EFEKTIVITAS PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PT. PELABUHAN INDONESIA II (PERSERO) CABANG PANJANG)

THE EFFECTIVITY OF SERVICE EXCELLENCE ON CUSTOMER SATISFACTION (STUDY CASE PT. PELABUHAN INDONESIA II (PERSERO) CABANG PANJANG)

Oleh :

Tri Evita Yani¹, Maulana Agung²

¹²Ilmu Administrasi Bisins, FISIP, Universitas Lampung

Email : Triievitaa@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai efektivitas pelayanan prima yang dilakukan PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui efektivitas pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan jasa kepelabuhanan pelabuhan Panjang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi.

Hasil kajian ini menunjukkan bahwa Pelabuhan Panjang secara aktif mengimplementasikan berbagai program yang tepat sasaran dan *customer centric*. Beberapa program yang mendukung hal tersebut dilakukan melalui layanan berbasis teknologi yaitu *digitalisasi port*. Perusahaan terus berupaya meningkatkan kinerjanya demi menjaga dan meningkatkan eksistensinya dengan cara menerapkan pelayanan prima yang baik dan sesuai dengan standar perusahaan sehingga menciptakan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Pelabuhan, Strategi Pelayanan Prima, Pelayanan pelanggan, Efektivitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Panjang in creating service excellence This study uses qualitative research methods that aim to determine the strategy of PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Panjang Branch in creating service excellence which in its implementation is assisted by the Public Relations & Customer Service working group in the Panjang port commercial division. Data collection methods used are interviews, observations, and documentation studies.

The results of this study found that Port of Panjang is actively launching a variety of customer-focused and customer-oriented programs. Some of the programs implemented to support this are through technology-based services, namely port digitization. The company continues to strive to improve its performance in order to maintain and improve its existence by implementing excellent service that is good and in accordance with company standards so as to create customer satisfaction.

Keywords: Port, Strategy Service Excellence, Customer Service, Effectivity service, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Pelabuhan merupakan bagian penting dari tatanan kepelabuhanan nasional untuk mewujudkan penyelenggaraan kepelabuhanan yang andal dan berkinerja tinggi untuk menjamin efisiensi nasional dalam mendukung pembangunan nasional dan daerah. Pelabuhan dapat mewujudkan angkutan laut yang aman, tertib, dan lancar dengan menyediakan sarana dan prasarana bongkar muat serta sistem informasi yang memadai dan mampu memberikan pelayanan yang sesuai kepada pengguna layanan kepelabuhan.

PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang adalah Badan Usaha Milik Negara yang berkiprah dibidang logistik khususnya pembangunan dan pengelolaan pelabuhan. Pelabuhan Panjang menjadi pelabuhan yang tidak hanya menyediakan layanan lintas pulau, tetapi juga pengiriman internasional. Pengembangan Pelabuhan Panjang serta Penambahan fasilitas dan peralatan akan terus dibangun secara bertahap sesuai kebutuhan pengguna jasa dan perkembangan perdagangan internasional.

Banyak kegiatan yang dilakukan oleh PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang yaitu Pelayanan Kapal, Layanan maritim, layanan kargo, layanan lainnya. PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang merupakan satu-satunya pelabuhan internasional modern di Lampung. Pelabuhan panjang disebut pintu gerbang ekonomi. Yaitu gerbang utama perekonomian masyarakat kota Bandar Lampung pada khususnya dan masyarakat provinsi Lampung pada umumnya. Saat ini, pelabuhan tersebut terus berkembang menjadi pelabuhan terbesar Provinsi Lampung di pulau Sumatera dan terus menjadi mesin pertumbuhan ekonomi Lampung hingga saat ini.

