

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Hukum

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

2.1.1 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.

2.1.2 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 pengusahaan 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.

2.1.3 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) Keandalan/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) Mushalla

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 maksimum 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

2.2.1 Analisa

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

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

2.2.2 Persepsi

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

2.2.3 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.

2.2.4 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. Zeithml 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)

2.2.5 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 *intangibile* (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 Bangsalae dengan tujuan untuk menyeberang ke Tobaku 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.

2.2.6 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

2.2.7 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.

2.2.7 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 Bangsalae.

2.2.8 Sampel Penelitian

Sugiyono (2011:91), mengatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sukandar Rumidi (2006:50) “sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat-sifat yang sama dari obyek yang merupakan sumber data”. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik random sampling. Penentuan sampel menggunakan teknik random sampling dimana setiap anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Sampel dalam penelitian ini yaitu pengguna jasa Pelabuhan Penyeberangan Bangsalae, yang dalam hal ini untuk penentuan jumlah sampel dari sebuah populasi digunakan rumus Slovin. Rumus Slovin adalah sebuah rumus untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. Adapun perhitungan Rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N.e^2} \quad (2.3)$$

Keterangan: n = ukuran sampel

N = jumlah populasi (jumlah penumpang 15 hari)

e = nilai signifikan (10%)

2.2.9 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

$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$	(2.4)
$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$	

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

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

Y_i = Nilai kepentingan atribut Y ke i

X_i = 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.

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

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:

$$WSI = WFi \times MSSi \quad (2.6)$$

4. *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Nilai CSI didapatkan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSI = \frac{\sum_{k=1}^p WSi}{HS(4) \times 100\%} \quad (2.7)$$

HS = *Hight Score* (Skala Likert tertinggi yang digunakan pada kuisisioner)

2.2.10 *Gap Analysis*

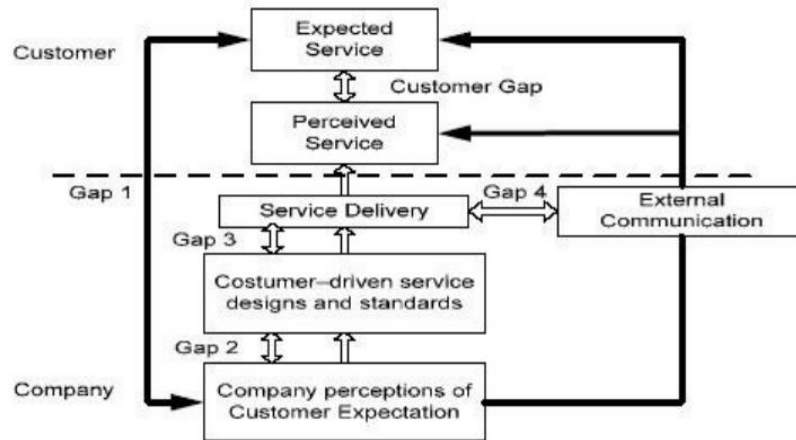
Gap Analysis merupakan salah satu alat yang dapat digunakan untuk mengevaluasi suatu kinerja. *Gap analysis* atau analisa kesenjangan juga merupakan salah satu langkah yang sangat penting dalam tahapan perencanaan maupun tahap evaluasi kerja. Metode ini merupakan salah satu metode yang paling umum digunakan dalam pengelolaan manajemen internal suatu lembaga. Secara harfiah “gap” mengidentifikasikan adanya

suatu perbedaan (disparity) antara satu hal dengan hal lainnya. *Gap Analysis* sering digunakan dibidang manajemen dan menjadi salah satu alat yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan (quality of service). Bahkan pendekatan ini paling sering digunakan Amerika Serikat untuk memonitor kualitas pelayanan.

Model yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithalm dan Berry (1995) ini memiliki lima gap (kesenjangan), yaitu:

- a. Gap Persepsi Manajemen, yaitu adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa.
- b. Gap Spesifikasi Kualitas, yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa.
- c. Gap Penyampaian Pelayanan, yaitu kesenjangan spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*service delivery*)
- d. Gap Komunikasi Pemasaran, yaitu kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Ekspektasi pelanggan mengenai kualitas pelayanan dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh perusahaan melalui komunikasi eksternal pemasaran.
- e. Gap dalam Pelayanan yang dirasakan, yaitu perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan yang diharapkan oleh pengguna jasa jika keduanya terbukti sama, maka perusahaan atau institusi akan mendapat citra dan dampak positif.

Boulding et al (1993) menganalisis kualitas pelayanan dengan menggunakan *gap analysis*. Kesenjangan kualitas pelayanan diartikan sebagai kesenjangan antara pelayanan yang seharusnya diberikan dan persepsi konsumen atas pelayanan aktual yang diberikan. Semakin kecil kesenjangan tersebut semakin baik kualitas pelayanan.



