

KUALITAS PELAYANAN JASA KEAGENAN KAPAL DAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL PADA PERUSAHAAN PELAYARAN

SERVICES QUALITY OF SHIP AGENCY SERVICES AND INTERPERSONAL COMMUNICATION IN SHIPPING COMPANIES

Anton Pangihutan

STMT Trisakti

stmt @indosat.net.id

Muhammad Thamrin

STMT Trisakti

stmt @indosat.net.id

Asep Suparman

STMT Trisakti

stmt @indosat.net.id

ABSTRACT

The study aimed to analyze the relationship of services quality of ship agency, interpersonal communication with user satisfaction in PT Buana Listya Tama, both partially and simultaneously. The research uses quantitative methods by doing survey, and the data were analyzed using correlation and regression. The results show that the variables of interpersonal communication and service quality have a significant relationship either partially or simultaneously with customer satisfaction. Variable quality of service has a positive and significant correlation with t value of 4.905 and greater than t table of 1.998 so that H_0 is rejected and H_a is accepted. Interpersonal communication variables also has a positive correlation with customer satisfaction with the value of t count equals to 6,108 and greater than t table of 1.998 so that H_0 is rejected and H_a is accepted. Through the F test it is found that the quality of service and interpersonal communication are simultaneously correlated with satisfaction where the F count is larger than F table ($90.839 > 2.75$) so that H_0 is rejected and H_a is accepted. The coefficient of determination (R Square) between variables is 0.749 or 74.9%. The amount of the contribution of service quality and interpersonal communication on customer satisfaction is 74.9%, whereas 25.1% influenced by other factors not examined.

Keywords: *quality of services, ship agency, communication.*

ABSTRAK

Penelitian bertujuan menganalisis hubungan kualitas pelayanan jasa keagenan kapal, komunikasi interpersonal dengan kepuasan pengguna jasa pada PT Buana Listya Tama, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan survei, dan data dianalisis menggunakan uji korelasi, serta regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan memiliki hubungan signifikan baik secara parsial maupun simultan dengan variabel kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan memiliki korelasi positif dan signifikan dengan nilai t hitung sebesar 4,905 dan lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,998 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Variabel komunikasi interpersonal juga memiliki korelasi yang positif dengan kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung sebesar 6,108 dan lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,998 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Melalui uji F didapatkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal secara simultan memiliki korelasi dengan variabel kepuasan dengan nilai F hitung yang lebih besar dari pada F tabel ($90,839 > 2,75$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai koefisien determinasi (R Square) antar variabel adalah 0,749 atau 74,9%. Besarnya kontribusi kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan adalah 74,9%, sedangkan 25,1% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, keagenan kapal, komunikasi.

PENDAHULUAN

Di masa sekarang ini, perdagangan bebas kian menjadi konsep ekonomi yang dianut oleh banyak negara di dunia termasuk Indonesia. Perdagangan bebas menurut Kootali (2008) dapat diartikan dengan penjualan produk antar negara tanpa pajak ekspor-impor atau hambatan perdagangan lainnya. Dengan diterapkannya perdagangan bebas di Indonesia maka arus barang dari atau ke Indonesia diharapkan akan meningkat tajam. Oleh karena itu, sarana transportasi yang efisien dan efektif sangat penting dalam rangka menciptakan biaya operasional angkutan pada tingkat minimum. Salah satu sarana transportasi yang relatif murah dengan kapasitas besar untuk menunjang kegiatan ekspor dan impor adalah transportasi melalui laut.

Demi mendukung dan melindungi industri pelayaran dalam negeri, pada 2005 pemerintah Indonesia mengambil langkah tegas dengan mulai menerapkan Asas *Cabotage* (Inpres No.5 Tahun 2005). Menurut Apriliyanto, *et al* (2014), kebijakan ini hanya mengizinkan kapal berbendera Indonesia berlayar dan mendistribusikan barang di perairan Indonesia. Peraturan tersebut juga mengatur bahwa kapal berbendera Indonesia harus dimiliki oleh pihak dalam negeri sekurangnya 51%. Delapan tahun kemudian pada 2013, penerapan Asas *Cabotage* terbukti berhasil menggairahkan industri pelayaran dalam negeri. Pencapaian menakjubkan ini dapat dilihat dari peningkatan signifikan pangsa pasar industri pelayaran nasional dari hanya 54% atau sekitar 101,3 juta ton dari

total 187,6 juta ton volume kargo pelayaran domestik pada 2004 menjadi 98,85% atau sekitar 350,93 juta ton dari 355,02 juta ton volume kargo pelayaran domestik pada saat ini.

