

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka dan Penelitian Terdahulu

2.1.1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk layanan yang memberikan hasil, baik yang berupa kualitas layanan maupun kualitas jasa, dalam penyajiannya yang dilakukan oleh setiap perusahaan sangat beragam, tetapi tujuan pada dasarnya sama yakni dengan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain kualitas pelayanan yang diterima oleh setiap pelanggan dapat dirasakan dengan baik.

Aktivitas pelayanan dalam suatu organisasi atau lembaga pemerintahan akan sangat berperan dalam kelancaran kegiatan organisasi. Pelayanan dalam organisasi pemerintahan dituntut untuk menggunakan waktu yang relatif cepat dan tepat. Hal tersebut merupakan kewajiban yang harus dilakukan bagi organisasi publik, pelayanan yang baik tercermin dari setiap efektivitas dan efisiensi kegiatan yang dilakukan, semakin cepat dan akurat pelayanan yang diberikan maka kualitas pelayanan akan semakin baik. Kepuasan pelanggan akan tercapai jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Pelayanan secara umum dapat diartikan dengan melakukan perbuatan yang hasilnya ditujukan untuk kepentingan orang lain, baik perorangan, maupun kelompok atau masyarakat sebagai bentuk tanggung jawab atas jabatan yang di pegangnya. Menurut keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2003 disebutkan bahwa “Pelayanan adalah segala bentuk kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara/Daerah dalam bentuk barang atau jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun

dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan”. Karena kepuasan pelanggan tergantung pada kualitas jasa yang diterima, kualitas jasa sering dijadikan sebagai tolak ukur bahwa jasa yang diberikan mampu memenuhi keinginan dan harapan pelanggan atau tidak.

Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003, pelayanan publik sekurang-kurangnya meliputi :

1. Prosedur pelayanan : prosedur pelayanan yang diberlakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan.
2. Waktu penyelesaian : waktu penyelesaian diberlakukan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan termasuk pengaduan.
3. Biaya pelayanan : biaya atau tarif pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan.
4. Produk pelayanan : hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
5. Sarana dan prasarana : penyediaan sarana dan prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.
6. Kompetensi petugas pemberi pelayanan : kompetensi petugas pemberi pelayanan harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan.

Dalam menentukan seberapa berkualitas suatu lembaga, perusahaan, atau individu dalam memberikan pelayanan sebuah jasa, Garvin dalam buku Tjiptono (2016:134) mengemukakan ada delapan dimensi kualitas jasa yang bisa digunakan sebagai perencanaan dan analisis strategi, yaitu :

1. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi dan sebagainya.

2. Fitur atau ciri-ciri tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior.
3. Realibilitas (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya
5. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
6. Layanan (*serviceability*), meliputi kecepatan, kompetisi, kemudahan direparasi, serata penanganan keluhan secara memuaskan.
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, missal bentuk fisik mobil yang menarik, memiliki warna, desain dan modelnya.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya demi mendapatkan mutu yang berkualitas.

Menurut Johnston dan Silvestro dalam buku Tjiptono (2016:138), mengelompokkan dimensi kualitas jasa menjadi tiga :

1. *Hygiene factors*, yakni atribut-atribut jasa yang mutlak digunakan demi terciptanya persepsi kualitas jasa yang bagus atau positif, ketidaktepatan penyampaian faktor ini akan menimbulkan persepsi negatif terhadap kualitas jasa. Contohnya seperti perusahaan penerbangan dalam memastikan penumpang akan tiba tepat waktu di tempat tujuan, keterlambatan akan berdampak negative terhadap persepsi kualitas.
2. *Quality-enhancing factors*, yakni atribut-atribut jasa yang bila tingkat kinerjanya tinggi akan berdampak positif pada persepsi kualitas. Contohnya *friendliness* dan *attentiveness* menjaga kebersihan kamar mandi serta ruangan pesawat.

3. *Dual-threshold factors*, yaitu atribut-atribut jasa yang bila tidak ada atau tidak tepat penyampaiannya akan membuat pelanggan mempersepsikan kualitas jasa secara negative, namun bila penyampaiannya dilakukan dengan baik akan bisa diterima pelanggan dengan rasa puas dan akan memberikan dampak positif. Contohnya seperti komunikasi, kesopanan, dan kenyamanan.

Melalui serangkaian penelitian terhadap berbagai macam industry jasa, Pasuraman, dkk, dalam buku Tjiptono (2016:136) berhasil mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas jasa :

1. Reliabilitas.

Meliputi dua aspek utama yaitu kinerja (*performance*) dan sifat dapat dipercaya (*dependability*). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dari sejak awal mampu menyampaikan jasanya secara benar dan memenuhi janjinya secara akurat.