Sebagai sebuah perusahaan penyedia jasa kepelabuhanan dan logistik terkemuka di Indonesia, dengan visi perusahaan untuk mampu menjadi pengelola pelabuhan kelas global yang unggul dalam operasional dan pelayanan berlandaskan atas lima pilar utama, yaitu *Customers Centric, Integrity, Nasionalism, Team Work, dan Action*. Perusahaan berfokus untuk mengoptimalkan kinerja yang berkelanjutan (*Sustainable*) memposisikan diri sebagai *World Class Port*, dimana untuk menuju kesana perlu kepuasan dan keterikatan dari pelanggan kepada PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang sehingga Perusahaan dapat menjaga keberlangsungan bisnisnya.

Tantangan yang dihadapi setiap perusahaan saat ini cenderung berkisar pada layanan yang berfokus pada Kepuasan Pelanggan, contoh umumnya adalah membangun kepercayaan. Cara membangun kepercayaan adalah dengan memastikan bahwa perusahaan akan selalu

menepati janji yang diberikan kepada pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, salah satunya adalah dengan memberikan pelayanan prima kepada pelanggan yang mana akan membuat terciptanya efektivitas terhadap perkembangan bisnis pada sebuah perusahaan. Kualitas layanan memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kualitas produk dan layanan yang diberikan, semakin tinggi kepuasan pelanggan. Ketika kepuasan pelanggan semakin tinggi maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha.

Maka penelitian ini, peneliti memfokuskan pada Efektivitas pelayanan prima yang dilakukan oleh PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara informan, observasi dan studi dokumentasi di PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang Bandar Lampung. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara tidak berstruktur yaitu wawancara yang dilakukan secara bebas dengan mengajukan pertanyaan sesuai dengan pertanyaan yang diajukan. Wawancara ini membantu untuk mengumpulkan data yang akurat dengan mengajukan pertanyaan kepada informan. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung tim humas dan staf sub komersial. Untuk menunjukkan kebenaran informasi yang diperoleh dari wawancara yang dilakukan dengan studi literatur, peneliti dapat mencatat dan menyelidiki data sekunder. Data ini dapat diperoleh dengan memotret dan merekam objek penelitian tentang efektivitas pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Bedasarkan hasil wawancara peneliti memperoleh informasi pelayanan yang diberikan oleh PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang kepada pelanggan yang bertujuan untuk mengambil hati pelanggan tersebut supaya bersedia untuk membeli atau menggunakan layanan jasa yang ditawarkan. *Service quality* atau kualitas pelayanan merupakan suatu pencapaian untuk berusaha memenuhi kebutuhan setiap pelanggan agar terciptanya efektivitas dalam pelayanan.

Terdapat 5 elemen yang dapat dijadikan acuan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas yaitu :

1. *Realibility* (Kehandalan)

Sebagai operator pelabuhan terbesar di Lampung, visi Pelabuhan Panjang adalah menjadi pengelola pelabuhan kelas dunia yang unggul dalam operasional dan pelayanan. Untuk mencapai visi tersebut dilakukan dengan mengambil beberapa langkah strategis, dimulai dengan memperkuat posisi dan arah pelabuhan, termasuk meningkatkan visi, nilai, dan etos perusahaan. PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang adalah perusahaan IT kelas satu dan berfokus pada kepuasan pelanggan. Pelabuhan kelas dunia diartikan sebagai pelabuhan dengan standar operasional dan layanan kelas dunia yang dicapai melalui berbagai tonggak yang dimulai dengan digitalisasi pelabuhan. Seperti yang diungkapkan oleh Frans Radian, selaku Super Visior Humas & Pelayanan pelanggan bahwa :

“Ya adanya pelayanan prima itu diperlukannya peningkatan kualitas kinerja. Jadi dalam menunjang peningkatan kualitas kinerja, pelabuhan panjang itu terus memperluas penerapan digitalisasi di setiap aktivitas pelayanan kepelabuhanan istilahnya melalui pelayanan berbasis teknologi lah ya. Kalau di pelindo panjang sih sistem digitalisasi kepelabuhanan ini sudah mulai dilaksanakan sejak febuari 2019. Seperti *autogate, Gate pass, CFS, MOS* dan lain lainnya. Jadi kan bakal turut meningkatkan kalau sudah memumpuni bakal turut meningkatkan pelayanan gitu loh”