Jumlah armada kapal nasional yang melonjak drastis dari hanya 6.041 unit atau 5,67 juta *gross tonnage* (GT) pada 2004 menjadi 12.774 unit atau sekitar 18,2 juta GT pada 2013 (Damayanti, 2014). Berbagai prestasi dan pencapaian tersebut merefleksikan cernahnya prospek industri pelayaran nasional di masa mendatang. Pertumbuhan industri pelayaran domestik diprediksi mencapai 6-7% di tahun 2014. Pemerintah juga diperkirakan akan terus menerapkan Asas *Cabotage* mengingat betapa pentingnya kebijakan itu terhadap perekonomian nasional. Tidak hanya itu, pertumbuhan ekonomi Indonesia yang diproyeksikan masih di atas 5% di tahun 2015 mengindikasikan bahwa secara umum iklim usaha pada 2015 akan tetap baik dan tentunya akan membawa pengaruh positif terhadap industri pelayaran Indonesia (www.worldbank.org).

Dengan berkembangnya industri pelayaran seperti sudah disampaikan di atas, maka kebutuhan layanan pelayaran akan terus menerus ada. Hal ini memaksa perusahaan pelayaran untuk bersaing mendapatkan pelanggan. Dikarenakan industri pelayaran bergerak dibidang jasa, maka persaingan yang ada, akan dilakukan dengan saling berlomba memberikan layanan yang memuaskan kepada konsumen dan memberikan informasi melalui komunikasi interpersonal kepada

pelanggan melalui setiap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan (Zulian, 2010). Layanan pada perusahaan pelayaran akan menentukan apakah perusahaan tersebut mampu bersaing di pasar global atau tidak. Syarat sederhana yang harus dipenuhi oleh perusahaan pelayaran tersebut adalah kemampuan perusahaan tersebut dalam menyediakan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat.

Manajemen sebuah perusahaan pelayaran dituntut kecepatan dan ketepatannya dalam merespon apa yang dibutuhkan masyarakat saat ini. Sebagai perusahaan jasa, perusahaan pelayaran harus berorientasi pada kualitas pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang diberikan harus mampu menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Adapun manfaat dari kepuasan pelanggan tersebut adalah meningkatkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggan, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan memungkinkan terciptanya rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, sehingga semakin banyak orang menggunakan jasa perusahaan (Tjiptono, 2005).

Komunikasi interpersonal dianggap sebagai salah satu strategi untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang efektif antara organisasi dengan publik. Komunikasi interpersonal memiliki fungsi untuk membantu mengumpulkan informasi mengenai individu, sehingga dapat memprediksikan respon yang akan

timbul. Hal tersebut didukung oleh De Vito (2007) yang mengatakan bahwa komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antara orang secara tatap muka sehingga memungkinkan setiap pesertanya untuk menangkap reaksi orang lain secara langsung. Dengan demikian, jika dilihat dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penting bagi para pengusaha penyedia jasa pelayaran untuk menggali bagaimana kepuasan para pengguna jasa/pelanggan, terutama dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan dan komunikasi interpersonal dari pegawai kepada konsumen/pengguna.

Komunikasi interpersonal menurut De Vito (2007) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi agar tercipta komunikasi interpersonal yang efektif. Kelima aspek tersebut adalah keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif dan kesetaraan. Apabila kelima aspek tersebut dapat dipenuhi maka kepuasan pelanggan dapat tercapai. Kegiatan penjualan dan pemasaran dari PT Buana Listya Tama didukung oleh tim pemasaran yang berada di Jakarta. Perusahaan melaksanakan semua kegiatan pemasarannya sendiri. Hal ini karena perusahaan meyakini pentingnya mempertahankan kontrol atas kegiatan pemasaran ini terkait nilai strategis dari informasi pelanggan-pelanggan perusahaan atas kegiatan usahanya. Perusahaan memperoleh pelanggan dan menerima permintaan untuk jasa pengangkutan melalui perantara (*broker*) pelayaran serta dengan kontak langsung dengan perusahaan yang dilakukan oleh tim pemasaran dan penjualan perusahaan.

Sebagai bagian dari tim pemasaran dan penjualan, perusahaan memiliki beberapa perwakilan layanan pelanggan (*customer service*) yang didedikasikan khusus untuk fokus pada satu atau beberapa klien utama, dalam rangka memenuhi kebutuhan klien-klien tersebut. PT Buana Listya Tama selalu mengedepankan pelayanan yang berkualitas, dengan berusaha untuk menyediakan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan. Akan tetapi, pada kenyataannya usaha yang dilakukan PT Buana Listya Tama selama ini belum memiliki hasil yang sesuai dengan harapan (Tabel 1).

