

Analisis Prosedur Pelayanan Penjualan Tiket Kapal Terhadap Kepuasan Penumpang Pada PT. Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) Cabang Surabaya

(Analysis of Ship Ticket Sale Service Procedures for Passenger Satisfaction at PT. Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) Surabaya Branch)

Adilah Zulfa S. Balido¹, Beni Agus Setiono²

**^{1,2}Program Studi Manajemen Pelabuhan, Program Diploma Pelayaran,
Universitas Hang Tuah**

Abstrak, Pelayaran merupakan bagian dari sarana transportasi laut sebagaimana amanat Undang-Undang No.17 Tahun 2008 tentang Pelayaran menjadi suatu yang sangat strategis bagi wawasan nasional serta menjadi sarana vital yang menunjang tujuan persatuan dan kesatuan nasional. PT. PELNI merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi laut, yaitu kapal penumpang. Pentingnya “pelayanan” terhadap kepuasan penumpang sangat berpengaruh, Pelayanan Penumpang dapat didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan pelanggan dan dalam bentuk barang, yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat dan di daerah. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui kinerja jasa pelayanan serta mengetahui tingkat kepuasan pengguna jasa pelayanan terhadap PT. PELNI Cabang Surabaya. Rancangan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut. Pertama, dari aspek kualitas pelayanan sikap pegawai PT. PELNI Cabang Surabaya terhadap penumpang dan secara umum kinerja pelayanan yang belum memuaskan, akan tetapi masih memerlukan beberapa pembenahan guna memberikan pelayanan yang lebih maksimal kepada seluruh pengguna jasa oleh pihak PT. PELNI Cabang Surabaya. Kedua, berdasarkan tanggapan penumpang terhadap fasilitas yang disediakan oleh pihak PT. PELNI Cabang Surabaya, masih kurangnya tempat penjualan tiket dan penumpang sering kali kecewa dengan metode pembayaran yang ditetapkan di PT. PELNI. Artinya sebagian besar penumpang menginginkan perbaikan pada dua indikator tersebut dan harus menjadi prioritas dalam peningkatan pelayanannya oleh pihak PT. PELNI kedepannya dalam memberikan layanan.

Kata kunci : Kepuasan Penumpang, Pelayanan Tiket Penumpang

Abstract, Shipping is part of the means of sea transportation as mandated Law No. 17 of 2008 concerning shipping has become a very strategic matter for national insight and has become a vital tool that supports the goals of national unity and integrity. PT. PELNI is a company engaged in sea transportation services, namely passenger ships. The importance of "service" to passenger satisfaction is very influential, Passenger Service can be defined as all forms of customer service and in the form of goods, which in principle are the responsibility and carried out by government agencies at the center and in the regions. This research was carried out with the aim of knowing the performance of services and knowing the level of satisfaction of service users to PT. PELNI Surabaya Branch. This research design used was descriptive qualitative. The results of this study are as follows. First, from the aspect of service quality, the attitude of PT. PELNI Surabaya Branch employees towards passengers and in general the service performance has not been satisfactory, but still requires some improvements in order to provide maximum service to all service users by PT. PELNI Surabaya Branch. The second is based on passenger responses to the facilities provided by PT. PELNI Surabaya Branch, there is still a lack of ticket sales and passengers are often disappointed with the payment method set at PT. PELNI. This means that most passengers want improvements in these two indicators and must be a priority in improving their services by PT. PELNI in the future in providing services.

Keywords: Passenger Satisfaction, Passenger Ticket Service

Alamat Korespondensi:

Adilah Zulfa S. Balido, Program Diploma Pelayaran, Universitas Hang Tuah, Jalan A. R. Hakim 150, Surabaya. e-mail: jurnal.pdp@hangtuah.ac.id

PENDAHULUAN

Pelayaran merupakan bagian dari sarana transportasi laut sebagaimana amanat Undang-Undang