Sumber : Boulding et al (1993)

Gambar 2.1. Model Expected dan Perceived Service Quality

Dari berbagai definisi diatas mengenai gap analysis, dapat diambil kesimpulan bahwa secara umum gap analysis dapat didefinisikan sebagai suatu metode atau alat yang digunakan untuk mengetahui tingkat kinerja suatu perusahaan atau institusi. Dengan kata lain gap analysis merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengetahui kinerja dari sistem yang sedang berjalan dengan sistem standar. Dalam kondisi umum, kinerja suatu perusahaan atau institusi dapat tercermin dalam sistem operasional maupun strategi yang digunakan oleh institusi tersebut. secara singkat, gap analysis bermanfaat untuk

1. Menilai seberapa besar kesenjangan antara kinerja aktual dengan suatu standar yang diharapkan.
2. Mengetahui peningkatan kinerja yang diperlukan untuk menutup kesenjangan tersebut, dan
3. Menjadi salah satu dasar pengambilan keputusan terkait prioritas dan biaya yang dibutuhkan untuk memenuhi standar pelayanan yang telah ditetapkan.

Model Kuesioner yang telah dibuat dari atribut yang terdapat pada PM No 39 Tahun 2015 nantinya akan membandingkan kinerja atribut jasa dengan standar/ideal yang telah ditetapkan. Bila kinerja atribut melampaui

standar, maka persepsi atas kualitas jasa keseluruhan akan meningkat. Atribut dengan pemilihan skala yang diringkas namun memiliki tingkat dan kebenaran yang cukup tinggi yang dapat digunakan pengelola pelabuhan dan kapal, agar lebih mengerti bagaimana persepsi pengguna jasa dan harapan pengguna jasa akan pelayanan yang diberikan. Dalam situasi seperti ini pengelola pelabuhan dan kapal bersikap seakan-akan sebagai pihak pengguna. Telah dicapai konsensus bahwa harapan pengguna jasa memainkan peranan yang penting sebagai standar perbandingan dan mengevaluasi kualitas maupun kepuasan pengguna jasa.

Atribut tersebut nantinya digunakan untuk menghitung gap (kesenjangan) antara persepsi pengguna jasa terhadap jasa dan nilai ekspektasi atau harapan. Berikut persamaannya (wijaya, 2011):

$$Q = P (\text{Perceived Service}) - E (\text{Expected Service}) \quad (2.8)$$

Keterangan:

Q = Kualitas Pelayanan

P = *Perceived service* atau persepsi akan layanan

E = *Expected service* atau harapan akan layanan

2.2.11 *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 :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n} \quad (2.9)$$

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.

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}}{K} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}}{K} \quad (2.10)$$

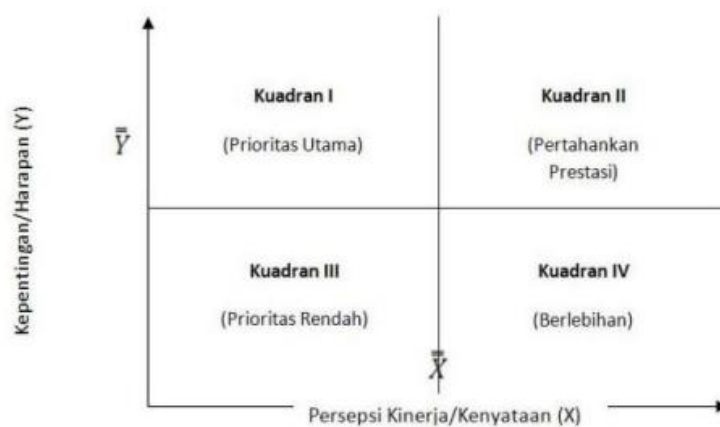
Dimana :

X = Rataan dari total rataan bobot tingkat kinerja

Y = Rataan dari total rataan 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:



Sumber : Metode IPA (2020)

Gambar 2.2. Matriks Importance Performance Analysis

Adapun interpretasi dari kuadran tersebut adalah sebagai berikut:

a. Kuadran A : 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 B : 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 C : 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 D : 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.

Ada dua macam, metode untuk menampilkan data IPA, yaitu: (1) menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata sumbu tingkat kepuasan data terletak pada kuadran berapa; (2) menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata hasil pengamatan pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan untuk mengetahui secara spesifik masing-masing faktor terletak pada

kuadran berapa. Berikut prosedur berkaitan dengan penggunaan metode IPA:

- a. Penentuan faktor-faktor yang akan dianalisa
- b. Melakukan survei melalui angket
- c. Menghitung nilai rata-rata tingkat kepuasan dan prioritas penanganan
- d. Membuat grafik IPA
- e. Melakukan evaluasi terhadap faktor sesuai dengan kuadran masing-masing