2. *Tangible* (Bukti Fisik)

Selain dari sisi operasional, Pelabuhan Panjang sedang mengembangkan sistem pada sisi manajemen Interaksi pelanggan bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pengguna terhadap layanan jasa. Mengaktifkan enam fungsi aplikasi digital *customer relationship management* (CRM) atau manajemen hubungan pelanggan yang terdiri dari data master pelanggan, profil pelanggan, layanan pelanggan, manajemen kunjungan pelanggan, survei pelanggan, dan penjualan. Semuanya diaktifkan (siaran langsung). Aplikasi tersebut merupakan bagian dari strategi dan proses pengelolaan interaksi dengan pelanggan. Seperti yang diungkapkan Wahyu Wardana selaku Manager :

“Mengembangkan sistem pada pengelolaan interaksi pelanggan pelindo. Jadi dek kita ada namanya aplikasi CRM (*Customer Relationship Management*) CRM tuh punya berbagai fitur. Aplikasi ini bisa dibilang merupakan bagian dari strategi dan proses untuk mengelola interaksi dengan pelanggan. Dengan aplikasi digital ini, pelanggan kami atau pihak yang berkepentingan memiliki kesempatan khusus untuk mengirimkan pertanyaan, permintaan

atau keluhan melalui email, yang akan dijawab secara otomatis. Saran atau keluhan itu kemudian akan direspon oleh pelindo dalam waktu satu jam paling lambat. Itu sih salah satu bentuk kepedulian dan antusias kita dalam melayani customer, tentu nya bakal meningkatkan kepuasan pengguna jasa kan.”

3. *Responsiveness* (Kepekaan)

Pelabuhan panjang selalu berusaha untuk memperbaiki dan meningkatkan pelayanannya. Upaya yang dilakukan pelabuhan panjang adalah dengan melakukan kegiatan survei pelanggan setiap setahun sekali. Dengan kegiatan survei tersebut diharapkan terjadi upaya meningkatkan service level ke arah yang lebih baik dan perusahaan dapat mengidentifikasi secara dini kerentanan atau masalah yang dianggap belum memuaskan harapan pelanggan, yang nantinya akan digunakan sebagai salah satu dasar pengambilan keputusan manajemen strategis Pelabuhan Panjang. Seperti yang di jelaskan oleh Budi Waluyo selaku DGM yaitu:

“ooh kalau untuk memperbaiki dan meningkatkan gitu ya kita ada namanya survei pelanggan dek. Yang kegiatannya dilaksanakan tiap tahun sekali. Vita waktu itukan diajak juga buat ke kapal-kapal nya nyebarin kuesioner sama jaga pos kan. Nah itu kegiatan survei pelanggan kita. Diharapkan terjadi upaya peningkatan *level of service*. Jadi perusahaan bisa mengukur gitu kepuasan dan ketidakpuasannya baru nanti di evaluasi dan jadi masukan buat manajemen perusahaan “

4. *Assurance* (Jaminan)

Pada CRM (*Customer Relationship Management*), Divisi komersial khususnya kelompok kerja Humas & Pelayanan pelanggan (*Customer service*) pelabuhan panjang adalah pihak yang terlibat dalam kegiatan interaksi dengan pelanggan. *Customer service* pelabuhan panjang selalu mengupayakan untuk melakukan evaluasi dan memperdayakan aset yang ada pada diri mereka sebaik mungkin untuk melayani pelanggan. Seperti yang dijelaskan oleh TD, yaitu:

“Peran customer service ini kan sebagai penghubung langsung dengan pelanggan ya jadi seorang customer service itu memang perlu memperdayakan segala kemampuan yang ada pada dirinya. Kaya *skill* melayani pengguna jasa dengan tepat dan cepat hmm terus memiliki *skill* dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah, dan bertanggung jawab itu wajib sih. Kita harus memastikan kalau pengaduan pelanggan itu sudah kita tangani dengan solusi yang tepat dan penanganan cepat. Misalnya nih kaya di CRM itukan kita yang handle jadi segala kritik,saran ataupun keluhan harus kita evaluasi dengan teliti. Ya yang tujuan nya sudah pasti untuk melayani pelanggan dengan sebaik mungkin.”