No. 17 Tahun 2008 tentang Pelayaran menjadi suatu yang sangat strategis bagi wawasan nasional serta menjadi sarana vital yang menunjang tujuan

persatuan dan kesatuan nasional. Pelayaran atau angkutan laut merupakan bagian dari transportasi yang tidak dapat dipisahkan dengan bagian dari sarana transportasi lainnya dengan kemampuan untuk menghadapi perubahan ke depan, mempunyai karakteristik karena mampu melakukan pengangkutan secara massal. Dapat menghubungkan dan menjangkau wilayah satu dengan yang lainnya melalui perairan, sehingga mempunyai potensi kuat untuk dikembangkan dan peranannya baik nasional maupun internasional sehingga mampu mendorong dan menunjang pembangunan nasional demi meningkatkan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan mandate Pancasila serta Undang-Undang Dasar 1945. Pelayaran didalamnya terdiri atas angkutan diperairan, kepelabuhanan, keselamatan dan keamanan pelayaran, dan perlindungan lingkungan maritim, merupakan bagian dari sistem transportasi nasional yang harus dikembangkan potensi dan peranannya untuk mewujudkan sistem transportasi yang efektif dan efisien, serta membantu terciptanya pola distribusi nasional yang mantap dan dinamis. Pelayaran memiliki Undang-Undang tersendiri yaitu Undang-Undang Nomor 17 tahun 2008 tentang Pelayaran.

Seiring dengan kemajuan dan meningkatnya jumlah pemakai jasa transportasi laut, perusahaan perusahaan yang bergerak di bidang jasa angkutan laut dituntut untuk meningkatkan pelayanan pada pemakai jasa angkutan laut secara profesional dan bermutu tinggi untuk kepuasan pelanggan, karena mutu dari pelayanan yang baik merupakan tolak ukur keberhasilan perusahaan untuk memenangkan persaingan di bidang jasa transportasi laut. Untuk itu tidak jauh berbeda dengan PT. PELNI Cabang Surabaya yang ikut bersaing

dalam memberikan pelayanan terbaik sebagai Pelayaran Nasional. PT. PELNI merupakan perusahaan yang menyediakan jasa angkutan penumpang dan jasa angkutan muatan barang antar pulau, PT. PELNI telah menyiapkan berbagai armada laut yang terbesar diseluruh nusantara dengan trayek atau rute yang telah ditentukan dan siap melayani masyarakat Indonesia atas kebutuhan jasa transportasi laut, tentunya dengan tariff yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Sehingga dengan demikian pelaksanaan angkutan laut dapat lebih terencana dan dapat dilaksanakan dengan baik oleh PT. PELNI. Salah satu peran PT. PELNI adalah sebagai agen pembangunan yang menyediakan akses transportasi publik ke wilayah pulau terpencil dan terluar. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan, adapun pelayanan yang diutamakan agar konsumen merasakan adanya kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum.

Kualitas pelayanan adalah suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat jasa yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat jasa yang diharapkan (*expected service*). Sedangkan menurut Zeithalm dan Bitner dalam Adam (2015:11), kualitas pelayanan adalah penyampaian sangat baik atau unggul sesuai harapan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, penumpang menilai hasil dari pelayanan yang dipaparkan. Sedangkan pelayanan adalah suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Seiring meningkatnya jumlah penduduk dan meningkatnya minat masyarakat terhadap jasa angkutan laut dalam pelayanan, baik pelayanan secara

administrasi, teknis, fasilitas, dan juga keamanan. Dari segi administrasi penumpang banyak sekali dikecewakan dengan metode pembayaran menggunakan kartu ATM, ada penumpang yang datang hanya membawa uang cash, pendaftaran online yang terkadang sulit diakses, atau bahkan hingga kehabisan tiket. Lebih dari itu, kepastian jadwal keberangkatan pun tidak menentu, kesalahan, kelalaian dari penumpang sendiri juga termasuk, misalnya penumpang datang terlambat, dari segi fasilitas dan keamanan yang diberikan. Hal ini membuat para penumpang terlantar di pelabuhan dan harus menunggu berjam-jam. Keluhan-keluhan masyarakat terhadap pelayanan jasa angkutan laut dalam keadaan yang luar biasa (hari libur dan saat menjelang hari raya) ini menjadi cerminan kualitas pelayanan publik yang tidak maksimal dari transportasi angkutan laut untuk masyarakat. Salah satunya adalah meningkatkan jasa pelayanan tiket penumpang diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada pengguna jasa angkutan laut, baik dalam pelayanan secara administrasi, teknis, fasilitas, dan juga keamanan.

Agar semuanya dapat tercapai diperlukan strategi yang perlu dilaksanakan oleh perusahaan, yaitu meningkatkan jasa pelayanan penjualan tiket penumpang. Pada penelitian ini PT.PELNI cabang Surabaya harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada penumpang agar penumpang dapat merasakan kenyamanan untuk dapat kembali menggunakannya lagi.

Penelitian ini mempunyai rumusan masalah sebagai berikut. Bagaimana prosedur pelayanan penjualan tiket kapal dan pengaruhnya terhadap kepuasan penumpang pada PT. PELNI cabang Surabaya?