2. Responsivitas atau daya tanggap.

Yaitu kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat, seperti ketepatan waktu pelayanan, pengiriman slip transaksi secepatnya, kecepatan menghubungi kembali pelanggan dan menyampaikan layanan secara cepat.

3. Kompetisi.

Yaitu penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat menyampaikan jasa sesuai kebutuhan pelanggan. Termasuk di dalamnya adalah pengetahuan dan keterampilan karyawan.

4. Akses.

Meliputi kemudahan untuk dihubungi atau ditemui (*approachability*) dan kebutuhan kontak. Hal ini berarti lokasi jasa mudah dijangkau, waktu pengantrian tidak terlalu lama, saluran komunikasi mudah dihubungi, dan jam operasi nyaman.

5. Kesopanan (*cortesy*).
Meliputi sikap santun, respect dan keramahan karyawan.
6. Komunikasi.
Artinya menyampaikan informasi kepada para pelanggan dengan bahasa yang mudah di pahami, selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan termasuk mengenai penjelasan jasa atau layanan yang di tawarkan.
7. Kredibilitas
Yaitu sifat jujur dan dapat di percaya.Meliputi reputasi pribadi karyawan dan interaksi dengan pelanggan (*hard shelling versus soft shelling appoarch*).
8. Kemampuan memahami pelanggan.
Yaitu berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka dengan memberikan perhatian individual dan mengenal pelanggan.
9. Keamanan (*security*).
Yaitu bebas dari bahaya, resiko atau keraguraguan, termasuk di dalamnya keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan financial (*financial security*), privasi dan kerahasiaan (*confidentiality*).
10. Bukti fisik (*tangibles*).
Meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan-bahan komunikasi perusahaan.

Dalam riset selanjutnya, dimensi kualitas jasa tersebut di revisi kembali menjadi lima dimensi sebagai berikut :

1. Reliabilitas (*reliability*).
Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memeberikan layanan/jasa yang akurat sejak pertama kalai tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaiakn jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

2. Daya tanggap (*responsiveness*).

Berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para pelanggan dalam merespon permintaan mereka, menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

3. Jaminan (*assurance*).

Yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.

4. Empati (*empathy*).

Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

5. Bukti fisik (*tangibles*).

Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Pada dasarnya kepuasan merupakan bentuk pelayanan yang tidak berwujud. Hal ini diungkapkan Gronroos yang dikutip oleh Tjiptono (2011:17) menyatakan bahwa pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* (tidak berwujud) yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara konsumen dengan karyawan jasa, sumber daya fisik, barang, atau system penyedia jasa yang di sediakan sebagai solusi atas masalah konsumen. Dari definisi ini, dapat dikatakan bahwa pelayanan merupakan aktivitas yang di berikan kepada konsumen dan pada dasarnya tidak berwujud, disediakan sebagai solusi atau masalah konsumen.

Goetsch dan Davis dalam Hardiyansyah (2011:36), menyatakan bahwa Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan/kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Sedangkan Fandy Tjiptono (2014 : 269) berpendapat bahwa “kualitas yang baik dan positif diperoleh apabila kualitas yang dialami (*experienced quality*) memenuhi harapan pelanggan (*expected quality*).”. maksud dari pernyataan tersebut adalah bila harapan pelanggan tidak realistis, maka persepsi kualitas total (*total perceived quality*) akan rendah, sekalipun kualitas yang dialami memang baik (diukur dengan berbagai ukuran obyektif).

Dari definisi para ahli tersebut, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa dengan meningkatkan kualitas pelayanan, membuat pengguna jasa merasa puas dan dapat memenuhi apa yang di inginkan dan di harapkan, begitu pula bahwa kualitas pelayanan merupakan keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk jasa atau pelayanan yang berpusat pada pelanggan, sebuah organisasi jasa pelayanan diharapkan memberikan produk jasanya atau pelayanan yang dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Berarti dalam hal ini kualitas pelayanan yang prima merupakan faktor utama keberhasilan suatu organisasi.

2.1.2 Fasilitas(*Facilities*).

Salah satu hal penting untuk mengembangkan suatu pelabuhanbesara dalah melalui fasilitas (kemudahan akses). Bahwa fasilitas merupakan hal yang penting untuk diperhatikan dalam usaha jasa kepelabuhanan, terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan oleh pengguna jasa, karena dalam usaha jasa, penilaian konsumen terhadap suatu perusahaan didasari atas apa yang mereka peroleh setelah menggunakan jasa. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek fasilitas

menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan, maka konsumen akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan.

