diaplikasikan pada setting penelitian atau pada wilayah yang lebih luas.

2.Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tidak bias (bebas kesalahan) dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten di berbagai elemen instrumen dari waktu ke waktu. Dengan kata lain, reliabilitas suatu pengukuran merupakan dimensi stabilitas dan konsistensi konsep pengukuran instrumen dan membantu untuk menilai "keakuratan" pengukuran. Uji Reliabilitas studi pendahuluan digunakan untuk mengukur kehandalan suatu kuisioner dan dikatakan realible jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai outer loading. Nilai yang direkomendasikan oleh Hair et al. (2019) harus lebih besar atau sama dengan 0,708. nilai cronbach alpha yang direkomendasi di atas 0,70. Sedangkan untuk composite reliability nilai yang direkomendasikan berkisar 0,70 sampai 0,90. Setelah beberapa kali evaluasi model eksternal dan internal, langkah selanjutnya adalah menguji hipotesis yang menjelaskan arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan mendasarkan pada hasil-hasil terdahulu dan rasionalisasi dari hubungan antar variabel dalam penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Pelindo III Cabang Pelabuhan Tanjung Emas.

H0: β1 = 0 Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Pelindo III Cabang Pelabuhan Tanjung Emas.

Ha: β1 ≠ 0 Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Pelindo III Cabang Pelabuhan Tanjung Emas.

1. Pengaruh *customer experience management* terhadap kepuasan pelanggan di Pelindo III Cabang Pelabuhan Tanjung Emas .

H0: β2 = 0 Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *customer experience management* terhadap kepuasan pelanggan di Pelindo III Cabang Pelabuhan Tanjung Emas.

Ha: β2 ≠ 0 Terdapat pengaruh yang signifikan *customer experience management* terhadap kepuasan pelanggan di Pelindo III Cabang Pelabuhan Tanjung Emas.

Dalam penelitian ini ditentukan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau memicu perubahan atau munculnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1) dan *customer experience management* (X2). Dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan
2. *Customer experience management*

Variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan(Y).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan atau penilaian emosional dari pelanggan atas penggunaan produk ketika harapan dan kebetuhan terpenuhi.

**Kesimpulan Dan Saran**

**Kesimpulan**

Kemudian pelayanan jasa untuk barang seperti : pelayanan jasa dermaga, jasa bongkar muat, dan jasa bengkak. Orientasi kegiatan pelabuhan yang paling dominan adalah pelayanan kapal dan barang, dimana untuk pelayanan kapal itu terdiri dari pelayanan jasa pemanduan, jasa tertunda, jasa labuh dan jasa tambat. Berbagai kegiatan di pelabuhan diantaranya yaitu kegiatan bongkar muat yang meliputi bongkar muat, kargo, penerimaan atau pengiriman. Stevedoring itu sendiri merupakan pekerjaan pembongkaran barang dari kapal ke dermaga/tongkang/truk atau memuat barang dari dermaga/tongkang/truk ke kapal sampai dengan mengemas muatan di dalam kapal dengan menggunakan derek kapal atau derek darat. Sehingga sesuai dengan peran pelabuhan sebagai salah satu mata rantai dari sistem transportasi maupun logistik, maka pelabuhan harus mampu memberikan pelayanan maksimal terhadap kapal dan muatan (barang dan orang). Hal itu sesuai dengan fungsi pelabuhan sebagai tempat pertemuan (antarmuka) dua moda angkutan yaitu moda transportasi laut dan transportasi darat. Pelabuhan sebagai salah satu sarana penting yang berperan dalam menfasilitasi transportasi laut, yang berujung pada peningkatan laju pertumbuhan ekonomi di beberapa wilayah provinsi di indonesia. Pelayanan jasa kapal yang meliputi proses jasa kapal-kapal (permohonan, perencanaan dan pengaturan pelayanan jasa), perkiraan perhitungan biaya (epb), prosedur pelayanan kapal masuk dari taman luar ke kolam pelabuhan / rede, pelayanan kapal masuk dari rumah berang-berang / rede tambatan, pelunasan pelayanan kapal, pelayanan kapal keluar dari tambatan ke rede / rumah luar, penertiban dan pembayaran nota jasa kapal. Pengembangan sektor ekonomi maritim tidak dapat terlepas dari peran pelabuhan dalam mendukung industri-industri yang bergerak di bidang kegiatan ekspor maupun impor secara aktif. Kotler dan keller (2016) mengemukakan bahwa semakin tinggi tingkat kualitas jasa, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Artinya, jika perusahaan mampu memberikan kualitas jasa yang baik akan menciptakan tingkat kepuasan yang tinggi yang dirasakan oleh konsumen. Meski indeks kepuasan pelanggan mengalami peningkatan dari 4,16 pada tahun 2020 menjadi 4,25 pada tahun 2021.

**Saran**

1. Bagi penelitian selanjutnya meneliti objek penelitian lainnya atau menambah variabel bebas yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. PT.Pelabuhan Indonesia III (Persero) Cabang Tanjung Emas Semarang dituntut untuk lebih meningkatkan peranannya dalam memberikan pelayanannya sebaik mungkin kepada masyarakat pengguna jasa angkutan laut, harapannya pengguna jasa dapat terlayani dengan baik
3. Bagi PT.Pelabuhan Indonesia III (Persero) Cabang Tanjung Emas Semarang dapat menentukan strategi yang dapat menigkatkan loyalitas pelanggan.
4. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk peneliti selanjutnya.