Pengertian Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2012:152), kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut Zeithaml dan Bitner dalam Adam (2015:11), kualitas pelayanan adalah penyampaian yang sangat baik atau unggul sesuai harapan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, pelanggan akan menilai hasil dari pelayanan yang dipaparkan. Menurut Kotler (2012) mengemukakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Pujawan (2010) mendefinisikan kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan yang terdapat 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima).

Berdasarkan pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk konsumsi, bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud dan apabila jasa yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik (ideal), dan sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan jelek (kurang ideal), sehingga kebutuhan dan keinginan konsumen merasa belum terpenuhi.

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan penumpang yang berakhir pada persepsi penumpang. Hal ini berarti citra kualitas pelayanan bukanlah persepsi dari penyedia jasa tetapi dari para penumpang. Para penumpanglah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa suatu instansi, sehingga merekalah yang seharusnya kualitas pelayanan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan jasa. Menurut Supranto (2001: 227), “Kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu proses produksi dan juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Dari definisi di atas dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan adalah berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan para pelanggan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jadi apabila jasa pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut.

Menurut Kotler (1997) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan; Jaminan (*Assurance*) kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; Terwujud (*Tangible*), yaitu kemampuan

suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal; Empati (*Empathy*), yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus kepada kebutuhan pelanggan; Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

Penjualan Tiket Kapal

Swastha (2009:8) menyatakan penjualan adalah ilmu dan seni yang mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkannya. Swastha (2009:11) jenis-jenis penjualan dapat dikelompokkan menjadi, *trade selling*, *missionary selling*, *technical selling*, *new business selling*, dan *responsive selling*.

Pengertian tiket menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2001:1191), tiket adalah karcis Kapal, Pesawat Terbang, dan sebagainya. Tiket adalah suatu kartu atau kertas slip yang digunakan untuk memperoleh admisi dari suatu lokasi atau event. Tiket juga adalah suatu voucher untuk menunjukkan bahwa orang telah membayar pintu masuk untuk suatu Teater, Gedung Bioskop, Taman Hiburan, Kebun Binatang, Museum, Konser/Persetujuan, atau atraksi lain, atau izin untuk menumpang suatu Pesawat Udara, Transportasi Laut, dan lain – lain, secara khusus karena telah membayar ongkos, suatu tiket mungkin dibeli pada suatu loket atau counter, juga disebut tempat penjualan karcis (istilah ini adalah juga digunakan untuk total uang masuk). Pengecekan tiket mungkin disana, atau mungkin saja terpisah, dimana bisa diterapkan, suatu tiket mungkin untuk suatu tempat duduk bebas atau untuk suatu tempat spesifik, kadang – kadang, Contohnya untuk beberapa perjalanan kereta,

seseorang dapat tempat dimanapun dengan membeli suatu karcis, atau juga suatu tempat duduk reservasi.

Komponen Utama Tiket

- a. Client ialah orang yang membayar sejumlah uang untuk memperoleh pelayanan.
- b. Contract ialah kesepakatan dua belah pihak, baik penumpang dan pihak perusahaan pelayanan untuk menerima dan memberi hand dan kewaiban.
- c. Payment ialah sejumlah uang yang dikeluarkan oleh penumpang kepada penjual tiket kapal.
- d. Service ialah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan pelayaran kepada penumpang yang melakukan perjalanan.

Menurut Wikipedia tiket merupakan suatu alat atau media yang digunakan oleh perusahaan tertentu sebagai pengganti uang langsung. Tiket biasanya berupa kertas yang didalamnya terdapat item-item tertentu yang menunjukkan suatu nilai. Menurut Aswin Abdillah (2012) tiket adalah suatu dokumen perjalanan yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan yang berisi rute, tanggal, harga, data penumpang yang digunakan untuk melakukan suatu perjalanan.

Kepuasan Penumpang

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan Kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Menurut (Hutasoit, 2011) Apabila kinerja memaparkan bahwa kualitas pelayanan adalah kesesuaian dan derajat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang disediakan dalam pemenuhan kebutuhan dan harapan yang dikehendaki konsumen dengan atribut atau faktor yang meliputi: bukti langsung, perhatian pribadi dari karyawan kepada konsumen, daya tanggap, keandalan dan jaminan. Bila kinerja sesuai harapan, pelanggan akan

puas atau sebaliknya. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

Menurut (Sangadji, 2013) memaparkan bahwa “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dalam perbandingan antara kesannya konsumen terhadap tingkatan kinerja produk dan jasa riil atau aktual dengan kinerja sesuai harapan”. Oliver dalam (Majid, 2011), menjelaskan bahwa “kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya”. Kotler dalam (Windarti, 2012) menjelaskan bahwa “kepuasan pelanggan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dan jasa yang dipersepsikan sesuai dengan harapan pelanggan atau pembeli.”