Menurut Tjiptono (2014:317) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata konsumen. Menurut Kotler (2012) fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Seperti fasilitas gedung dan ruangan, tersedia tempat parkir, kebersihan lingkungan, keamanan dan kenyamanan, kelengkapan peralatan, sarana dan prasarana komunikasi. Sedangkan menurut Suryo Subroto (2010:22) fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang atau lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan, yang termasuk fasilitas dapat berupa alat, benda-benda, perlengkapan, ruang tempat kerja.

Fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan, serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Karena dengan tingkat fasilitas yang ada juga sangat memudahkan pelanggan dalam beraktivitas. Suhairisimi Arikunto (2010) berpendapat, "fasilitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan segala sesuatu usaha. Adapun yang dapat memudahkan dan melancarkan usaha ini dapat berupa benda-benda maupun uang.

Fasilitas atau sarana prasarana adalah merupakan salah satu faktor pendukung tercapainya tujuan perusahaan sebagai pelayanan perusahaan jasa kepada pengguna jasa. Istilah sarana dan prasarana sebenarnya sama dengan fasilitas, yang mana dapat diartikan dengan segala sesuatu (baik berupa fisik dan uang) yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha. Oleh karena jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagai mana barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas.

Fasilitas fisik merupakan salah satu indikator mengenai baik tidaknya kualitas suatu jasa dan erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Dalam hal ini fasilitas pelabuhan sangat berperan dalam kemajuan perekonomian khususnya di Indonesia. Di pelabuhan ada beberapa fasilitas pokok yang harus dipenuhi untuk menunjang suatu pelabuhan antara lain :

1. Kantor administrasi

Tempat untuk proses pelayanan, pengajuan dan proses administrasi yang dilengkapi dengan fasilitas menunjang seperti, komputer, mesin ketik, toilet, masjid tempat parkir, ruang tunggu loket, dll.

2. Dermaga

Dermaga adalah suatu bangunan pelabuhan yang digunakan untuk merapat dan menambatkan kapal yang melakukan bongkar atau muat barang dan menaik atau menurunkan penumpang dan biasanya dermaga dilengkapi fasilitas seperti bolder atau tempat diikat nyatali dari kapal ke dermaga, fender atau karet yang berfungsi untuk melindungi lambung kapal dari benturan dermaga.

3. Gudang (*warehouse*)

Gudang adalah tempat untuk menyimpan barang yang diturunkan dari kapal sebaliknya waktu yang lama, namun tidak semua barang yang dibongkar dari kapal disimpan di gudang atau lapangan penumpukan.

4. Lapangan kontainer (*container yard*)

Lapangan kontainer (*container yard*) adalah suatu tempat yang digunakan untuk menumpukkan container atau peti petikemas yang berisi muatan atau pun kosong yang akan dikapalkan atau baru diturunkan.

5. Kolam Pelabuhan

Kolam pelabuhan adalah lokasi tempat di mana kapal berlabuh, berolah gerak, melakukan aktivitas bongkar muat, mengisi perbekalan yang terlindung dari ombak dan mempunyai kedalaman yang cukup untuk kapal yang beroperasi dipelabuhan itu.

7. Kepanduan

Pemanduan adalah kegiatan pandu dalam membantu, memberikan saran, informasi kepada nakoda tentang kondisi pelabuhan, perairan, dan alur pelayaran.

Dari pemaparan di atas, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa fasilitas berarti segala sesuatu yang bersifat fisik maupun material, yang dapat memudahkan terselenggaranya suatu kegiatan. Fasilitas yang memadai dapat mempermudah suatu interaksi antara pegawai dengan konsumen, atau konsumen dengan partner kerja. Oleh karena itu merupakan hal yang penting bagi suatu pemerintahan khususnya kantor (KSOP) Banjar Masin sebagai operator pelabuhan untuk melengkapi fasilitas-fasilitas yang menunjang di semua wilayah pelabuhan. Sejauh ini fasilitas/ sarana dan prasarana pelabuhan sebagai tolak ukur keberhasilan suatu pelabuhan yang besar sebagai rodaperekonomian, khususnya di wilayah (KSOP) Banjar Masin. Dalam hal ini berarti fasilitas mempunyai hubungan yang positif terhadap kepuasan pengguna jasa.

