

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Hukum

Adapun dasar hukum yang diambil sebagai landasan teori yang langsung berkaitan dengan masalah yang diteliti, yaitu :

1. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2008 Tentang Pelayaran

- a. Pasal 1 ayat (3) Angkutan di perairan adalah Kegiatan mengangkut dan/atau memindahkan penumpang dan/atau barang dengan menggunakan kapal.
- b. Pasal 1 ayat (16) Pelabuhan adalah tempat yang terdiri atas daratan dan/atau perairan dengan batas-batas tertentu sebagai tempat kegiatan pemerintahan dan kegiatan perusahaan yang dipergunakan sebagai tempat kapal bersandar, 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.
- c. Pasal 1 ayat (20) Terminal adalah fasilitas pelabuhan yang terdiri atas kolam sandar dan tempat kapal bersandar atau bertambat, tempat penumpukan, tempat menunggu dan naik turun penumpang, dan/atau tempat bongkar muat barang.
- d. Pasal 22 ayat (1) Angkutan penyeberangan merupakan angkutan yang berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan jaringan jalan atau jaringan jalur kereta api yang dipisahkan oleh perairan untuk mengangkut penumpang dan/atau kendaraan beserta muatannya.

2. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 61 tahun 2009 tentang Kepelabuhanan

Pada Peraturan Pemerintah nomor 61 tahun 2009 tentang Kepelabuhanan terdapat beberapa pasal yang menyangkut Standar pelayanan penumpang dipelabuhan antara lain:

- a. Pasal 1 ayat (1) Pelabuhan adalah tempat yang terdiri atas daratan dan/atau perairan dengan batas-batas tertentu sebagai tempat kegiatan pemerintahan dan kegiatan perusahaan yang dipergunakan sebagai tempat kapal bersandar, naik turun penumpang. Dan/atau bongkar muat barang berupa terminal dan tempat berlabuh kapal yang dilengkapi dengan fasilitas keselamatan dan keamanan pelayaran.
- b. Pasal 1 ayat (9) tentang penyelenggara pelabuhan adalah otoritas pelabuhan atau unit penyelenggara pelabuhan.
- c. Pasal 1 ayat (13) tentang angkutan penyeberangan Angkutan Penyeberangan adalah angkutan yang berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan jaringan jalan dan/atau jaringan jalur kereta api yang dipisahkan oleh perairan untuk mengangkut penumpang dan kendaraan beserta muatannya.

3. Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 39 Tahun 2015 Tentang Standar Pelayanan Penumpang Angkutan Penyeberangan.

- a. Pasal 1 ayat (1) Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan / atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Pelaksana pelayanan publik yang selanjutnya disebut pelaksana adalah pejabat, pegawai, petugas, dan setiap orang yang bekerja di dalam organisasi penyelenggara yang bertugas melaksanakan tindakan atau serangkaian tindakan pelayanan publik.

- b. Pasal 1 ayat (2) Pelaksana pelayanan publik yang selanjutnya disebut pelaksana adalah pejabat, pegawai, petugas dan setiap orang yang bekerja di dalam organisasi penyelenggara yang bertugas melaksanakan tindakan atau serangkaian tindakan pelayanan publik.
- c. Pasal 1 ayat (3) Angkutan penyeberangan adalah angkutan yang berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan jaringan jalan dan/atau jaringan jalur kereta api yang dipisahkan oleh perairan untuk mengangkut penumpang dan kendaraan beserta muatannya.
- d. Pasal 1 ayat (4) Pelabuhan adalah tempat yang terdiri atas daratan dan/atau perairan dengan batas-batas tertentu sebagai tempat kegiatan pemerintahan dan kegiatan perusahaan yang dipergunakan sebagai tempat kapal bersandar, 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.
- e. Pasal 1 ayat (5) Penyedia Jasa adalah penyedia jasa angkutan penyeberangan dan/atau penyedia jasa pelabuhan penyeberangan.
- f. Pasal 1 ayat (8) Standar pelayanan adalah tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggara kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau dan terukur.
- g. Pasal 2 ayat (1) Standar pelayanan penumpang angkutan penyeberangan merupakan acuan bagi pengguna jasa.
- h. Pasal 2 ayat (2) Standar pelayanan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi :
 - 1) Standar pelayanan di Pelabuhan Penyeberangan; dan
 - 2) Standar pelayanan di kapal angkutan penyeberangan.