Menurut Zeithaml dan Bitner (2000:75) definisi kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Menurut Zeithaml terdapat empat faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi penumpang atau pelanggan, yaitu

- a. Apa yang didengar pelanggan dari pelanggan lainnya. Dimana hal ini merupakan faktor potensial yang menentukan ekspektasi pelanggan. Sebagai contoh seorang pelanggan memiliki perusahaan yang diharapkan dapat memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi

berdasarkan rekomendasi teman-teman.

- b. Ekspektasi pelanggan sangat bergantung dari karakteristik individu dimana kebutuhan pribadi.
- c. Pengalaman masa lalu dalam menggunakan pelayanan dapat juga mempengaruhi tingkat ekspektasi pelanggan.
- d. Komunikasi dengan pihak eksternal dari pemberi layanan memainkan peranan kunci dalam membentuk ekspektasi pelanggan.

Menurut Parasuraman, et al. (dalam Zeithaml dan Bitner (1998). Menjelaskan kelima dimensi untuk menilai kualitas pelayanan adalah :

- a. *Tangibles* (bukti fisik): meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. Dengan demikian bukti langsung atau wujud merupakan suatu indikator yang paling konkrit. Wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat.
- b. *Reability* (kehandalan): merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang diijinkan dengan segera dan memuaskan. Menurut Lovelock, doing it right, ver a period of time, artinya keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk menampilkan pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan konsisten. Keandalan dapat diartikan mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu tertentu. Pemenuhan janji pelayanan yang tepat dan memuaskan meliputi ketepatan waktu dan kecakapan dalam menanggapi keluhan pelanggan serta pemberian pelayanan secara wajar dan akurat.
- c. *Responsiveness* (tanggapan): yaitu sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan tepat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap

tanggap dari petugas pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini merupakan suatu akibat akal dan pikiran yang ditunjukkan pada pelanggan.

- d. *Assurance* (jaminan): mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan. Jaminan adalah upaya perlindungan yang disajikan untuk masyarakat bagi warganya terhadap resiko yang apabila resiko itu terjadi akan dapat mengakibatkan gangguan dalam struktur kehidupan yang normal.
- e. *Emphaty* (empati): meliputi kemudahan melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Empati merupakan *individualized attention to customer*. Empati adalah perhatian yang dilaksanakan secara pribadi atau individu terhadap pelanggan dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan.

Pengukuran Kepuasan Penumpang

Menurut Kotler dan Keller (2009:140) mempertahankan konsumen merupakan hal penting dari pada memikat konsumen. Oleh karena itu terdapat 5 dimensi untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu

1. Membeli lagi.
2. Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan.
3. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing.
4. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.
5. Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan.

Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang

Kepuasan penumpang menjadi perhatian khusus oleh pihak perusahaan, karena kepuasan penumpang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Tjiptono

(2007), menyatakan bahwa dampak positif kepuasan penumpang, yaitu menciptakan hubungan yang harmonis antara penumpang dan perusahaan, memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang, terciptanya loyalitas penumpang, dan membuat rekomendasi dari mulut ke mulut. Lupiyoadi (2001), menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya kepuasan penumpang, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi, harga, dan kemudahan. Dari beberapa faktor tersebut kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci bagi semua perusahaan untuk tetap bertahan. Kemudian Parasuraman (1998), menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki lima dimensi yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati).

Dalam penelitian Al-Hawari & Ward (2006), menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen, yang ada akhirnya mempengaruhi kinerja keuangan bank. Kemudian penelitian Wang & Shieh (2006), menyatakan bahwa dari kelima dimensi kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance*) hanya *responsiveness* yang tidak berdampak positif terhadap kepuasan penumpang atau konsumen. Namun secara keseluruhan kelima dimensi tersebut memiliki dampak yang sangat positif terhadap kepuasan penumpang secara keseluruhan. Hal ini senada dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Cronin & Taylor (1992, dalam Mulyono.,dkk 2007), menyatakan adanya hubungan yang kuat dan positif antara keseluruhan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Surechchandar (2002), menerapkan satu pendekatan berbeda dan melihat kepuasan penumpang sebagai satu struktur multi dimensional

seperti kualitas pelayanan, tetapi menyatakan bahwa kepuasan penumpang harus dioperasionalkan sepanjang faktor-faktor yang sama dimana kualitas pelayanan dijalankan. Oleh karena itu, hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang telah diinvestigasi bahwa peningkatan pada salah satunya berkemungkinan mengarah pada peningkatan di satunya lagi.