2.1.3 Kedisiplinan(*Discipline*).

Suatu organisasi akan berkembang dengan baik tergantung pada sumber daya yang tersedia, baik sumber daya manusia maupun sumber daya lainnya. Sumber daya manusia sangat dibutuhkan dalam organisasi swasta maupun organisasi pemerintahan, khususnya dalam aktivitas pelayanan. Aktivitas pelayanan dalam suatu organisasi atau lembaga akan sangat berperan dalam kelancaran kegiatannya. Dalam melaksanakan tugasnya untuk mewujudkan kinerja yang baik maka seorang pegawai membutuhkan kedisiplinan dan motivasi agar perilaku dalam bekerja dapat mencapai tujuan organisasi (Apriyanti:2012). Selain itu Menurut Edy Sutrisno (2016:89) disiplin adalah “perilaku seseorang yang sesuai dengan peraturan, prosedur kerja yang ada atau disiplin adalah sikap, tingkah laku, dan perbuatan yang sesuai dengan peraturan dari organisasi baik tertulis maupun tidak tertulis.”Helmi dalam Barnawi dan Arifin (2012) menyatakan kedisiplinan sebagai suatu sikap dan perilaku yang berniat untuk menaati segala peraturan organisasi. Selanjutnya menurut Hasibuan (2013;193) mengatakan bahwa“Kedisiplinan adalah kesadaran dan kesediaan seseorang menaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku”.Pandangan ini menjelaskan bahwa suatu kerelaan dan kesediaan seseorang dalam menaati peraturan yang berlaku tanpa paksaan.Hasibuan menambahkan bahwa disiplin diartikan apabila pegawai datang tepat waktu, mengerjakan pekerjaannya dengan baik, dan menaati semua peraturan yang berlaku.

Veithzal Rivai (2009) menjelaskan bahwa, disiplin kerja memiliki beberapa komponen seperti :

1. Kehadiran

Hal ini menjadi indikator yang mendasar untuk mengukur kedisiplinan, dan biasanya karyawan yang memiliki disiplin kerja rendah terbiasa untuk terlambat dalam bekerja.

2. Ketaatan

Ketaatan yang dimaksud pada peraturan kerja. Karyawan yang taat pada peraturan kerja tidak akan melalaikan prosedur kerja dan akan selalu mengikuti pedoman kerja yang ditetapkan oleh perusahaan. Ketaatan pada standar kerja. Hal ini dapat dilihat melalui besarnya tanggung jawab karyawan terhadap tugas yang diamanahkan kepadanya.

3. Tingkat kewaspadaan tinggi

Karyawan memiliki kewaspadaan tinggi akan selalu berhati-hati, penuh perhitungan dan ketelitian dalam bekerja, serta selalu menggunakan sesuatu secara efektif dan efisien.

4. Bekerja etis

Beberapa karyawan mungkin melakukan tindakan yang tidak sopan ke pelanggan atau terlibat dalam tindakan yang tidak pantas. Hal ini merupakan salah satu bentuk tindakan indisipliner, sehingga bekerja etis sebagai salah satu wujud dari disiplin kerja karyawan.

Handoko (2010) berpendapat bahwa indikator disiplin kerja pegawai antara lain adalah sebagai berikut :

1. Ketepatan waktu merupakan sesuai atau tidaknya dengan waktu yang telah ditetapkan oleh organisasi dengan apa yang dilakukan oleh seorang pegawai. Ketepatan waktu meliputi ketepatan waktu datang, ketepatan waktu pulang, dan ketepatan pegawai dalam mengerjakan tugas.
2. Kepatuhan pegawai merupakan kepatuhan pegawai terhadap standar kerja dan terhadap peraturan yang berlaku. Dari pemaparan para ahli diatas dapat peneliti simpulkan bahwa, kedisiplinan kerja pegawai adalah sikap taat, patuh, dan kesungguhan pegawai untuk melaksanakan kewajiban dan tanggung jawab sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku, kedisiplinan pegawai juga menjadi suatu citra baik atau buruk nya kualitas pelayanan penyediaan jasa. Dalam hal ini disiplinnya pegawai dalam organisasi

khususnya kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan (KSOP) Kelas III Banjar Masindituntut untuk selalu tepat waktu dan bertanggung jawab batas jabatan yang di pegangnya. Kedisiplinan tersebut merupakan standar kewajiban yang harus dipatuhi bagi organisasi publik, berawal dari pegawai yang disiplin maka akan tercapai suatu efektivitas dan efisiensi kerja dan berdampak pada pelayanan yang prima. Kedisiplinan dari pegawai bias menjadi tolak ukur seberapa besar kualitas SDM dari sebuah perusahaan, dalam penyelenggaraan kedisiplinan, sumber daya manusia adalah salah satu factor penting yang dibutuhkan dalam organisasi. Dari uraian diatas, terlihat bahwa ke disiplin kerja pegawai berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan.

2.1.4 Komunikasi (*Communication*).

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubahsikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media). Bahwa komunikasi antar manusia adalah proses yang melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan, kelompok, organisasi dan masyarakat yang merespon dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain.

