

## KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PERUSAHAAN PENYEDIA JASA BONGKAR MUAT DI CILEGON

Mohammad Azzam Yafi Kasgali<sup>1)</sup>, Yesica Novrita Devi<sup>2)</sup>, dan Cintya Dyah Atikasari<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Teknik Bangunan Kapal, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya

<sup>2)</sup>Teknik Bangunan Kapal, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya

<sup>3)</sup>Teknik Bangunan Kapal, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya

E-mail: [azzamyk0@gmail.com](mailto:azzamyk0@gmail.com), [yesica@ppns.ac.id](mailto:yesica@ppns.ac.id), [cintyadyah@ppns.ac.id](mailto:cintyadyah@ppns.ac.id)

### Abstract

This study aims to analyze customer satisfaction regarding service quality at a stevedoring service company in Cilegon. The research was motivated by a persistent gap between customer expectations and actual service received over the past two years, potentially affecting customer loyalty and the company's competitiveness. The method used is the Customer Satisfaction Index (CSI), obtained through questionnaires distributed to 34 active customers. The analysis showed a CSI score of 88.98%, indicating that customers are highly satisfied with the company's services. Moreover, the average level of conformity between customer expectations and actual performance reached 93.74%, suggesting that the company generally meets its customers' expectations. However, several service attributes still fall short of expectations and require further improvement. These findings are expected to serve as a reference for management in formulating strategies for continuous service quality improvement.

**Keywords:** *CSI, Customer Satisfaction, Service Quality, Stevedoring*

### Abstrak

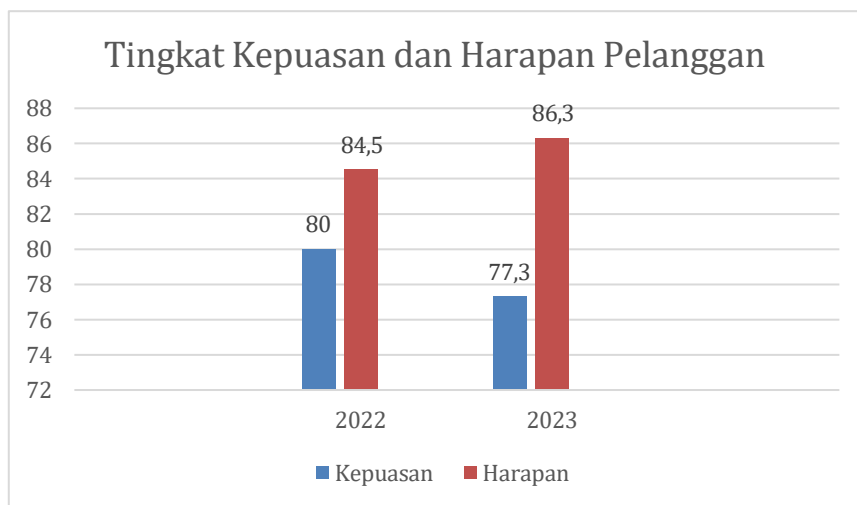
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di perusahaan penyedia jasa bongkar muat di Cilegon. Latar belakang penelitian ini adalah adanya kesenjangan yang konsisten antara harapan pelanggan dengan layanan yang diterima selama dua tahun terakhir, yang dapat berdampak pada loyalitas pelanggan dan daya saing perusahaan. Metode yang digunakan adalah *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang diukur melalui penyebaran kuesioner kepada 34 responden pelanggan aktif. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai CSI sebesar 88,98%, yang mengindikasikan bahwa pelanggan merasa sangat puas terhadap pelayanan perusahaan. Selain itu, rata-rata tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja mencapai 93,74%, menunjukkan bahwa secara umum perusahaan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Namun demikian, beberapa atribut pelayanan masih menunjukkan celah terhadap harapan pelanggan sehingga perlu dilakukan perbaikan lebih lanjut. Temuan ini diharapkan menjadi dasar bagi manajemen dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan.