Perusahaan yang memiliki kualitas pelayanan yang baik, maka akan mendatangkan keuntungan yang besar. Namun, sebaliknya jika perusahaan memiliki kualitas yang buruk, maka perusahaan tidak akan mendatangkan keuntungan. Keuntungan tersebut berasal dari puas atau tidaknya penumpang (konsumen) terhadap pelayanan yang dirasakan. Konsumen yang sangat puas, maka akan dimungkinkan menjadi konsumen yang setia dan akan memberikan berita positif dari mulut ke mulut, sedangkan konsumen yang tidak puas akan beralih kepada perusahaan yang lain (Keinigham, 2003). Sedangkan Tjiptono (2001), menyatakan bahwa perusahaan yang memperhatikan kepuasan konsumen harus memiliki layanan yang prima.

Aspek Kepuasan Penumpang

Aspek-aspek kepuasan konsumen yang dipaparkan dalam penelitian ini adalah aspek-aspek kepuasan konsumen yang dikemukakan oleh Kotler (2002), yaitu :

- a. *Expectation* (harapan) Hal yang memengaruhi kepuasan konsumen diawali pada tahap sebelum pembelian, yaitu ketika konsumen menyusun harapan tentang apa yang akan diterima dari produk tersebut.
- b. *Performance* (kinerja) Selama kegiatan konsumsi, konsumen merasakan kinerja dan manfaat dari produk secara aktual dilihat dari dimensi kepentingan konsumen.

- c. *Comparisme* (perbandingan) Setelah mengkonsumsi, baik harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja aktual dibandingkan oleh konsumen.
- d. *Confirmation* atau *Disconfirmation* (penegasan) Penegasan dari harapan konsumen, apakah harapan pra-pembelian dengan persepsi pembelian sama atau tidak.
- e. *Discrepancy* (ketidak-sesuaian) Jika tingkat kinerja tidak sama, pengakuan ketidak-samaan menentukan perbedaan satu sama lain. Diskonfirmasi yang negatif menentukan kinerja yang aktual ada dibawah tingkat harapan, maka semakin besar ketidakpuasan konsumen.

Sedangkan menurut Sabarguna (2004), ada empat aspek kepuasan konsumen, yaitu :

- a. Kenyamanan meliputi lokasi perusahaan, kebersihan, kenyamanan.
- b. Hubungan konsumen dengan karyawan Meliputi keramahan karyawan, informasi yang diberikan oleh karyawan, komunikatif, responsif, sportif dan cekatan dalam melayani konsumen.
- c. Kompetensi teknis petugas meliputi keberanian bertindak dan pengalaman.
- d. Biaya meliputi mahalnya produk, terjangkau atau tidaknya oleh konsumen.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penyampaian masalah adalah metode deskriptif kualitatif, untuk menggambarkan dan menguraikan objek yang diteliti. adapun pengertian deskriptif adalah suatu penulisan yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya tentang objek yang diteliti, menurut keadaan yang sebenarnya pada saat penelitian langsung.

Oleh karena itu di dalam pembahasan peneliti berusaha memaparkan hasil dari semua studi dan penelitian mengenai suatu objek yang diperoleh. Adapun hal-hal yang diamati adalah tentang Prosedur Pelayanan Penjualan Tiket Kapal terhadap Kepuasan Penumpang pada PT. Pelayaran Nasional Indonesia Peln (Persero) Cabang Surabaya

Sumber Data dan Data Penelitian

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Dimana sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung yang dikumpulkan melalui survey lapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang diperoleh secara langsung dari PT. Pelayaran Nasional Indonesia Peln (Persero) Cabang Surabaya lalu dari hasil dokumentasi, dan observasi. Sedangkan sumber data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui sumber lain yang sudah tersedia sebelum peneliti melakukan penelitian. Yang dikategorikan sebagai data sekunder, yaitu melalui jurnal / buku.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan observasi, yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya di PT. Pelayaran Nasional Indonesia Peln (Persero) Cabang Surabaya. Wawancara, peneliti juga melakukan wawancara langsung dengan melakukan tanya jawab dan diskusi dengan pihak penumpang kapal PT. Pelayaran Nasional Indonesia (Peln) guna menggali informasi terkait dengan Prosedur Pelayanan Penjualan Tiket Kapal.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