Menurut Handoko (2011:272), “komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang keorang lain”. Wibowo (2013) berpendapat, komunikasi merupakan aktifitas penyampaian apa yang ada dipikiran, konsep apa yang kita miliki dan keinginan yang ingin kita sampaikan pada orang lain, atau sebagai seni mempengaruhi orang lain untuk memperoleh apa yang kita inginkan. Aktifitas komunikasi dalam instansi pemerintah senantiasa disertai dengan adanya tujuan-tujuan, diantaranya adalah keberhasilan dalam tugas karyawan dalam memberikan pelayanan yang prima terhadap pengguna jasa.

Edwin B Flippo dalam Mangkunegara (2011:145) berpendapat bahwa komunikasi adalah aktivitas yang menyebabkan orang lain menginterpretasikan suatu ide, terutama yang dimaksudkan oleh pembicara atau penulis. Sedangkan menurut Hovland, Janis dan Kelley dalam Muhammad (2009:4) mengatakan bahwa "Communication is the process by which an individual transmits stimuli (usually verbal) to modify the behaviour of other individuals". Komunikasi menurut Joseph A. DeVito (2011:24) pada bukunya menyatakan bahwa "Komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik". Sedangkan komunikasi menurut Nurdin (2016:118) "proses komunikasi adalah usaha menyampaikan suatu gagasan untuk menerima umpan balik dari gagasan yang kita sampaikan". Faktor utama dalam berkomunikasi adalah etika. bahwa etika komunikasi itu bagaimana tutur bahasa yang sopan, nada bicara yang lembut dan bahkan mimik wajah yang ramah ditunjukkan kepada lawan bicara (pelanggan). Etika komunikasi manusia dalam kehidupannya harus dan selalu berkomunikasi, namun adapun tata cara dalam berkomunikasi atau bisa dikatakan juga etika dalam berkomunikasi merupakan hal yang harus diperhatikan. Etika komunikasi menjadi hal terpenting dalam menjalin hubungan yang baik antar pribadi, organisasi maupun hubungan terhadap pelayanan perusahaan, hubungan baik akan tercipta dengan sendirinya apabila adanya etika komunikasi. Etika komunikasi menjadi isangat baik dengan orang lain. Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu kegiatan mengirimkan pesan atau berita dari pengirim pesan dan diterima oleh penerima pesan sehingga pesan dapat dipahami dan dapat mempengaruhi penerima pesan. Dengan bahasa yang sopan dan santun serta bertanggung jawab

atas yang dikatakannya. Dalam hal ini komunikasi yang baik antara pegawai Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan (KSOP) Kelas III Banjar Masin dengan penggunajasa/pelanggan dapat meningkatkan kualitas kerjasama yang baik pula. Semakin cepat dan tepat serta akurat dalam memberikan informasi maka kepuasan pengguna jasa akan semakin meningkat dan menjadi citra yang baik bagi suatu organisasi, berarti pegawai sudah berupaya memberikan pelayanan terbaik.

2.1.5 Kepuasan Pengguna Jasa (*Customer Satisfaction*).

Kepuasan penggunajasa/pelanggan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi atau jasa yang didapatkan. Secara umum, kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari perbandingan antara produk/jasa yang telah didapatkan sesuai atau tidak dengan harapannya. Pelanggan akan merasa puas jika produk dan pelayanan (*service*) sama atau melebihi dari harapan pelanggan. Menurut Tse dan Wilton dalam Tjiptono (2012:311) kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Kepuasan pelanggan bukanlah konsep absolut, melainkan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan pelanggan. Operasionalisasi pengukuran kepuasan pelanggan bisa menggunakan sejumlah faktor, seperti ekspektasi, tingkat kepentingan (*importance*), kualitas kerja (*performance*), dan faktor ideal. Sedangkan menurut Kotler (2009) kepuasan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa.

Kepuasan konsumen dapat dirasakan setelah konsumen membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan interaksi barang/jasa dengan harapan dari konsumen itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman mereka dalam interaksi suatu barang/jasa. Kepuasan konsumen merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Dimana 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 Kotler dan Keller (2014:150), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Menurut Tse dan Wilton dalam Fandy Tjiptono (2016:206) kepuasan pelanggan sebagai berikut: "Respon konsumen pada evaluasi persepsi terhadap perbedaan antara ekspektasi awal (atau standar kinerja tertentu) dan kinerja actual produk sebagaimana dipresepsikan setelah konsumsi produk". Sedangkan menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) kepuasan pelanggan sebagai berikut: "Suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam keputusan".