- i. Pasal 3 ayat (1) Standar pelayanan penumpang dipelabuhan penyeberangan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat 2 huruf a paling sedikit meliputi :
 - 1) Keselamatan;
 - 2) Keamanan;
 - 3) Kehandalan/keteraturan;
 - 4) Kenyamanan;
 - 5) Kemudahan/keterjangkauan;
 - 6) Kesetaraan
- j. Pasal 3 ayat (2) standar pelayanan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) tercantum dalam lampiran I dan lampiran III yang merupakan bagaikan tidak terpisahkan dari peraturan menteri ini.
- k. Pasal 5 ayat (1) penyedia jasa wajib menyusun dokumen standar pelayanan sesuai dengan komponen yang ada dalam lampiran I dan lampiran II untuk lintasan utama dan Lampiran III dan lampiran IV untuk lintasan perintis.
- l. Pasal 5 ayat (2) dokumen standar pelayanan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus disetujui oleh Direktur Jenderal.
- m. Lampiran I yang memuat aspek, indikator, dan tolak ukur Standar Pelayanan Penumpang di Pelabuhan lintas utama yang berisi sebagai berikut :
 - 1). Keselamatan
Informasi dan fasilitas keselamatan mudah terlihat dan terjangkau antara lain: alat pemadam kebakaran, petunjuk jalur evakuasi, titik kumpul evakuasi, nomor telepon darurat, petugas kesehatan, perlengkapan (P3K), kursi roda dan tandu.
 - 2). Keamanan
Adanya fasilitas seperti CCTV, adanya petugas berseragam dan mudah dilihat, adanya stiker yang mudah terlihat dan terbaca, intensitas cahaya 200-300 lux.

3). Kehandalan/Keteraturan

Dalam pelayanan penjualan tiket maksimum 5 menit per nama penumpang.

4). Kenyamanan

Adalah kenyamanan penumpang dalam menggunakan fasilitas yang ada di Pelabuhan seperti :

a) Ruang Tunggu

Dari segi luas untuk 1 (satu) orang penumpang minimum 0,6 m². Selanjutnya dari kondisi Pelabuhan harus bersih 100%

b) Toilet

Merupakan prasarana yang termasuk penting dalam Pelabuhan untuk jumlah toilet minimal tersedia 1 toilet untuk 50 penumpang dan kondisinya bersih 100% tidak menimbulkan bau yang tidak sedap.

c) Musholla

Tersedia sesuai dengan kapasitas Pelabuhan dan kondisinya harus bersih 100%

d) Lampu Penerangan

Berfungsi sebagai sumber cahaya di Pelabuhan untuk memberikan rasa nyaman bagi pengguna jasa intensitas cahaya 200 – 300 lux

e) Fasilitas Pengatur Suhu

Untuk sirkulasi udara dapat menggunakan AC, kipas angin maka suhu dalam ruangan maksimal 27°C

f) Fasilitas Lajur Penumpang

Untuk memudahkan penumpang pada saat masuk ke kapal maka perlu dipisahkan dengan lajur kendaraan.

5). Kemudahan/keterjangkauan

Informasi pelayanan di sampaikan dalam terminal kepada pengguna jasa, informasi dalam bentuk visual dan diletakkan di tempat yang strategis sehingga mudah terlihat dan jelas terbaca,

informasi disampaikan 10 menit setelah terjadi gangguan, intensitas suara 20 dB.

6). Kesetaraan

Fasilitas yang disediakan bagi pengguna jasa difable terdapat *mobile ramp* dengan ketinggian maksimum 20” untuk penyambung dari *platform* ke kapal. Dan ruang ibu menyusui serta fasilitas yang lengkap.