PT. Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) Cabang Surabaya

yang terletak di Surabaya tepatnya di Jalan Pahlawan Bubutan No. 112-114 Surabaya 60174 terbagi di 43 daerah dan tersebar di Indonesia bagian timur. PT.PELNI merupakan perusahaan pelayaran milik negara yang didirikan pada tanggal 28 April 1952 sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Perhubungan No.M2/1/2 tanggal 28 April 1952. Perusahaan ini bergerak di bidang jasa transportasi kapal laut yang handal dan profesional dengan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan. Dalam perkembangan, PT. PELNI tidak hanya melayani jasa transportasi kapal laut. Didukung oleh Program Tol Laut dari Pemerintah, PT PELNI saat ini mengoperasikan 8 (delapan) Kapal Tol Laut yang melayani angkutan/muatan kontainer berupa bahan makanan pokok maupun bahan bangunan untuk pembangunan infrastruktur. Selain itu PT PELNI juga memiliki layanan Keagenan Kapal yang siap memenuhi segala kebutuhan kapal selama berada di perairan Indonesia. PT PELNI juga mendukung pengembangan pariwisata bahari Indonesia dengan memberikan layanan paket wisata bahari ke pulau-pulau yang memiliki keindahan bawah laut dan pemandangan alam yang mengagumkan, seperti Kepulauan Raja Ampat, Wakatobi, Banda Neira, Pulau Komodo, Takabonerate, Karimun Jawa, Bunaken, Anambas, Derawan dan Tomini. Kantor PT Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) Cabang Surabaya, Jawa Timur berada pada posisi - 7.24489, 112.73856.

Pembahasan

Berbagai upaya yang dilakukan oleh PT.PELNI untuk meningkatkan kepuasan pelayanan pada penumpang, maka PT.PELNI melakukan pembenahan mulai dari ketika calon penumpang memesan tiket hingga layanan dalam kapal milik PT. PELNI Cabang Surabaya. Untuk menjamin penumpang yang diangkut hanya sesuai

kapasitas maksimal kapal, penjualan tiket kini menggunakan sistem online penjualan akan langsung tutup ketika pemesanan tiket mencapai jumlah maksimal sesuai kapasitas kapal, untuk menghindari pembelian tiket melalui calo, sistem ini juga mampu menghindari adanya tiket palsu dan penekanan pencaloan. Setiap penumpang yang membeli tiket harus memberikan data sesuai yang tertera di kartu tanda penduduk untuk mengetahui tiket yang mereka gunakan sesuai nama yang tertera di tiket yang mereka pesan, kebijakan yang dilakukan PT.PELNI Cabang Surabaya terhadap penumpang.

Keselamatan dan keamanan merupakan faktor utama yang harus diterapkan karena menyangkut jiwa pelanggan, tugas keamanan fasilitas, dengan penjaga keamanan PT.PELNI, Berarti orang yang ditunjuk untuk bertanggung jawab dalam pengembangan, implementasi revisi dan pemeliharaan rancangan keamanan fasilitas pembelian tiket dan untuk koordinasi / berkoordinasi dengan para petugas keamanan pelabuhan agar tidak timbul adanya bentrokan antar penumpang. Memperbanyak personil penjaga keamanan, menyediakan tempat penjualan dan loket antrian tiket untuk mengurangi bentrokan penumpang yang saling berebutan masuk dan meminimalisir agar tidak timbul adanya pencaloan tiket atau tiket palsu, agar tidak menimbulkan kerugian baik dari penumpang maupun pihak penjual jasa.

Selanjutnya agar Kantor PT. PELNI dan pelabuhan tetap nyaman dalam mendukung kegiatan ekonomi, perdagangan dan pariwisata, maka pelabuhan harus bebas dari segala gangguan keamanan dan untuk menjamin keadaan yang demikian wajib diterapkan prosedur keamanan pada fasilitas-fasilitas yang ada di kantor maupun pelabuhan, dengan

meminimalkan terhadap gangguan atau melakukan pemeriksaan secara inten bagi para pengunjung, calon penumpang dan personil kapal serta barang-barang yang masuk dalam pelabuhan. Dengan dilaksanakannya prosedur sistem keamanan di kapal dan fasilitas pelabuhan dan bila semua petugas yang terlibat dalam organisasi keamanan pelabuhan menjalankan fungsi secara terus menerus, maka pemberlakuan keamanan di pelabuhan Tanjung Perak berjalan dengan baik, sehingga tidak ada keraguan bagi kapal-kapal asing masuk ke pelabuhan.