Berdasarkan pengertian para ahli tersebut dapat disimpulkan jika kepuasan pengguna jasa merupakan tingkat tanggapan seseorang atau pelanggan atas persepsi suatu produk dan jasa yang mereka rasakan. Persepsi pelanggan berdasarkan pengalaman yang didapatkan, hal ini merupakan sebuah penilaian positif atau pun negative. Apabila persepsinya dibawah harapan maka pelanggan akan merasa kecewa begitu pula sebaliknya apabila persepsi sesuai harapan atau diatas

harapan maka pelanggan akan merasa senang dan merasa terpuaskan, sertamenjadi dasar terciptanya pemakaian ulang / loyalitas

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Pada tabel dibawah ini akan dijelaskan tentang penelitian terdahulu, dimana di dalam penelitian terdahulu terdapat variabel penelitian, yang akan di jelaskan secara ringkas berkaitan dengan variabel penilitian dan analisis penelitian yang akan dilakukan teknik analisa serta hasil penelitian adalah sebagai berikut :

Pada tabel 2.2 di bawah ini dijelaskan jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini berfokus pada variable fasilitas(*facilities*).

Tabel 2.2

Rujukan penelitian untuk variabel fasilitas(*facilities*).

Judul	Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan PenggunaJasa Bongkar Muat Petikemas Pada PT. Pelabuhan Indonesia (Persero) CabangMerauke.
Penulis Jurnal	Tersisius Kana (2016)
Variabel Penelitian	Variabel bebas yang digunakan : - Lokasi - Fasilitas - KepuasanPenggunaJasa
Metode Analisis	Teknik pengumpulan data dengan wawancara, kuesioner, dan studikepustakaan. Analisis data menggunakanpengolahan data deskriptif dan metodekuantitatif.
Hasil Penelitian	Dari hasilpenelitiandisimpulkanvariabellokasi (X1) dan fasilitas (X2) bersama-sama mempunyai pengaruhpositif terhadapkepu

	sanpenggunajasa pada PT. Pelindo IV (Persero) CabangMerauke.
Hubungan dengan Penelitian	Dari kesimpulan jurnal terdahulu, terdapat variabel yang sama dan berkaitan erat dengan penelitian penulisan saat ini yaituvariabelfasilitas.

Pada tabel 2.3 di bawah ini dijelaskan jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini berfokus pada variabel disiplin (*discipline*).

Tabel 2.3

Rujukan penelitian untuk variabel disiplin(*discipline*).

Judul	Pengaruh Disiplin Kerja Karyawan Dan Motivasi Kerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Graha Service Indonesia.
Penulis Jurnal	Abdul Muis (2017)
Variabel Penelitian	- Disiplin Kerja - Motivasi Kerja - Kepuasan Pelanggan
Metode Analisis	Teknik pengumpulan data berupa metode survei.
Hasil Penelitian	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa disiplin kerja dan motivasi kerja bersama-sama memberi pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
Hubungan dengan Penelitian	Dari kesimpulan jurnal terdahulu, terdapat variabel yang sama dan berkaitan erat dengan penelitian penulisan saat ini yaitu : Variabel Disiplin.

Pada tabel 2.4 di bawah ini dijelaskan jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini berfokus pada variabel komunikasi (*communication*).

Tabel 2.4

Rujukan penelitian untuk variabel komunikasi (*communication*)

Judul	Kualitas Pelayanan Jasa Keagenan Kapal Dan Komunikasi Interpersonal Pada Perusahaan Pelayaran.
Penulis Jurnal	Anton PangihutanDkk, (2016)
Variabel Penelitian	- Kualitas Pelayanan - Komunikasi Interpersonal - Kepuasan Pengguna Jasa
Metode Analisis	Teknik penelitian. Dan data analisis menggunakan uji korelasi, serta regresi berganda.
Hasil Penelitian	Berdasar kan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan memiliki hubungan signifikan baik secara persial maupun simultan dengan variabel kepuasan pengguna pelangggan.
Hubungan dengan Penelitian	Dari kesimpulan jurnal terdahulu, terdapat variabel yang sama dan berkaitan erat dengan penelitian penulisan saat ini yaitu : Variabel Komunikasi

Pada tabel 2.5 di bawah ini dijelaskan jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini berfokus pada variable lpengguna jasa (*customer satisfaction*).