2.2 Landasan Teori

1. Analisa

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), ada beberapa pengertian analisa sebagai berikut:

- a. Penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya, dan sebagainya);
- b. Penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antarbagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan;

2. Persepsi

Persepsi (dari bahasa Latin *perceptio*, *percipio*) adalah tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi sensoris guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan.

3. Sarana dan Prasarana

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) Sarana yaitu segala sesuatu yang dipakai sebagai alat untuk mencapai tujuan. Sedangkan prasarana adalah segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu tujuan.

4. Kualitas Pelayanan Jasa

Menurut Fandy Djiptono (2005:2) beberapa definisi kualitas yang sering dijumpai antara lain kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat, melakukan segala sesuatu secara benar sejak awal dan sesuatu yang membahagiakan pelanggan/konsumen. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan suatu pandangan atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan konsumen.

Menurut Kotler (2008) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sinambela (2008) mengemukakan bahwa pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan berkaitan dengan kepuasan batin dari penerima pelayanan.

Menurut Valerie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner (1996) dalam (Lupiyoadi, 2006: 6) mendefinisikan Jasa adalah semua aktifitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan konsumen). Perbedaan tegas antara barang dan jasa seringkali sukar dilakukan. Hal ini dikarenakan pembelian suatu barang seringkali disertai dengan jasa-jasa tertentu (pemberian garansi, pelatihan dan bimbingan operasional) dan sebaliknya pembelian suatu jasa seringkali juga melibatkan barang-barang yang melengkapinya (misalnya makanan di restoran, telepon dalam jasa telekomunikasi).

Nasution (2004:47) menyatakan, kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut PM Nomor 39 Tahun 2015 tentang Standar Pelayanan meliputi 6 aspek yaitu; keselamatan, keamanan, keamanan, kehandalan/keteraturan, kenyamanan, kemudahan/keterjangkauan, kesetaraan. Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pengguna jasa. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceives service* (Parasuraman, et al., 1985 dalam Tjiptono, 2002). Apabila jasa yang diterima atau diraikan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten (Herlina, 2010: 31)

5. Kepuasan Pengguna Jasa

Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan pribadi (personal service) sampai jasa sebagai suatu produk. Menurut Philip Kotler (2005:16) jasa didefinisikan sebagai: “setiap perbuatan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”.

Menurut Lukman (2000:119), kepuasan sebagaimana tingkat persamaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Artinya, jika kebutuhan seseorang terpenuhi maka orang tersebut merasa puas, demikian pula sebaliknya. Schnaars dalam Tjiptono menyebutkan bahwa pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis atau usaha adalah menciptakan rasa puas kepada pelanggan.

Schnaars menyebutkan bahwa “Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya: hubungan antar pelanggan dan instalasi menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembeli (pemakaian ulang), terciptanya loyalitas dari pelanggan serta terbentuknya rekomendasi dari mulut ke mulut yang semuanya menguntungkan perusahaan.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia konsumen adalah pemakai barang atau jasa. Jadi dapat diartikan bahwa konsumen adalah seseorang atau kelompok yang menggunakan jasa layanan di Pelabuhan Penyebrangan Kayangan dengan tujuan untuk menyeberang ke Poto-Tano dan mendapatkan tingkat kepuasan yang di inginkan.

Berdasarkan dari beberapa pandangan dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya kepuasan pelanggan adalah mencakup perbedaan antara harapan dan kenyataan, atau hasil yang dirasakan. Menurut Danang Sunyoto (2013:35) definisi kepuasan konsumen/pengguna jasa adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

6. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar 1986). Selain itu validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti (Cooper dan Schindler, dalam Zulganef, 2006).