5. *Empathy* (Empati)

Dalam membina kerjasama yang baik, pelabuhan panjang selalu menunjukkan perhatian dan memberikan apresiasi terhadap pelanggan utamanya atau *key account*. Memiliki rencana maupun target dalam mengoptimalkan profitabilitas *key account*. Pelindo panjang mempersiapkan *resources*-nya untuk menerapkan KAM (*Key Account Management*). Seperti yang diungkapkan oleh BW, yaitu :

“ untuk apresiasi buat pelanggan utama yang istilahnya loyal banget gitu sama kita, itu ada kegiatan khusus sendiri namanya KAM yaitu *Key Account Management*. Sempelnya sih KAM itu tujuannya untuk mempertahankan pelanggan tetap yang aktif bertransaksi di lingkungan pelabuhan panjang. Contoh kegiatannya ya kaya *pemilihan customer of the year, customer gathering*, dan lain lain sih kadang ada event dan strategi tiba-tiba nya yang dikhususkan untuk pelanggan utama kita.”

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan cara wawancara informan mengenai efektivitas pelayanan yang dilakukan PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang panjang terhadap kepuasan pelanggan. Dalam melakukan pelayanan prima, perusahaan mengutamakan peningkatan kualitas kinerja layanan. Dalam meningkatkan kualitas kinerja layanan, PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang membenahi dengan meningkatkan sumber daya manusianya terlebih dahulu dengan terus meningkatkan produktivitas pelayanan, berinovasi dengan menambah peralatan dan memperluas fasilitas dermaga untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas jadi lebih efektif, kemudian dengan komitmen yang kuat untuk meningkatkan kualitas layanan pelanggan, Pelabuhan Panjang aktif meluncurkan berbagai program yang berorientasi pada pelanggan dan target. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa kepelabuhan, sejumlah program telah dilaksanakan untuk mendukung hal tersebut melalui layanan berbasis teknologi yang mengubah pelabuhan menjadi *smartport* atau *digital port*. Kualitas pelayanan menjadi dasar utama untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik apabila dapat menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas produk dan kinerja pelayanan yang baik akan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Parasuraman (1985) terdapat 5 elemen yang dapat menjadi acuan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas yaitu :

1. *Realibility* (Keandalan)

Keandalan adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan cepat, akurat dan memuaskan. Indikator kualitas pelayanan pada dimensi keandalan ialah ketepatan pelayanan kepada pelanggan, standar pelayanan yang jelas, dan kemampuan menggunakan perangkat perusahaan dalam proses pelayanan.

Pegawai Pelabuhan panjang menanamkan kewajiban diri untuk melayani dan melakukannya dengan benar, menjunjung tinggi martabat diri dan orang lain, adalah suatu kehormatan. Diperlukannya peningkatan kualitas kinerja pelayanan untuk melakukan pelayanan prima yang baik sesuai dengan pedoman dan standar perusahaan yaitu GCG dan *corevalues* AKHLAK BUMN. Dalam menunjang peningkatan kualitas kinerja, pelabuhan panjang terus memperluas penerapan digitalisasi di setiap aktivitas pelayanan kepelabuhanan. Pelabuhan panjang menggunakan basis teknologi informasi dalam implementasi inovasi untuk meningkatkan layanan dan operasional. Perubahan ini merupakan prioritas yang akan dilakukan secara paralel dengan pengembangan infrastruktur. Pelabuhan Panjang telah menerapkan pelabuhan digital darat dan laut, yang pelaksanaannya meliputi:

a. *Auto gate*

Adalah kemudahan mengotomatiskan proses penerimaan dan pengiriman serta efisiensi dan efektivitas gateway transaksi. Selain itu, hal ini akan meningkatkan sistem keamanan pelabuhan dengan menyediakan fitur-fitur yang menjanjikan dan memudahkan pengguna layanan. Penerapan *auto gate* atau Gerbang Otomatis di Pelabuhan Panjang merupakan sistem yang dapat mempersingkat waktu bongkar muat (*dwelling time*) lebih cepat, efisien dan hemat biaya, sehingga memudahkan pengguna jasa untuk melakukan bongkar muat barang peti kemas di Terminal Pelabuhan Panjang.