Tabel 1. Pendapatan PT Buana Listya Tama

Tahun	2011	2012	2013	2014
Pendapatan	\$ 104.633.750	\$ 69.789.953	\$ 47.401.704	\$ 36.007.333

Sumber: Laporan Tahunan PT Buana Listya Tama 2014

Melihat pertumbuhan pendapatan yang tidak sesuai harapan serta penurunan jumlah pendapatan setiap tahunnya pada PT Buana Listya Tama, serta untuk meningkatkan jumlah pendapatan, maka diperlukan suatu upaya yang tepat untuk mencari peluang pasar baru serta memberikan pelayanan yang maksimal guna memelihara pelanggan yang sudah ada. Apabila masyarakat sebagai pelanggan merasa puas dengan apa yang telah diberikan perusahaan mereka akan loyal terhadap perusahaan dan tidak menutup kemungkinan mereka akan mempengaruhi orang lain dalam mengambil fasilitas jasa keagenan kapal yang disediakan oleh PT Buana Listya Tama.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan baik secara parsial (terpisah) maupun secara simultan (bersama-sama) antara variabel kualitas pelayanan jasa keagenan kapal dan variabel komunikasi interpersonal dengan kepuasan pengguna jasa di PT Buana Listya Tama. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan survei. Analisis data dengan uji korelasi, dan uji regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan perhitungan regresi berganda antara Kualitas Pelayanan (X_1), Komunikasi Interpersonal (X_2), dengan Kepuasan (Y) dengan dibantu program SPSS dalam perhitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Regresi *Coefficients*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.901	4.931		2.413	.019
kualitas pelayanan	.677	.138	.422	4.905	.000
komunikasi interpersonal	.820	.134	.525	6.108	.000

a. *Dependent Variable:* kepuasan

Hasil regresi di atas dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan} = 11.901 + 0,677 X_1 + 0,820 X_2$$

Dengan penjelasan sebagai berikut; konstanta sebesar 11,901 artinya jika variabel kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal adalah 0, maka kepuasan nilainya adalah positif sebesar 11,901; koefisien regresi variabel kualitas pelayanan

adalah 0,677 artinya jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1, maka kepuasan akan mengalami kenaikan sebesar 0,677. koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara kualitas pelayanan dengan kepuasan. sehingga jika ada peningkatan kualitas pelayanan akan turut meningkatkan pula kepuasan pengguna jasa di Buana Listya Tama; koefisien regresi variabel komunikasi interpersonal adalah 0,820, artinya jika komunikasi interpersonal mengalami kenaikan 1, maka kepuasan akan mengalami peningkatan sebesar 0,820.

Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara komunikasi interpersonal dengan kepuasan, sehingga jika ada peningkatan komunikasi interpersonal akan turut meningkatkan pula Kepuasan pengguna jasa di Buana Listya Tama.

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menghitung pengaruh Variabel independen terhadap Variabel Dependen dengan menggunakan angka R square (angka korelasi yang dikuadratkan) atau Koefisien determinasi pada tabel model *summary* di hasil uji regresi dengan program SPSS, sebagai berikut:

Tabel 3. Model *Summary*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.865 ^a	.749	.740	3.57409

a. *Predictors:* (Constant), komunikasi interpersonal, kualitas pelayanan

b. *Dependent Variable:* kepuasan

Dari tabel tersebut, bisa dilihat bahwa nilai R Square adalah 0,749 atau 74,9%. Dengan demikian, maka besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan adalah 74,9%. Sisanya 25,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel pada penelitian ini.

Uji t dilakukan untuk mengetahui korelasi variabel independen (kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal) secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Dari hasil uji regresi output disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji t *Coefficients*

Model	t	Sig.
1 (Constant)	2.413	.019
kualitas pelayanan	4.905	.000
komunikasi interpersonal	6.108	.000

a. Dependent Variable: kepuasan

Tabel 3 menunjukkan nilai t hitung > t tabel ($4,905 > 1,998$) untuk variabel X_1 maka H_0 ditolak. Artinya Kualitas pelayanan berkorelasi secara signifikan dengan kepuasan pengguna jasa di PT Buana Listya Tama.

Tabel 4 menunjukkan nilai t hitung > t tabel ($6,108 > 1,998$) untuk variabel X_2 , maka H_0 ditolak, artinya komunikasi interpersonal berkorelasi secara signifikan dengan kepuasan pengguna jasa di PT Buana Listya Tama.