Sampel uji coba adalah sampel yang digunakan sebagai alat ukur untuk menguji tingkat validitas instrumen (kuesioner) yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Sampel uji coba digunakan untuk menguji apakah pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner memiliki tingkat validitas yang baik. Sampel uji coba diambil minimal 30 responden. Sampel yang telah digunakan untuk uji coba instrumen tidak diikutsertakan lagi sebagai

sampel penelitian. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS versi 23. Analisis ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap. Jika r hitung $\geq r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Rumus Korelasi Product Moment :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}} \quad (2.1)$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel x dan y

$\sum xy$: Jumlah perkalian antara variabel x dan y

$\sum x^2$: Jumlah dari kuadrat nilai x

$\sum y^2$: Jumlah dari kuadrat nilai y

$(\sum x)^2$: Jumlah nilai x kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$: Jumlah nilai y kemudian dikuadratkan

7. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability*. Pengertian dari *reliability* (reliabilitas) adalah keajegan pengukuran. Dalam penelitian, reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang

konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda.

Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika ≥ 0.700 . Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (2.2)$$

Keterangan :

r_{11} : reliabilitas yang dicari

n : jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma_t^2$: jumlah varians skor tiap-tiap item

σ_t^2 : varians total

Jika $\alpha > 0.90$ maka reliabilitas sempurna. Jika α antara $0.70 - 0.90$ maka reliabilitas tinggi. Jika α $0.50 - 0.70$ maka reliabilitas moderat. Jika $\alpha < 0.50$ maka reliabilitas rendah. Jika α rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

8. Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto (2002:108) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian sehubungan dengan wilayah penelitian atau sumber data yang dijadikan sumber penelitian. Menurut sugiyono (2011:90) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini yaitu penumpang di Pelabuhan Penyeberangan Kayangan.

9. Sampel Penelitian

Berdasarkan populasi tak terhingga maka peneliti menggunakan tabel penentuan jumlah sampel yang mencantumkan jumlah responden dengan nilai N tak hingga dengan tingkat kesalahan 5%. Menurut Issac & Michael dalam Martono (2014), makin besar tingkat kesalahan maka akan makin kecil jumlah sampel yang diperlukan, dan juga sebaliknya, makin kecil tingkat kesalahan, maka akan semakin besar jumlah anggota sampel yang diperlukan. Berikut ini tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu, untuk tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10%.

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

Sumber; Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 128

Gambar 2. 1 Tabel Penentuan Jumlah Sampel dari Issac dan Michael Untuk Tingkat Kesalahan 1%, 5% dan 10%

Maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 349 responden.

10. Indeks Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Index*)

Indeks kepuasan pelanggan/*Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan analisis kuantitatif berupa persentase penilaian pelanggan terhadap sesuatu dalam suatu survei kepuasan pelanggan. CSI diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa. Nilai maksimum CSI adalah 100%.

Tabel 2.1. Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Index*

No.	Nilai Indeks (100%)	Kriteria
1	81%-100%	Sangat Puas
2	61%-80%	Puas
3	41%-60%	Cukup Puas
4	21%-40%	Kurang Puas
5	0%-20%	Tidak Puas

Sumber: Pedoman survei kepuasan konsumen dalam Kartikawati (2008)

CSI ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen penggunaan jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari instrumen-instrumen fasilitas pelayanan di pelabuhan penyeberangan dan kapal. Menurut Aritonang (2005) untuk mengetahui besarnya CSI ini langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Mean Importance Score (MIS) atau rata-rata skor pentingnya. Nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan tiap konsumen

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

$$\mathbf{MIS} = \frac{\sum_{i=1}^n \mathbf{Yi}}{\mathbf{n}} \quad (2.3)$$

(2.4)

Keterangan : **MIS** : *Mean Importance Score* (nilai rata-rata kepentingan)

MSS : *Mean Satisfaction Score* (nilai rata-rata kepuasan)

Yi : Nilai kepentingan atribut Y ke i

Xi : Nilai kepentingan atribut X ke i

2. *Weight Factors* (WF)

Setelah mencari nilai rata-rata kepentingan dan kinerja, selanjutnya membuat *Weight Factors* (WF). Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$\mathbf{WF} = \frac{\mathbf{MIS}_i}{\sum_{i=1}^p \mathbf{MIS}_i} \times \mathbf{100\%} \quad (2.5)$$