Efeknya, ketika Pelabuhan Panjang menjadi pusat pergerakan niaga, perekonomian Lampung dan daerah lain di Pulau Sumatera otomatis berkembang dan kesejahteraan masyarakat dapat meningkat.

b. *Gate Pass System*

Merupakan layanan gerbang otomatis dengan menggunakan *e-pass*. Kartu elektronik atau *e-pass* yang digunakan pada gerbang otomatis adalah IPC *smart card*, merupakan produk kerjasama antara PT Integrasi Logistik Cipta Solusi (ILCS), anak perusahaan Pelindo II dan PT Bank Negara Indonesia (BNI). Diterapkannya *gate pass system* ini diharapkan semua orang yang memasuki area pelabuhan dapat terdata dan teridentifikasi. Serta sebagai upaya untuk meminimalisir adanya pungutan liar.

Penelitian ini menemukan bahwa penerapan *Gate pass system* atau layanan gerbang otomatis terbilang masih belum optimal. Adanya *Gate pass system* ini bertujuan agar semua orang yang memasuki area pelabuhan dapat terdata dan teridentifikasi sehingga meminimalisir adanya pungutan liar (pungli), memudahkan akses kepada pengguna jasa dalam bertransaksi serta meningkatkan kenyamanan dan keteraturan lalu-lintas pengguna jasa saat memasuki area pelabuhan panjang.

Namun tujuan tersebut kurang terealisasi dengan baik karna layanan gerbang otomatis pelabuhan panjang belum meminimalisir kemacetan. Pada saat peneliti melakukan observasi, *gate pass system* masih menimbulkan antrian yang panjang. Peneliti mengamati hal ini disebabkan karena masih banyak pengguna jasa yang melakukan transaksi secara manual. Seharusnya kartu akses masuk yang digunakan pada *Gate System* pelabuhan panjang adalah *IPC smart card*, merupakan produk kerjasama antara PT Integrasi Logistik Cipta Solusi (ILCS), anak perusahaan Pelindo II dan PT Bank Negara Indonesia (BNI). Selain itu pengguna jasa yang akan melakukan transaksi menggunakan e-money namun tidak bisa dilakukan karena saldo habis juga menjadi alasan yang membuat antrian *gate pass* semakin panjang. Hal ini membuktikan bahwa *gate pass system* yang dilakukan oleh pelabuhan panjang belum terealisasi secara optimal.

c. Integrated Container Freight Station (CFS Center)

CFS adalah fasilitas penyimpanan peti kemas impor yang status LCL (*Lessless Container Loading*) masih dalam pengawasan kepabeanan. Keberadaan CFS dimaksudkan untuk memudahkan pergerakan barang dan pengurusan dokumen di pelabuhan. CFS bertujuan untuk menghadirkan kenyamanan pengguna jasa dalam bertransaksi dan transparansi mengenai biaya yang dikeluarkan.

Peneliti mengamati bahwa keberadaan gudang CFS ini terintegrasi langsung dengan pelabuhan, sehingga bongkar muat barang menjadi lebih optimal. Dengan adanya Gudang CFS ini pelayanan jadi meningkat, hal ini membuat masa inap kapal jadi lebih singkat, yang biasanya sampai 10 hari, dengan dibukanya CSF ini menjadi 4 sampai 5 hari sudah selesai proses bongkar muat. Dengan dibukanya gudang kargo pelaku industri kreatif dari provinsi Lampung dapat mengirimkan barang ke luar negeri yang tentunya dapat meningkatkan daya saing pelaku industri kreatif.