Terkait kepuasan Pelangan, dalam memberikan pelayanan tiket penumpang, saat melayani pembelian tiket yaitu bersikap (ramah, sopan, murah senyum, dan berperilaku baik). Untuk para penumpang agar memperoleh tiket untuk bisa naik ke atas kapal, maka ada beberapa ketentuan yang harus dipenuhi, yaitu menyerahkan identitas diri (KTP / Kartu Keluarga), menyerahkan Kartu Vaksin dan tidak boleh membawa barang yang dilarang (benda tajam, narkoba, minuman keras dan sebagainya).

Dari hasil observasi dan wawancara terkait layanan pada calon penumpang harus bersikap ramah, sopan dan berperilaku baik agar penumpang yang membeli tiket merasa puas terhadap pelayanan tiket yang diberikan.

Tangibles (Bukti Fisik)

Fasilitas yang berada di PT. PELNI masih belum memuaskan dikarenakan masih terdapat fasilitas-fasilitas yang masih dalam keadaan rusak, kondisi kamar mandi dan mushollah dalam keadaan bersih dan rapi untuk memberikan kenyamanan tersendiri baik untuk para pegawai PT. PELNI dan untuk penumpang pada saat membeli tiket ke kantor PT. PELNI. Dari hasil interview diperoleh informasi bahwa, fasilitas di kantor PT. PELNI

seperti mushollah dan kamar mandi sudah bersih.

Reability (kehandalan)

Dari hasil observasi dan wawancara terkait layanan pada calon penumpang terkait kemampuan pegawai di PT. PELNI. Karyawan yang ada di PT. PELNI sudah ditetapkan pada posisinya masing-masing dan sesuai dengan bidang dan kemampuannya masing-masing dalam melayani penumpang.

Responsiveness (tanggapapan)

Dari hasil observasi dan wawancara terkait layanan pada calon penumpang terkait sikap tanggapapan pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan tempat menyelesaikan dengan cepat seperti pemberitahuan informasi seperti pemberitahuan lewat internet/ situs resmi milik PT. PELNI atau papan informasi, setiap ada perubahan jadwal keberangkatan kapal pihak PT. PELNI selalu memberitahukan informasi lewat online untuk memberi kemudahan pada penumpang. Hasil interview pada penumpang diperoleh informasi bisa diakses menggunakan online, akan tetapi untuk penumpang yang belum paham akan mempersulit juga apalagi untuk kawasan yang susah untuk mendapatkan akses online jadi harus datang ke kantor PT.PELNI Cabang Surabaya sendiri untuk mendapatkan informasi keberangkatan kapal, karena kadang jadwal keberangkatan kapal kadang tidak tepat waktu jadi diharapkan untuk PT.PELNI dalam memberikan informasi selengkap-lengkapannya agar penumpang tahu.

Asusurance (jaminan)

Dari hasil observasi terkait petugas keamanan yang mengontrol dan menjaga agar tidak ada pencurian, penodongan dan bentrokan terhadap penumpang yang datang ke PT. PELNI. Untuk memberikan kenyamanan dan partisipasi agar tidak timbulnya pencopetan, penodongan, dan

bentrokan terhadap penumpang-penumpang PT. PELNI menyediakan petugas keamanan yang siap melindungi penumpang baik pada saat penumpang membeli tiket ataupun penumpang yang berada di pelabuhan untuk memberi kepuasan tersendiri untuk para penumpang akan pelayanan dan jaminan yang diberikan kepada para penumpang apalagi jika menyangkut faktor nyawa manusia.

Emphaty (empati)

Dari hasil observasi terkait kemudahan melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan, seperti keluhan dan sikap ramah para pegawainya. PT. PELNI dalam melakukan hubungan komunikasi antara pegawai PT. PELNI dan penumpang selalu dilakukan setiap penumpang akan bertanya baik pada saat penumpang membeli tiket atau di pelabuhan dan cukup sopan, akan tetapi masih kurang ramah, sehingga penumpang ada yang merasa bingung dan takut untuk bertanya. Dari hasil interview dengan karyawan PT. PELNI bagian penjualan tiket, sikap sopan, ramah, dan empati itu perlu supaya mengetahui seperti apa kepuasan yang didapatkan oleh penumpang dan pelayanan yang diberikan oleh PT. PELNI". Selain interview kepada karyawan PT. PELNI peneliti juga melakukan interview kepada para penumpang berasal dari Kupang memberikan informasi bahwa pelayanan dan sikap karyawan PT. PELNI masih belum memuaskan dalam hal pelayanan yang diharuskan untuk pembayaran dalam via debit sehingga membuat pelanggan yang membawa uang tunai menjadi kesulitan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan Analisa Mengenai Prosedur Pelayanan Penjualan Tiket Kapal Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pelayaran Nasional Indonesia (Persero)

