

**KEMENTERIAN PERHUBUNGAN
BADAN PENGEMBANGAN SDM PERHUBUNGAN
SEKOLAH TINGGI ILMU PELAYARAN**



SKRIPSI

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PELAYANAN JASA *BUNKER* SELAMA
PANDEMI *COVID-19* DI PT PELAYARAN ATHALLA
PUTRA CIPUNAGARA**

Oleh:
ELZA ARDHYA NARANTAKA
NRP. 461189738 / K

**PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA IV
JAKARTA
2022**

**KEMENTERIAN PERHUBUNGAN
BADAN PENGEMBANGAN SDM PERHUBUNGAN
SEKOLAH TINGGI ILMU PELAYARAN**



SKRIPSI

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PELAYANAN JASA *BUNKER* SELAMA
PANDEMI *COVID-19* DI PT PELAYARAN ATHALLA
PUTRA CIPUNAGARA**

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan
Penyelesaian Program Pendidikan Diploma IV**

**Oleh:
ELZA ARDHYA NARANTAKA**

NRP. 461189738 / K

PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA IV

JAKARTA

2022

**KEMENTERIAN PERHUBUNGAN
BADAN PENGEMBANGAN SDM PERHUBUNGAN
SEKOLAH TINGGI ILMU PELAYARAN**



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ELZA ARDHYA NARANTAKA
NRP : 461189738 / K
Program Pendidikan : DIPLOMA IV
Program Studi : KALK
Judul : ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PELAYANAN JASA *BUNKER*
SELAMA PANDEMI *COVID-19* DI PT
PELAYARAN ATHALLA PUTRA
CIPUNAGARA

Jakarta, Juli 2022

Pembimbing I

Ir.Theo Johannes Frans Kalangi, M.T

Pembimbing II

Widiанти Lestari, S.Psi., M.Pd

Penata (III/ c)

NIP. 19830514 200812 2 001

Mengetahui :

Ketua Jurusan KALK

Dr. Vidya Selasдини., M.MTr.

Penata Tk. I (III/d)

NIP. 19831227 200812 2 002

**KEMENTERIAN PERHUBUNGAN
BADAN PENGEMBANGAN SDM PERHUBUNGAN
SEKOLAH TINGGI ILMU PELAYARAN**



TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : ELZA ARDHYA NARANTAKA
NRP : 461189738 / K
Program Pendidikan : DIPLOMA IV
Program Studi : KALK
Judul : ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PELAYANAN JASA *BUNKER*
SELAMA PANDEMI *COVID-19* DI PT
PELAYARAN ATHALLA PUTRA
CIPUNAGARA

Jakarta, Juli 2022

Ketua Penguji

Anggota Penguji I

Anggota Penguji II

Dr. Vidya Selasдини., M.MTr.
Penata Tk. I (III/d)
NIP. 19831227 200812 2 002

Evi Kusumawati, M.MTr

Ir.Theo Johannes Frans Kalangi, M.T

Mengetahui :

Ketua Jurusan KALK

Dr. Vidya Selasдини., M.MTr.
Penata Tk. I (III/d)
NIP. 19831227 200812 2 002

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas karunia, rahmat dan hidayah-Nya yang tidak terkira sehingga dengan izin-Nya Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dimana merupakan suatu kewajiban bagi setiap Taruna dan Taruni Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran Jakarta untuk menyusun skripsi yang telah ditentukan oleh Pendidikan, sebagai salah satu persyaratan kelulusan program D-IV tahun ajaran 2022.

Penyusunan skripsi ini didasarkan atas pengalaman yang Penulis dapatkan selama menjalani praktek darat di PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara. Serta semua pengetahuan yang diberikan oleh dosen pada saat pendidikan dengan melalui literatur-literatur yang berhubungan dengan judul skripsi yang Penulis ajukan. Adapun judul skripsi yang penulis pilih adalah :

**“ ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PELAYANAN JASA *BUNKER* SELAMA PANDEMI *COVID-19*
DI PT PELAYARAN ATHALLA PUTRA CIPUNAGARA “**

Dalam kesempatan yang baik ini, penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak atas segala dukungan, arahan dan bimbinganya dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada :

1. Yth. Capt. Sudiono, M.Mar. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran (STIP) Jakarta.
2. Yth. Ibu Dr. Vidya Selas dini, S.SiT, M.MTr selaku Ketua Program Studi Jurusan KALK STIP.
3. Yth. Ibu Sari Kusumaningrum, S.S., M.Hum selaku Sekretaris Jurusan KALK STIP.
4. Yth. Bapak Ir.Theo Johannes Frans Kalangi, M.Si. Selaku dosen pembimbing materi dan penulisan I yang telah memberikan pengarahan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.