d. Tempat Penimbunan Sementara (TPS) Online

TPS Online adalah pengendalian digital untuk pertukaran data peti kemas elektronik (EPD) antara sistem penanganan pelindo di terminal peti kemas dengan sistem bea dan cukai di pelabuhan, sehingga pelindo dan bea cukai dapat melayani pelanggan secara optimal.

penelitian ini menunjukkan bahwa TPS Online dapat meminimalisir biaya logistik dan mempersingkat *dwelling time*. Dengan aplikasi TPS Online, Bea Cukai dan Tarif akan lebih cepat melacak pergerakan peti kemas di TPS dan lebih cepat menanggapi Pemberitahuan Barang Impor (PIB) yang dikirim oleh pengirim. Selain itu, pihak terminal dapat mengecek ulang keaslian Surat Pelepasan Barang (SPPB) yang diunggah oleh shipper melalui layanan online dengan data

kepabeanaan dan cukai. Ini menghindari Pengiriman kontainer yang belum memiliki bea cukai. Program ini juga mengurangi verifikasi manual

e. Termal Operating System (TOS)

TOS merupakan program berbasis *Terminal Basic Transformation and Sustainability Phase* untuk menstandarkan layanan pengiriman, meningkatkan kualitas data, dan meningkatkan keamanan pengiriman. Bertujuan untuk mendukung operasional pelayanan mulai dari kegiatan perencanaan, pengendalian, bongkar muat, serta pengendalian. TPS online mampu membantu kegiatan operasional di Pelabuhan Panjang, dikarenakan TPS online membuat semua sistem pengelolaan pelabuhan panjang jadi terintegrasi.

f. Auto Tally

Adalah perangkat komputer yang mencatat jumlah peti kemas yang dibongkar dari kapal. Sebelumnya penerapan auto tally, kegiatan ini dilakukan secara manual oleh seseorang di dermaga, dikenal sebagai Wisky, sekarang hanya perlu dipantau seseorang melalui perangkat komputer di belakang ruang kontrol yang terhubung oleh CCTV terpasang pada *container crane* (CC).

Peneliti mengamati bahwa penerapan *Auto Tally* bertujuan untuk mengurangi peran SDM di lapangan, yang mana akan mengurangi resiko di tempat kerja (kecelakaan), meningkatkan kecepatan dan efisiensi kerja.

g. Marine Operating System (MOS)

MOS merupakan sistem pelayanan digital dimana dilakukan proses perencanaan, pencatatan, pelaporan dan informasi pelayanan pelayaran pelabuhan Panjang. Peneliti mengamati bahwa diluncurkannya aplikasi *Marine Operating System* (MOS) pelanggan mendapatkan jaminan uptime layanan, meminimalkan koreksi nota, pelayanan berjalan secara otomatis melalui MOS tanpa harus berkomunikasi dengan bagian pelayanan kapal serta semua data terlacak dan dapat dipantau melalui dashboard pelayanan.

h. Vessel Management System (VMS)

VMS merupakan aplikasi yang meliputi permintaan layanan kapal mulai dari memasukkan pemberitahuan kedatangan kapal, permintaan instruksi, permintaan layanan kapal, permintaan layanan kapal dan kargo hingga permintaan keberangkatan kapal yang dapat dipantau langsung oleh pengguna layanan secara real time.

Peneliti mengamati bahwa dengan adanya aplikasi VMS ini pengguna jasa dapat mengakses melalui Smartphone tanpa harus datang langsung ke pelabuhan Panjang

i. E-Service

Layanan ini merupakan inovasi yang dapat langsung dimanfaatkan oleh pengguna jasa, menawarkan keuntungan seperti kemudahan pemrosesan permintaan (*order/ booking*) dan ketersediaan dokumen layanan, ketersediaan pelacakan peti kemas dan pelacakan kapasitas, serta fleksibilitas dalam melakukan pembayaran. online di mana saja, juga kapan saja. Peneliti mengamati bahwa dengan *e-services* dalam manajemen terminal, pengguna layanan tidak perlu lagi pergi ke pelabuhan untuk menyerahkan operasi pengiriman peti kemas ke departemen penagihan umum. Kemudian terdapat fitur layanan portal *e-Service* yang meliputi: *e-Registration, e-Booking, e-Tracking, e-Payment, e-Billing* dan *e-Care*. Dengan layanan tersebut, akan memberikan kemudahan memesan, memesan layanan, dan mengakses dokumen kapan pun dan di mana pun.