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Interpersonal) secara bersama-sama berkorelasi secara signifikan terhadap variabel dependen (Kepuasan). Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan). Dari hasil *output* analisis regresi dapat diketahui nilai F seperti pada tabel 4 berikut ini :

Tabel 5. Hasil Uji F ANOVA

Model	t	Sig.
1 (<i>Constant</i>)	2.413	.019
kualitas pelayanan	4.905	.000
komunikasi interpersonal	6.108	.000

a. *Predictors:* (*Constant*), komunikasi interpersonal, kualitas pelayanan

b. *Dependent Variable:* kepuasan

Tabel 5 menunjukkan nilai F hitung $> F$ tabel $= 90,839 > 2,75$ dengan demikian, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. artinya kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal secara simultan berkorelasi signifikan dengan kepuasan pengguna jasa di PT Buana Listya Tama .

Tabel 6 Hasil Kesimpulan Uji Hipotesis

Variabel Bebas	Pola Hubungan	Status dengan Variabel Kepuasan Y
Kualitas Pelayanan	$X_1 \rightarrow Y$	Berkorelasi Parsial
Komunikasi Interpersonal X_2	$X_2 \rightarrow Y$	Berkorelasi Parsial
Kualitas Pelayanan X_1 & Komunikasi Interpersonal X_2	$X_1 \& X_2 \rightarrow Y$	Berkorelasi Simultan

Dari hasil pengujian dengan SPSS 21, penelitian ini mengindikasikan bahwa peningkatan atau penurunan kepuasan pelanggan selama periode penelitian secara parsial memiliki korelasi dengan variabel kualitas pelayanan hal ini didasari oleh hasil uji t yang disimpulkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel yang sudah ditetapkan yaitu thitung 4,905 berbanding dengan t tabel=1,998. Hasil penelitian ini juga mengindikasikan bahwa peningkatan atau penurunan kepuasan pelanggan selama periode penelitian secara parsial turut memiliki korelasi dengan variabel komunikasi interpersonal hal ini didasari oleh hasil uji t yang disimpulkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel yang sudah ditetapkan yaitu thitung 6,108 berbanding dengan t tabel=1,998.

Terakhir hasil dari penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa peningkatan atau penurunan kepuasan pelanggan selama periode penelitian secara simultan berkorelasi dengan variabel kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal hal ini didasari oleh hasil uji F yang disimpulkan bahwa F hitung lebih besar dari F tabel yang sudah ditetapkan yaitu F hitung $90,839 > F$ tabel 2,75. Dilihat

dari koefisien determinasi didapatkan bahwa kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal memiliki kontribusi sebesar 74,9% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan 25,1% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan bahwa penilaian responden terhadap variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki nilai mean sebesar 4.17, sementara penilaian responden terhadap variabel komunikasi interpersonal (X_2) memiliki nilai mean sebesar 4.12; dan kepuasan pelanggan memiliki nilai mean sebesar 4.08. 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.

Dari hasil uji hipotesa didapatkan bahwa penelitian ini mendukung tiga hipotesa, yaitu variabel komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan adalah memiliki hubungan yang signifikan baik secara parsial maupun simultan dengan variabel kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan memiliki korelasi positif dan signifikan dengan nilai t hitung sebesar 4,905 dan lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,998 sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Variabel komunikasi interpersonal juga memiliki

korelasi yang positif dengan kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung sebesar 6,108 dan lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,998 sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Melalui uji F didapatkan kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal secara simultan memiliki korelasi dengan variabel kepuasan dengan nilai F hitung yang lebih besar dari pada F tabel ($90,839 > 2,75$) sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Nilai koefisien determinasi (R^2) antar variabel adalah 0,749 atau 74,9%. Dengan demikian, maka besarnya kontribusi Kualitas pelayanan dan Variabel Komunikasi interpersonal terhadap Kepuasan Pelanggan adalah 74,9%. Sisanya harus dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Penerapan hasil penelitian ini diharapkan akan dapat berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan (pengguna) jasa, yaitu kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal perlu terus ditingkatkan oleh manajemen pada PT Buana Listya Tama.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilianto, Rizky dkk. 2014. “Implementasi Asas Cabotage Dalam Kebijakan Pelayanan Di Indonesia” dalam *Jurnal Administrasi Publik* (JAP), Vol. 2, No.4. Malang.
- DeVito, J.A 2007. *The Interpersonal Communication Book*. USA: Pearson Education.

- Kootali, Aswin dan Gunawan Saichu. 2008. *Integrasi Ekonomi: Konsep Dasar dan Realitas*. Jakarta: Elexmedia Komputindo.
- Kountour, Ronny. 2005. *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Sugiyono. 2009. *Statistika untuk Penelitian* (cetakan keempat). Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Teori, Kuesioner, dan Analisis Data Sumber Daya Manusia (Praktik Penelitian)*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia Publishing.