**Kata kunci:** Bongkar Muat, CSI, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

### 1. Pendahuluan

Dalam sektor perdagangan, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat antar wilayah dapat dilakukan melalui transportasi darat, laut, dan udara. Khususnya di Indonesia sebagai negara maritim, lautan merupakan salah satu akses yang dominan sebagai tempat perdagangan *export* maupun *import* dengan menggunakan transportasi laut yaitu kapal, baik perdagangan yang dilakukan antar wilayah Indonesia ataupun ke negara lainnya.

Kegiatan perdagangan menggunakan kapal, menimbulkan adanya kegiatan bongkar muat barang dari dan ke kapal yang berlangsung di pelabuhan sebagai tempat kapal bersandar. Kegiatan bongkar muat dilakukan oleh perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan perusahaan tersebut biasa disingkat dengan PBM (Perusahaan Bongkar Muat). Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat diutamakan karena kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur keberhasilan perusahaan. Menurut Surti & Anggraeni, (2020), kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka kepuasan konsumen akan meningkat.



Gambar 1. Tingkat Kepuasan dan Harapan Pelanggan

Berdasarkan data tahun 2022 dan 2023, terdapat kesenjangan antara kepuasan dan harapan pelanggan terhadap layanan (PT. XYZ 2024). Pada 2022, kepuasan tercatat sebesar 80, sementara harapan mencapai 84,5. Pada 2023, kepuasan menurun menjadi 77,3, sedangkan harapan meningkat menjadi 86,3. Kesenjangan yang makin lebar ini menunjukkan perlunya evaluasi dan peningkatan kualitas layanan guna memenuhi ekspektasi pelanggan. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: Seberapa besar Tingkat kepuasan pelanggan dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) di Perusahaan Penyedia Jasa Bongkar Muat di Cilegon. Maka tujuan penelitian sebagai berikut: Mengetahui skor kepuasan pelanggan Perusahaan Penyedia Jasa Bongkar Muat di Cilegon.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1 Kualitas Pelayanan Jasa

Menurut pandangan produsen, kualitas adalah kesesuaian terhadap spesifikasi. Dalam hal ini produsen memberikan toleransi tertentu yang dispesifikasikan untuk atribut - atribut kritis dari setiap bagian yang dihasilkan. Dari sudut pandang konsumen, kualitas adalah nilai (*value*), yaitu seberapa baik suatu produk atau jasa menyediakan tujuan yang dimaksudkan dengan tingkat harga yang bersedia dibayar konsumen dalam menilai kualitas Siarmasa, Tjokro, Saleky, Gomies, & Nahuway, (2023). Menurut Tjiptono & Chandra, (2017), kualitas pelayanan mencakup berbagai dimensi yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk memastikan kepuasan pelanggan. Dimensi Pelayanan Jasa meliputi:

#### 1. Bukti fisik (*Tangibels*)

Merupakan bukti fisik yang harus ada dalam proses pelayanan yang ditunjukkan oleh pihak pemberi dalam berbagai bentuk. Aspek tampilan fisik (*tangible*) yang disediakan akan sangat menentukan kepuasan dari pengguna jasa.

#### 2. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan meliputi kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama dalam memberikan jasa secara tepat waktu.

#### 3. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Kesediaan atau kesiapan karyawan untuk membantu pelanggan dan menyampaikan jasa dengan cepat.

#### 4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan sangat membantu dalam meningkatkan rasa kepercayaan pelanggan kepada perusahaan. Dengan memberikan pelayanan dalam menyelesaikan jasa dengan tepat waktu dan memberikan pelayanan dengan sopan dan ramah dengan pelanggan.

#### 5. Perhatian (*Empaty*)

Perhatian karyawan dalam mengetahui dan mengerti apa kebutuhan pelanggan secara individual.

## 2.2 Customer Satisfaction Index (CSI)

*Customer Satisfaction Index* merupakan alat yang digunakan untuk menentukan Tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas jasa yang diukur (Wahono & Minto, 2024). Adapun langkah-langkah yang dilakukan untuk mengetahui besarnya CSI, sebagai berikut (Sibarani, Fauzi, & Anggraini, 2024):

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS). *Mean Importance Score* (MIS) adalah rata-rata dari skor kepentingan suatu atribut. Sedangkan *Mean Satisfaction Score* (MSS) adalah rata-rata skor untuk tingkat kepuasan yang berasal dari kinerja jasa yang dirasakan oleh pelanggan.