Tabel 2.5

Rujukan penelitian untuk variabel kepuasan pengguna jasa (*customer satisfaction*)

Judul	KepuasanPenggunaJasaTransportasiUntukMeningkatkanLoyalitas
Penulis Jurnal	EuisSaribanonDkk, (2016).
Variabel Penelitian	- Kualitaslayanan - HargaTiket - KepuasanKonsumen/PenggunaJasa - Loyalitas
Metode Analisis	Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah <i>purposive sampling</i> . Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode <i>Path Analysis</i> .
Hasil Penelitian	Dari hasilpenelitiannyadapat di simpulkanbahwa variabel kualitas dan variabelharga terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan. Kepuasan konsumen dapat menjadi variabel <i>intervening</i> antara kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen dapat menjadi variabel <i>intervening</i> antara harga tiket untuk loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan adalah signifikan.
Hubungan dengan Penelitian	Dari kesimpulan jurnal terdahulu, terdapat variabel yang sama dan berkaitan erat dengan penelitian penulisan saat ini yaitu : KepuasanPenggunaJasa

Penelitian yang dilakukan oleh Tarsisius Kana yang berjudul Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengguna Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan (KSOP) Kelas III Banjar Masin. Menggunakan variabel Lokasi, Fasilitas, dan Kepuasan Pengguna Jasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan pengguna jasa. Hasil penelitian menunjukkan variabel lokasi dan fasilitas secara bersamaan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna jasa pada Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan (KSOP) Kelas III Banjar Masin .

Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Muis, 2017. Dengan menggunakan variabel Disiplin kerja, Motivasi kerja, dan Kepuasan pengguna jasa. Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui (1) Pengaruh disiplin kerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan, (2) Pengaruh motivasi kerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan, (3) Pengaruh disiplin kerja karyawan dan motivasi kerja karyawan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil penelitian menyebutkan bahwa, (1) Disiplin kerja memberi pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2) Motivasi kerja memberi pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Anton pangihutan Dkk, 2016. yang berjudul Kualitas Pelayanan Jasa Keagenan Kapal Dan Komunikasi Interpersonal Pada Perusahaan Pelayaran. Dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan, komunikasi interpersonal, kepuasan pengguna jasa pada PT. Buana Listya Tama. Dari ketiga variabel ini memiliki nilai mean pada kategori “setuju” dengan demikian, maka bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, komunikasi interpersonal dan kepuasan pelanggan terhadap PT. Buana Listya Tama berada dalam kategori baik

Penelitian yang dilakukan oleh EuisSaribanonDkk, 2016.yang berjudul Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Untuk Meningkatkan Loyalitas. Dari hasil penelitiannya dapat di simpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan.Berdasarkan perhitungan menunjukkan bahwa variabel harga tiket terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan.Kepuasan konsumen dapat menjadi variabel *intervening* antara kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen.Kepuasan konsumen dapat menjadi variabel *intervening* antara harga tiket untuk loyalitas konsumen.Berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan adalah signifikan.

2.2 Hipotesis

Hipotesis atau hipotesa adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya.Hipotesis ilmiah mencoba mengutarakan jawaban sementara terhadap masalah yang akan diteliti. Hipotesis menjadi teruji apabila semua gejala yang timbul tidak bertentangan dengan hipotesis tersebut.Dalam upaya pembuktian hipotesis peneliti dapat saja dengan sengaja menimbulkan atau menciptakan suatu gejala.Kesengajaan ini disebut percobaan atau eksperimen.

Pendapat hipotesis menurut Hadi Sabari Yunus (2010 : 243) hipotesis adalah suatu keterangan sementara tentang suatu fakta yang diamati. Sementara itu Sugiyono (2011 : 64) mengatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat. Pendapat lain dikemukakan oleh Iqbal Hasan (2009 : 13)) bahwa hipotesis masih bersifat sementara dan masih harus di uji kebenarannya.