2. *Tangible* (Bukti Fisik)

Tangible yaitu memberikan perlakuan yang baik pada customer secara langsung, Pelabuhan Panjang mengembangkan sistem dalam hal mengelola interaksi dengan pelanggan guna meningkatkan kepuasan pengguna terhadap layanan. Mengaktifkan enam fitur aplikasi digital manajemen hubungan pelanggan atau *Customer Relationship Management (CRM)* yaitu master data pelanggan, profil pelanggan, layanan pelanggan, manajemen kunjungan pelanggan, survei pelanggan, dan penjualan. Semua diaktivasi secara langsung. CRM dapat sangat bermanfaat bagi pelanggan, dengan alat untuk melacak dan menganalisis setiap kebutuhan pelanggan, jawaban dapat diberikan lebih cepat dan lebih akurat. Misalnya, dengan fitur *customer service*, manajemen bisa mendapatkan gambaran interaksi pelanggan di seluruh cabang, serta melacak penyelesaian masalah secara real time. Implementasi CRM ini juga merupakan langkah nyata komitmen perusahaan untuk terus meningkatkan kapabilitasnya sebagai *Digital port*.

Hal ini membuktikan bahwa long port selalu berusaha menunjukkan ketertarikan dan antusiasme kepada pelanggannya, baik secara offline (langsung) maupun online melalui aplikasi. Dengan sistem ini diharapkan Pelabuhan Panjang dapat menjalin hubungan baik dengan seluruh pelanggan dan menjalin hubungan yang lebih baik satu sama lain.

3. *Responsiveness* (Kepekaan)

Responsiveness adalah merupakan kesediaan perusahaan untuk membantu pelanggan dengan memberikan pelayanan yang reaktif. Survei Kepuasan Pelanggan merupakan upaya nyata

perusahaan dalam memperbaiki dan meningkatkan pelayanannya. Dengan survei tersebut pelanggan ikut terlibat dalam peningkatan kualitas pelayanan, sehingga menjadi lebih efektif dan efisien. Pelabuhan panjang melakukan survei kepuasan pelanggan setahun sekali bertujuan agar mendapatkan hasil indeks kepuasan, indeks loyalitas dan keterikatan pelanggan. Kegiatan survei pelanggan merupakan salah satu key performance indicator (KPI) perusahaan dan salah satu pondasi dalam upaya meningkatkan level pelayanan pelanggan.

4. Assurance (Jaminan)

Assurance adalah pengetahuan dan sikap pegawai perusahaan serta kemampuan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan. *Customer Service* Pelabuhan Panjang menjadi pihak yang terlibat dalam CRM (*Customer Relationship Management*), yang mana di perlukan nya nilai dan pemberdayaan diri seorang CS agar dapat melayani pelanggan dengan baik dan menjadi nilai tambah untuk diri sendiri juga perusahaan. Seperti dalam hal nya saat melayani segala jenis keluhan/pengaduan pelanggan dari beberapa sarana yang disiapkan oleh pelabuhan panjang. Pelabuhan panjang memberi kesempatan bagi para pengguna jasa pelayanan kepelabuhanan untuk menyampaikan segala keluhan/pengaduan melalui sarana:

- a. Datang langsung ke Customer Service atau divisi pelayanan pelanggan di pelabuhan panjang
- b. Portal *e-Service* dengan menu “e-Care” (web)
- c. Layanan Customer Service:
 - Call Center : 1500-767
 - E-mail : customercare@indonesiaport.co.id
- d. Melalui Customer Visit;
- e. Melalui surat resmi yang ditujukan kepada General Manager atau Manager