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n} \quad (1)$$

Dan

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n} \quad (2)$$

Keterangan:

- $X_i$  : Rata-rata hasil tingkat kepentingan untuk setiap atribut  
 $\sum_{i=1}^k X_i$  : Jumlah total skor kepentingan untuk setiap atribut  
 $Y_i$  : Rata-rata hasil tingkat kepuasan untuk Rata-rata hasil tingkat kepuasan untuk  
 $\sum_{i=1}^k Y_i$  : Jumlah total skor kepuasan untuk setiap atribut  
 $n$  : Jumlah total responden

2. Menghitung *Weight Factor* atau faktor tertimbang. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per indikator terhadap total MIS seluruh indikator.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\% \quad (3)$$

Keterangan:

- $MIS_i$  : Nilai rata-rata kepentingan ke-i  
 $\sum_{i=1}^p MIS_i$  : Total rata-rata kepentingan dari ke-I ke-p

3. Menghitung *Weight Score* (WS) atau skor tertimbang. Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan.

$$WS_i = WFi \times MSS \quad (4)$$

Keterangan:

$WFi$  : Faktor tertimbang ke-i

$MSS$  : Rata-rata tingkat kepuasan

4. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

$$CSI = \frac{\sum WS}{HS} \times 100\% \quad (5)$$

Keterangan:

$\sum WS$  : Total *weight score*

$HS$  : *High Scale*

Setelah memperoleh nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI), langkah selanjutnya adalah melakukan pengkategorian terhadap hasil indeks tersebut. Pada penelitian ini digunakan empat kategori kepuasan pelanggan, dengan masing-masing kategori memiliki rentang sebesar 25%.

Tabel 1.

<u>Kriteria Tingkat Kepuasan Nilai CSI</u>		
Nilai	Interval%	Keterangan
1	0 – 25	Sangat Tidak Puas
2	26 – 50	Tidak Puas
3	51 – 75	Puas
4	76 - 100	Sangat Puat

### 3. Metode Penelitian

Tahapan perencanaan penelitian yang menjadi acuan saat pengimplementasian kegiatan penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

1. Identifikasi Permasalahan, Identifikasi permasalahan merupakan tahap awal penelitian untuk mengenali dan memahami kondisi nyata yang terjadi. Tahap ini bertujuan menemukan kesenjangan antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan perusahaan. Dalam penelitian ini, identifikasi dilakukan dengan mengamati adanya ketidaksesuaian kualitas pelayanan yang berpotensi menimbulkan ketidakpuasan pelanggan. Hasil dari proses ini menjadi dasar dalam merumuskan masalah, tujuan, serta arah penelitian selanjutnya.
2. Perumusan Masalah, Tujuan, dan Manfaat Penelitian
3. Pengumpulan Data
  - a) Primer: Kuesioner kepada pelanggan terkait atribut pelayanan.
  - b) Sekunder: Data internal perusahaan yaitu daftar pelanggan.
4. Penyusunan dan Penyebara Kuesioner
5. Uji Validitas dan Reliabilitas
6. Pengolahan Data CSI
7. Kesimpulan dan Saran

#### 4. Hasil dan Pembahasan

##### 4.1 Uji Validitas

Tabel 2.  
Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan

Kode Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
T1	0,605	0,329	Valid
T2	0,862	0,329	Valid
R3	0,840	0,329	Valid
R4	0,639	0,329	Valid
R5	0,862	0,329	Valid
R6	0,709	0,329	Valid
R7	0,929	0,329	Valid
A8	0,929	0,329	Valid
RS9	0,929	0,329	Valid
RS10	0,898	0,329	Valid
RS11	0,881	0,329	Valid
T12	0,881	0,329	Valid
R13	0,871	0,329	Valid