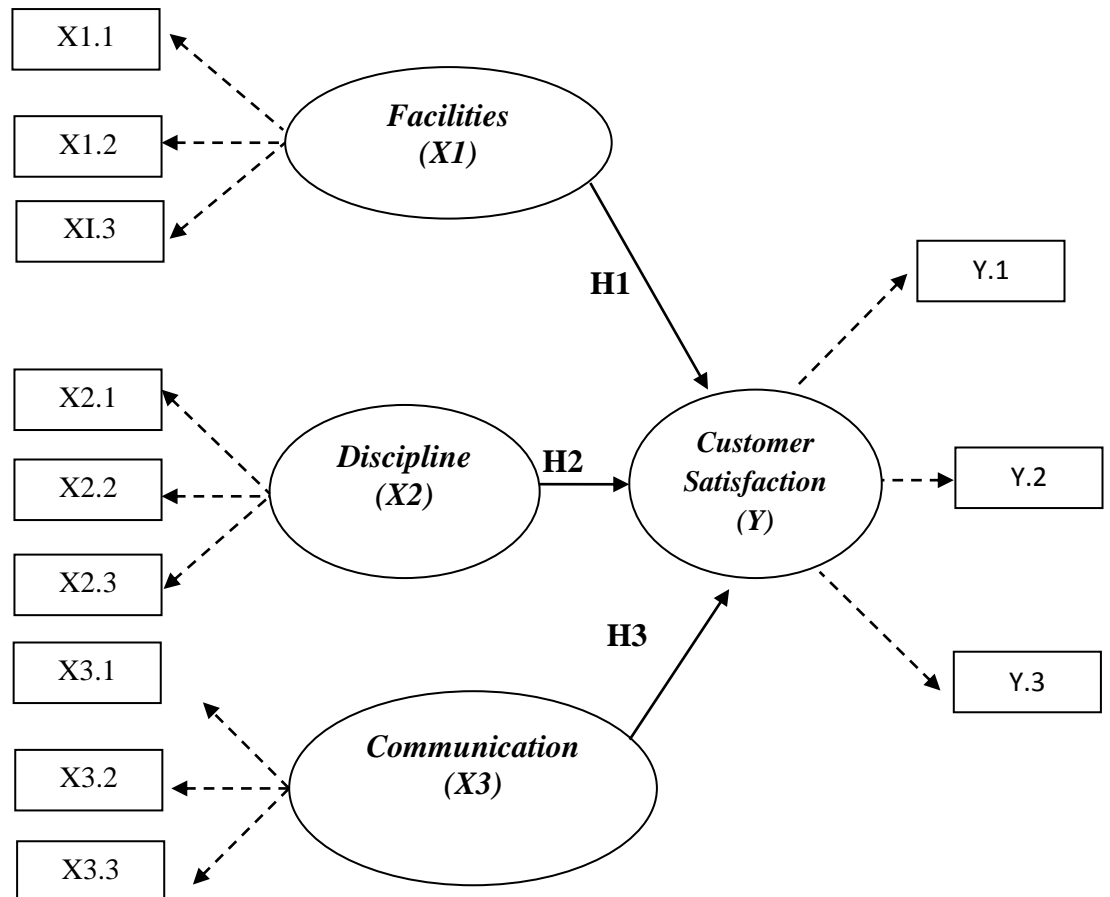
Jadi dapat ditarik kesimpulan hipotesis adalah pernyataan atau dugaan bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang

kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris. Dalam suatu penelitian hipotesis merupakan pedoman karena data yang dikumpulkan adalah data yang berhubungan dengan variabel-variabel yang dinyatakan dalam hipotesis tersebut. (Wesli, 2015). Maka untuk memberikan jawaban sementara atas masalah yang dikemukakan diatas maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

- H1 Diduga variabel *facilities* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* di Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan (KSOP) Kelas III Banjar Masin
- H2 Diduga variabel *discipline* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* di Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan (KSOP) Kelas III Banjar Masin
- H3 Diduga variabel *communicaton* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* di Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan (KSOP) Kelas III Banjar Masin

2.3. Kerangka Pemikiran

Gambar.2.2 (Kerangka Pemikiran).



□ = Indikator → = Mempengaruhi

○ = Variabel - - - - - → = Dipengaruhi

H = Hipotesis

Indikator variabel independent (X1) *facilities*. (Tersisius Kana, 2016) :

X_{1.1} = Kelengkapan fasilitas yang dimiliki

X_{1.2} = Kenyamanan dan keamanan

X_{1.3} = Kebersihan lingkungan

Indikator variabel independent (X2) *discipline*. (Abdul Muis, 2017) :

X_{2.1} = Kecepatan waktu dalam melakukan pelayanan

X_{2.2} = Memiliki rasa tanggung Jawab

X_{2.3} = Kepatuhan pegawai

Indikator variabel independent (X3) *communication* (Anton Pangihutan Dkk, 2016):

X_{3.1} = Melayani dengan bahasa yang sopan dan santun

X_{3.2} = Keteptan dalam memberikan informasi

X_{3.3} = Inisiatif pegawai dalam merespon keluhan pelanggan

Indikator variable dependen (Y) *customer satisfaction* (Euis Saribanon, Dkk, 2016) :

Y₁ = Kesesuaian harapan

Y₂ = Minat untuk selalu menggunakan jasa

Y₃ = Perasaan puas dan memberikan tanggapan positif

2.4. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Penelitian

Tahapan pelaksanaan kegiatan penelitian merupakan tahapan perencanaan dan rangkaian proses yang akan ditempuh oleh peneliti untuk menyelesaikan suatu penelitian, adapun alur penelitiannya adalah sebagai berikut :

Gambar. 2.3 (Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Penelitian)