**Daftar Pustaka**

1. Arikunto, S. (2016) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
2. Armstrong, G. (2010) *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih. BahasaAlexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
3. Ballou, Ronald H., (2012), Business Logistics Management, 4th ed., Prentice-Hall, Inc. New Jersey
4. Bowersox (2012) *Supply Chain Logistics Management fouth edition*. Singapore: McGraw-Hill Education.
5. Cravens (2013) *Strategic Marketing*, Edisi 10, New York: McGraw Hill.
6. Ferdian Dwidarma, Yusuf Wibisono, Mohamad Zaini, Riza Lestari (2021) .Potential Development Of Port To Reduce Logistic Costs In Industrial Area Of West Java Region GROSTLOG 2021 Global Research on Sustainable Transport & Logistics Research on Sustainable Transport & Logistics ISSN: 2622-5778 (online) Advances in Transportation and Logistics Research
7. Frinces, Z. Heflin. (2011). *Be An Entrepreneur (Jadilah Seorang Wirausaha) Kajian Strategis Pengembangan Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
8. Ghiani, G., Laporte, G., & Musmanno, R. (2014). Introduction to Logistics Systems Planning and Control. England: John Wiley.
9. Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
10. I Nyoman Gede Danendra Kenaka Yoga Iswara (2019). Strategi PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) dalam Pengembangan Pelabuhan Benoa sebagai Cruise Turn Around Port *Business and Finance Journal,* Vol ume 4, No. 2, Oc t ober 2019
11. Kotler dan Amstrong (2016.) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milinium, Yakarta, PT Prenhanllindo
12. Kotler dan Keller (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition,. Pearson Education,Inc.
13. Kramadibrata (2012), *Perencanaan Pelabuhan*, Penerbit ITB, Bandung
14. Mahira, Bunyamin, Muh. Indra Fauzi Ilyas (2020). Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Peningkatan Jasa Pengantaran Peti Kemas Pada PT. Pelabuhan Indonesia Iv Di Makassar. MACAKKA. Vol. 01, No.03, September 2020, pp 206-212
15. Malhotra, (2013) *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 1*. Jakarta:PT Index.
16. Marine Fisheries (2020). Strategi Pengelolaan Pasar Ikan Modern Di Pelabuhan Perikanan Samudera Nizam Zachman Jakarta. P-ISSN 2087-4235Vol. 11, No. 1, Mei 2020 E-ISSN 2541-659 Hal: 101-110
17. Marwansyah, (2012) Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: Alfabeta.
18. Muhardi. 2007. Strategi Operasi: Untuk Keunggulan Bersaing. Yogyakarta: Graha Ilmu.
19. Porter (2013) *Competitive Advantage (Keunggulan Bersaing):. Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Kharisma Publishing. Tangerang.
20. Riduwan & Kuncoro, (2016) *Cara Menggunakan dan Memakai. Path Analysis (Analisis Jalur).* Bandung : Alfabeta.
21. Riduwan (2016), *Dasar-dasar Statistika.* Bandung: Penerbit Alfabeta.
22. Saladin, D. (2015) *Manajemen Strategi & Kebijakan Perusahaan*, Edisi 5,. Linda Karya, Bandung.
23. Sastradipoetra, K (2013), *Perilaku Konsuman*. Bandung : Alfabeta
24. Sekaran dan Bougie (2013) *Research Methods for Business.* In A Skill-Building Approach.
25. Simamora, H (2013) *Paduan Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia.
26. Simanjuntak, P (2012) *Manajemen Evaluasi Kinerja* .Edisi 3. Jakarta. Fakutas UI.
27. Somadi (2019). *Cost-Benefit Analysis* Pembangunan Pelabuhan Terhadap Masyarakat Pesisir Di Kabupaten Subang COMPETITIVEVolume 14, Nomor 2, Desember 2019 ISSN: 0216-2539 (Print) E-ISSN: 2656-4157 (Online)
28. Sugiyono, (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
29. Suliyanto (2018) *Metode Penelitian Bisnis. Untuk Skripsi*, Tesis dan Disertasi, Jakarta : Andi
30. Sumiharjo, Tumar. (2008). *Daya Saing Berbasis Potensi Daerah.* Bandung : Puskomedia.
31. Suradji, (2012) *Strategi Belajar Mengajar.* Surakarta
32. Surrachman (2013) *Dasar*-*dasar Manajemen Merek*. Edisi Pertama. Penerbit. Bayunedia Publishing. Malang
33. Suryani dan Hendryadi (2015) *Metode riset kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana. Prenadamedia
34. Swasta, Basu (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
35. Tika, P (2013) *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Karyawan*. Jakarta : Bumi Aksara
36. Tjiptono dan Chandra (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
37. Tulus T.H. Tambunan (2008). *UMKM di Indonesia*, (Bogor : Ghalia Indonesia,
38. Tunas, B. (2012) *Memahami dan Memecahkan Masalah dengan Pendekatan Sistem*, Jakarta : Nimas Multima
39. Umar, H (2016) *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi Kedua, Jakarta, PT Rajagrafindo
40. Wibowo (2011) *Manajemen Kinerja*. Edisi keenpat, Jakarta : Rajawali Pers.
41. Wirawan (2012) *Evaluasi Kinerja Sumberdaya Manusia,Teori Aplikasi dan Penelitian* Jakarta : Salemba Empat..