Kode Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
R14	0,871	0,329	<i>Valid</i>
E15	0,799	0,329	<i>Valid</i>
A16	0,881	0,329	<i>Valid</i>
A17	0,835	0,329	<i>Valid</i>
R18	0,859	0,329	<i>Valid</i>
E19	0,826	0,329	<i>Valid</i>
RS20	0,600	0,329	<i>Valid</i>
E21	0,715	0,329	<i>Valid</i>

Bedasarkan Tabel 2 hasil uji validitas tingkat kepentingan pada atribut dinyatakan valid karena hasil r hitung lebih besar pada r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua atribut pada tingkat kepentingan yang digunakan penelitian ini adalah valid. Setelah mengetahui hasil dari uji validitas pada atribut tingkat kepentingan selanjutnya menguji validitas pada tingkat kinerja. Berikut hasil uji validitas terhadap tingkat Kinerja pada setiap atribut dapat dilihat pada Tabel 3:

Tabel 3.  
Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja

Kode Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
T1	0,611	0,329	<i>Valid</i>
T2	0,582	0,329	<i>Valid</i>
R3	0,590	0,329	<i>Valid</i>
R4	0,499	0,329	<i>Valid</i>
R5	0,621	0,329	<i>Valid</i>
R6	0,465	0,329	<i>Valid</i>
R7	0,751	0,329	<i>Valid</i>
A8	0,777	0,329	<i>Valid</i>
RS9	0,662	0,329	<i>Valid</i>
RS10	0,613	0,329	<i>Valid</i>
RS11	0,759	0,329	<i>Valid</i>
T12	0,767	0,329	<i>Valid</i>
R13	0,821	0,329	<i>Valid</i>
R14	0,736	0,329	<i>Valid</i>
E15	0,660	0,329	<i>Valid</i>
A16	0,698	0,329	<i>Valid</i>
A17	0,693	0,329	<i>Valid</i>
R18	0,693	0,329	<i>Valid</i>
E19	0,613	0,329	<i>Valid</i>
RS20	0,452	0,329	<i>Valid</i>
E21	0,552	0,329	<i>Valid</i>

Bedasarkan Tabel 3 dari hasil uji validitas tingkat kinerja pada atribut dinyatakan valid karena hasil r hitung lebih besar pada r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua atribut pada tingkat kinerja yang digunakan penelitian ini adalah valid.

## 4.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* sebagai indikator statistik. Analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS, berdasarkan data dari 34 responden.

Tabel 4.  
Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan

<i>Variable</i>	<i>Cronbach's Alpha Variabel</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Keterangan</i>
Tingkat Kepentingan	0,976	0,60	Reliabel

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada Tingkat Kepentingan lebih dari 0,6, maka dapat dikatakan bahwa atribut-atribut yang digunakan dalam penelitian ini reliabel, dapat diandalkan, dan data hasil kuesioner dapat digunakan untuk tahap selanjutnya.

Tabel 5.  
Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja

<i>Variable</i>	<i>Cronbach's Alpha Variabel</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Keterangan</i>
Tingkat Kinerja	0,930	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil pada Tabel 5, nilai *Cronbach's Alpha* untuk Tingkat Kinerja menunjukkan angka di atas 0,6. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini terbukti memiliki tingkat reliabilitas yang memadai, sehingga data kuesioner yang diperoleh layak untuk dianalisis pada tahap berikutnya.

## 4.3 Customer Satisfaction Index (CSI)

CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kenyataan dari tiap variabel kualitas pelayanan yang dikembangkan dari variabel *service quality*.