5. Empathy (Empati)

Empati adalah perhatian khusus yang diberikan kepada pelanggan. Pelabuhan Panjang menunjukkan perhatian kepada customer dengan sungguh-sungguh dan membina kerja sama yang baik. Pelabuhan Panjang memiliki kegiatan yang dikhususkan untuk pelanggan utama yaitu *Key Account Management* (KAM) atau Pengelolaan Pelanggan Utama adalah kegiatan membangun hubungan strategis dengan pelanggan utama/terpilih untuk menjalin kerja sama jangka panjang yang saling menguntungkan antara pihak perusahaan dan pelanggan.

Pelabuhan panjang melakukan pemberian penghargaan bagi *Key Account* sebagai bentuk apresiasi Manajemen kepada pelanggan utama yang telah berkontribusi besar terhadap pelabuhan. Pemberian penghargaan bagi *Key Account* dilakukan melalui ajang penghargaan *Customer of the Year*. Lalu perusahaan juga melakukan kegiatan *Customer Gathering* adalah pertemuan pelanggan pada acara tertentu, yang tujuannya adalah untuk meningkatkan loyalitas

pelanggan setahun sekali. Tujuan dari pertemuan ini adalah untuk berterima kasih kepada pelanggan reguler mereka untuk pelabuhan yang panjang.

SIMPULAN & SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian kualitatif tentang efektivitas PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang terhadap kepuasan, dapat disimpulkan bahwa dari semua pembahasan elemen kualitas pelayanan, Pelabuhan Panjang menunjukkan hal yang baik. Hampir semuanya dilakukan secara profesional dan kompeten oleh PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang. Hasil penelitian menunjukkan Efektivitas pelayanan prima perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang sudah bisa dikatakan efektif walaupun masih terdapat sedikit gap dalam pelayanan, namun dari segi daya tanggap dapat melayani pelanggan dengan baik

B. Saran

Pada upaya mewujudkan *digital port*, penerapan *Gate pass system* atau layanan gerbang otomatis masih kurang terealisasi dengan baik dikarenakan belum meminimalisir kemacetan ataupun atrean, Pelabuhan panjang perlu memperhatikan kembali penertiban akses masuk Pelabuhan di Lingkungan Pelabuhan panjang. Misalnya dengan memberlakukan pengetatan otomatisasi *Gate Pass System* agar dapat berjalan dengan optimal, lalu jika masih terjadi kendala di system tersebut dapat dipadukan dengan cara manual, yaitu jemput bola agar kendaraan tidak antre/macet saat akan masuk pelabuhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad (2018).. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Candra, A. W., & Oktafia, R. (2021). Penerapan Manajemen Pelayanan Prima untuk Peningkatan Kepuasan Calon Jamaah Haji dan Umrah di PT Mabruro Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 9-15.
- Desthiani, U., & Ernawati, E. (2020). Peran Pelayanan Prima Kasir Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Aeon Indonesia Tangerang. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 7(1), 12-24.
- Haryani, T. N., & Puryatama, A. F. (2020). Pelayanan Prima Melalui Penyelenggaraan Mal Pelayanan Publik Di Indonesia. *Kybernan: Jurnal Studi Kepemerintahan*, 3(1), 40-54.
- Pamekas, M. (2021). *Pelayanan Prima*. Penerbit Lakeisha.
- Silvia, F. (2018). *Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II (Doctoral dissertation, FIS)*.
- Tetralleniajr, T., Anggraeni, N., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen di PT. Kai Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(2), 1554-1569.
- Wance, M. (2018). *Efektivitas Pelayanan Transportasi Publik (Studi Pelayanan Pt Asdp Pelabuhan Bastiong Tahun 2017)*. *Jurnal of Government-JOG (Kajian Manajemen Pemerintahan & Otonomi Daerah)*, 3(2).
- Winih, T. S. (2021). *analisis pengaruh pelayanan prima (service excellence) terhadap kepuasan pelanggan pada swalayan ismart ponorogo (Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO)*