Cabang Surabaya dapat ditarik kesimpulan, bahwa

1. Pelayanan tiket yang diberikan oleh PT. PELNI Cabang Surabaya kepada penumpang masih belum memuaskan dikarenakan untuk pembelian tiket diharuskan untuk menggunakan pembayaran dengan metode pembayaran kartu ATM, kekurangan kantor penjualan tiket, tempat antrian loket tiket yang masih kurang, sehingga menimbulkan saling desak-desakan antar penumpang, sikap pegawai yang masih kurang ramah, sehingga menimbulkan ketidaknyamanan dan keresahan pada penumpang, salah satunya pada saat pembelian tiket Kapal PT. PELNI sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) harus memberikan pelayanan yang baik menunjang para pengguna jasa kapal milik PT. PELNI. Salah satu kualitas pelayanan yang harus menjadi titik utama para penumpang akan tetapi yang menjadi kendala dikarenakan kualitas pelayanannya yang masih kurang.
2. Kepuasan juga termasuk titik utama dalam memberikan layanan terhadap penumpang, jika para penumpang tidak puas akan pelayanan yang diberikan oleh PT. PELNI Cabang Surabaya, maka bisa jadi penumpang akan berpindah ke pihak lain disebabkan karena tidak puasnya pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. PELNI Cabang Surabaya. Berdasarkan hasil observasi, interview, dokumentasi langsung dan hasil wawancara, maka dapat diketahui bahwa kepuasan yang diberikan pihak PT. PELNI Cabang Surabaya masih berada di bawah harapan para penumpang, para penumpang masih kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. PELNI Cabang Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- B.A. Setiono. (2019). Peningkatan Daya Saing Sumber Daya Manusia Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0, *Jurnal Aplikasi Pelayaran dan Kepelabuhanan*, Volume 9 Issue 2 Pages 179-185 <http://pdp-journal.hangtuah.ac.id/index.php/japk/article/view/67/66> DOI: <http://dx.doi.org/10.30649/jurapk.v9i2.67>
- Beni Agus Setiono, Sapit Hidayat. (2022). Influence of Service Quality with the Dimensions of Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Tangibles on Customer Satisfaction, *International Journal of Economics, Business and Management Research*, Volume 6 Issue 09 Pages 330-341, Publisher International Journal of Economics, Business and Management Research Vol. 6, No.09; 2022 ISSN: 2456-7760 <http://dx.doi.org/10.51505/ijebmr.2022.6924>
- Enni Sustiyatik, Beni Agus Setiono, (2019) Pengaruh Product, Price, Promotion, dan Place Terhadap Loyalitas Konsumen, *Jurnal Aplikasi Pelayaran dan Kepelabuhanan*, Volume 10 Issue 1 Pages 75-84
- Burhanuddin. (1994). *Analisis administrasi manajemen dan kepemimpinan pendidikan* (1st ed.). Jakarta: Bumi Aksara.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Handoko, T. H. (1986). *Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Hasibuan, M. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi Revisi). Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (11th ed.). Jakarta: Bumi Aksara.
- Undang-Undang (UU) tentang Pelayaran, Pub. L. No. LN.2008/NO.64 .2008.
- Indrianto, N., & Supono, B. (2013). *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2011). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Mardianto, A. (2014). *Management Recruitmen*. Jakarta: Pinasthika Publisher.
- Moelong, L. J. (2007). *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moelong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rivai, V., & Sagala, E. J. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Samsudin, S. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: CV. Pustaka Setia.
- Sidik, M. (2001). *Optimalisasi Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Dalam Rangka Meningkatkan Kemampuan Keuangan Daerah*. April, 1–14.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sule, T. E., & Kurniawan, S. (2005). *Pengantar Manajemen* (1st ed.). Jakarta: Kencana.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Wati, D. P. (2014). *Pelaksanaan Fungsi*

Pengawasan Pendidikan Agama
Islam Terhadap Guru Pendidikan
Agama Islam. *Journal
Universitas Lampung*, 7.

Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian
Kualitatif, Kuantitatif dan
Penelitian Gabungan* (1st
ed.). Jakarta: Kencana.