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

Berikut ini di sajikan contoh perhitungan menggunakan Persamaan pada rumus 1 dan 2 sebagai berikut:

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

$$\text{MSS} = \frac{[4+4+4+4...+4]}{34} = 3,88$$

$$2) \text{ MIS} = \frac{\sum_{i=1}^{k34} Y_i}{n}$$

$$\text{MIS} = \frac{[3+4+4+4...+4]}{34} = 3,65$$



2. Menghitung WF (*Weight Factor*) dengan contoh perhitungan menggunakan Persamaan pada rumus 3:

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

$$WF = \frac{3,88}{3,88+3,82+3,74...+3,82} \times 100\%$$

$$WF = 4,87\%$$

3. Menghitung WS (*Weight Score*) dengan contoh perhitungan menggunakan Persamaan pada rumus 4:

$$WS_i = WFi \times MSS$$

$$WS = 4,87 \times 3,65 = 17,76$$

4. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI) menggunakan Persamaan pada rumus 5:

$$CSI = \frac{\sum WS}{HS} \times 100\%$$

$$CSI = \frac{355,92}{4} \times 100\% = 88,98\%$$

Tabel 6.  
Hasil Perhitungan Metode CSI

Atribut	MIS	MSS	WF	WS
T1	3,88	3,65	4,87	17,76
T2	3,82	3,53	4,80	16,92
R3	3,74	3,53	4,68	16,53
R4	3,82	3,44	4,80	16,50
R5	3,82	3,38	4,80	16,22
R6	3,76	3,32	4,72	15,69
R7	3,76	3,41	4,72	16,11
A8	3,76	3,26	4,72	15,41
RS9	3,76	3,53	4,72	16,66
RS10	3,71	3,62	4,65	16,81
RS11	3,74	3,59	4,68	16,81
T12	3,74	3,62	4,68	16,95
R13	3,85	3,59	4,83	17,34
R14	3,85	3,65	4,83	17,62
E15	3,79	3,71	4,76	17,63
A16	3,74	3,65	4,68	17,09
A17	3,85	3,5	4,83	16,91
R18	3,85	3,56	4,83	17,20
E19	3,82	3,74	4,80	17,91
RS20	3,79	3,65	4,76	17,35
E21	3,85	3,82	4,83	18,48
<b>Total</b>	<b>79,74</b>	<b>74,74</b>	<b>100,00</b>	<b>355,92</b>

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 88,98%. Untuk menginterpretasikan tingkat kepuasan pelanggan secara kuantitatif, diperlukan proses klasifikasi terhadap nilai CSI ke dalam beberapa kategori penilaian.

Merujuk pada Tabel 1 yang merupakan kriteria nilai *Customer Satisfaction Index*, nilai CSI yang didapat pada perhitungan sebelumnya sebesar 88,98 %, maka nilai tersebut berada pada interval 76 - 100%, maka tingkat kepuasan pelanggan Perusahaan Penyedia Jasa Bongkar Muat di Cilegon dapat dikategorikan sangat puas.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis pembahsana yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan yaitu hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan penyedia jasa bongkar muat di Cilegon, dengan skor *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 88,98%. Nilai ini mencerminkan bahwa kualitas pelayanan secara umum telah memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan agar kesenjangan antara harapan dan kinerja dapat diminimalkan. Temuan ini dapat dijadikan acuan bagi perusahaan untuk terus melakukan evaluasi dan peningkatan mutu layanan secara berkelanjutan guna menjaga loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing di industri jasa bongkar muat.

## Referensi

- Rahmi, M., & Khairiah Nst, P. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Customer Statisfaktion Index. *Jurnal Matematika*, 15–29.
- Siarmasa, A., Tjokro, C. I., Saleky, S. J., Gomies, S., & Nahuway, V. F. (2023). Pengarus Kualitas Peyanan Terhadap Kepuasan Konsument dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Terapan*, 422-434.
- Sibarani, V. R., Fauzi, M., & Anggraini, R. (2024). Assessing the Passenger Satisfaction of Fast Ship Services at Ulee Lheue Port - Balohan Route in Aceh Province: A Customer Satisfaction Index (CSI) Analysis. *International Journal of Global Optimization and Its Application*, 1-10.
- Surti, I., & Anggraeni, F. N. (2020). Pengarus Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsument. *Sientific Journal Of Reflektion*, 261-270.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). Pemasaran Strategik. yogyakarta: Andi.
- Wahono, Q. F., & Minto, W. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Perusahaan Galangan Kapal dengan Customer Satisfaction Index untuk Strategi Pemasaran Berbasis SWOT. *Vol. 11*, 526-535.