Keterangan : **WF** : Bobot nilai persentase

p: jumlah atribut

i : atribut ke i

3. *Weight Score* (WS)

Setelah mendapatkan nilai WF, tahapan selanjutnya mencari *Weight Score* (WS). Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata MSS dengan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{WSI} = \mathbf{WFi} \times \mathbf{MSS}_i \quad (2.6)$$

4. *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Nilai CSI didapatkan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSI = \sum \frac{p_{k=1} WSi}{HS (4) \times 100\%} \quad (2.7)$$

HS : *Hight Score* (Skala Likert tertinggi yang digunakan pada kuisioner)

11. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan metode yang memetakan persepsi pelanggan terhadap tingkat kepentingan (*importance*) aspek pelayanan dengan persepsi pelanggan terhadap kinerja (*performance*) dari aspek pelayanan untuk mengidentifikasi layanan yang perlu ditingkatkan (theresia, 2015: 35). IPA merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara kepentingan dan kinerja dan teori bahwa target tingkat kinerja dari atribut produk tertentu harus proporsional dengan kepentingan atribut tersebut. Dengan kata lain kepentingan dilihat sebagai reaksi dari nilai relatif berbagai macam atribut konsumen (Slack, 1990).

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, akan dilakukan perhitungan mengenai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang kemudian digambarkan dalam suatu diagram kartesius. Tingkat kepentingan dan kinerja yang dimuat dalam diagram kartesius adalah berupa skor penilaian kepentingan dan kinerja total. Masing-masing atribut diposisikan dalam suatu diagram. Skor total penilaian terhadap tingkat kinerja (*performance*) menunjukkan posisi suatu atribut pada sumbu X sedangkan posisi atribut pada sumbu Y ditunjukkan oleh skor total tingkat kepentingan (*importance*) terhadap atribut.

Sumbu X mendatar akan di isi oleh skor tingkat kinerja dan sumbu tegak Y akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. adalah tingkat kepentingan.

Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna jasa dengan :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n} \quad (2.8)$$

Dimana:

\bar{X} : Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kinerja

\bar{Y} : Skor rata-rata tingkat kepentingan

n : Jumlah Responden X Y

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y), dimana sumbu (X) Rata-rata tingkat kinerja dipakai sebagai cut-off atau pembatas kinerja tinggi dan kinerja rendah, sedangkan sumbu (Y) rata-rata tingkat kepentingan dipakai sebagai cut-off tingkat kepentingan tinggi dengan tingkat kepentingan rendah.

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}}{K} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}}{K} \quad (2.9)$$

Dimana :

X : Rataan dari total rataaan bobot tingkat kinerja

Y : Rataan dari total rataaan bobot tingkat kepentingan

K : Banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan X Y

Importance-Performance Matrix terdiri dari empat kuadran yang dibagi menjadi empat strategi, terkait dengan kuadran manakah yang menjadi penilaian pelanggan atas produk atau jasa yang dikeluarkan. Penilaian terhadap empat kuadran dijelaskan sebagai berikut:

Kuadran I (Prioritas Utama)	Kuadran II (Pertahankan Prestasi)
Kuadran III (Prioritas Rendah)	Kuadran IV (Berlebihan)

Sumber : Metode IPA, 2021

Gambar 2.2. Matriks Importance Performance Analysis
Adapun interpretasi dari kuadran tersebut adalah sebagai berikut:

a. Kuadran I : Prioritas Utama (*Concentrate Here*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan konsumen akan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum memuaskan sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini. Caranya adalah melakukan perbaikan secara terus-menerus sehingga *gap performance* variabel yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

b. Kuadran II : Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pengguna jasa dan faktor yang dianggap oleh pengguna jasa sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif tinggi. Variabel-variabel yang berada dalam kuadran ini harus dipertahankan karena merupakan faktor penunjang kepuasan konsumen sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.

c. Kuadran III : Prioritas Rendah (*Low Priority*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut.

d. Kuadran IV : Berlebihan (*Possibly Overkill*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih tinggi.