5. Yth. Ibu Widiанти Lestari, S.Psi.,M.Pd Sebagai Pembimbing II Skripsi. Selaku dosen pembimbing materi dan penulisan II yang telah memberikan pengarahan dan masukan dalam penulisan skripsi.
6. Seluruh civitas akademika, dosen, karyawan dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran (STIP) Jakarta.
7. Kepada seluruh karyawan PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara terutama Bapak Urip Soeprianto dan Bapak Kemal yang memberikan kesempatan penulis untuk mendapatkan pengalaman selama penulis melakukan praktek, Ibu Upi dan Ibu Ria yang sangat baik dan sabar mengajari penulis, dan Kak Tasya yang sangat selalu memberikan semangat dan Pak Nano dan Bu Ajeng yang selalu mengajak penulis untuk terjun langsung kelapangan.
8. Kepada orang tua yang tercinta dan tersayang Bapak Letkol Kes Mauludin,S.Pd dan Ibu Hartini yang selalu mendukung dan membantu penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan skripsi ini tepat pada waktunya.
9. Kepada keluarga besar tercinta Hadi Winarto terutama eyang putri yang selalu memberiku cinta kasih serta doa untuk menyelesaikan pendidikan dan skripsi ini tepat waktu.
10. Kepada sahabat saya Mawar Udara, Defria Fajri dan Syaharani yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk penulis, dan yang sama-sama berjuang bersama demi masa depan kita nanti.
11. Kepada teman- teman terdekat saya di STIP Nindy, Finny, Rotua, Defia, Arum, Ciapani, Cipang, Dinda Ayu, Ozi dan Syarifah yang sudah membantu dalam penulisan skripsi ini.
12. Kepada anak kamar saya di J 103 "*Road to Wispa 2022*" dan N 201 (Arum, Sandra, dan Ica) yang selalu menciptakan kekompakan dan canda tawa selama di asrama.
13. Kepada Ohm Pawat Chittsawangdee, "*All Actors in GMMTV*", EXO dan Kim Seonho yang telah memberikan hiburan, semangat dan motivasi selama penyusunan skripsi.
14. Kepada seluruh rekan- rekan Deputy VII, khususnya Virginia Dea Clara Putri yang sudah memberi dukungan kepada penulis.

15. Kepada senior tercinta saya Nior Isra Miftachu dan Nior Karina Ananda serta junior tersayang saya Mutiarin Dewi, Sefia Latifah dan Aulia Assyifa yang selalu memberikan semangat serta dukungan kepada penulis.
16. Kepada seluruh rekan-rekan STIP Angkatan LXI gelombang I, khususnya Nabil Faizzurahman Muaz, *female cadet* LXI, kelas KALK VIII Alpha, seluruh staff resimen LXI gelombang I dan Solo Raya LXI yang turut membantu serta menyumbangkan pikirannya dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritikan dari pembaca yang bersifat membangun dan berguna bagi penulis dalam kesempurnaan skripsi ini.

Jakarta, Juli 2022
Penulis

ELZA ARDHYA NARANTAKA
461189738 / K

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR SINGKATAN.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Pustaka	9
B. Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	26
B. Metode Pendekatan dan Teknik Pengumpulan Data.....	27
C. Subjek Penelitian	28
D. Teknik Analisis Data	29
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data	34

B. Analisis Data.....	40
C. Pembahasan.....	51
D. Upaya Peningkatan Pelayanan.....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	54
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran	25
Bagan 4.1 Struktur Organisasi PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara	35
Bagan 4.2 Kapal yang Melakukan Bunker Periode Agustus 2020 – Juli 2021	37

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Perusahaan Pengguna Jasa Bunker Selama Pandemi Covid-19 Periode Agustus 2020 – Juni 2021	4
Tabel 3.1 Kriteria Nilai Customer Satifaction Index	32
Tabel 4.1 Data Pendidikan Karyawan PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara	36
Tabel 4.2 Perusahaan yang Kembali Bunker Periode Agustus 2020 - Juli 2021	37
Tabel 4.3 Profil Responden	40
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Kepuasan Konsumen (X).....	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan Jasa Bunker (Y)	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Kepuasan Konsumen (X)	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan Jasa Bunker (Y)	44
Tabel 4.8 Kriteria Tingkat Kepuasan Konsumen.....	44
Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Tingkat Kepuasan Konsumen akan Pelayanan Jasa Bunker	45
Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Tingkat Kepuasan Konsumen akan Terpenuhinya Kebutuhan Bunker	46
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan CSI Tingkat Kepuasan Konsumen akan Pelayanan Jasa Bunker	48
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan CSI Tingkat Kepuasan Konsumen akan Terpenuhinya Kebutuhan Bunker	50

DAFTAR SINGKATAN

STIP	: Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran
SOP	: <i>Standard Operating Procedure</i>
KKM	: Kepala Kamar Mesin
SOPEP	: <i>Shipboard Oil Pollution Emergency Plan</i>
CSI	: <i>Customer Satification Indexs</i>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	SOP PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara
Lampiran 2	Struktur Organisasi Perusahaan
Lampiran 3	Laporan Bunker Bulan Agustus 2021 – Juli 2022
Lampiran 4	Hasil Kuisisioner Penelitian
Lampiran 5	Uji Validitas
Lampiran 6	Uji Reliabilitas
Lampiran 7	Hasil Customer Satification Index

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pada era sekarang ini, perkembangan dunia pelayaran sangat pesat, dan perusahaan pelayaran bersaing ketat untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pengguna jasa transportasi pelayaran. Hal ini menjadi peluang bisnis PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara sebagai perusahaan yang bergerak di bidang distribusi bahan bakar minyak. Banyaknya perusahaan serupa yang menawarkan jasa pelayanan *bunker* menjadikan kualitas jasa layanan yang baik kepada pelanggan (*customer*) sebagai nilai tambah perusahaan. Pentingnya menjaga kualitas jasa pelayanan perlu dilakukan dalam persaingan bisnis pelayanan *bunker*. Sistem kerja yang baik juga perlu diterapkan oleh perusahaan agar mampu bersaing dengan perusahaan lainnya guna meningkatkan kualitas jasa pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Sistem kerja yang diterapkan oleh perusahaan PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara yang pertama adalah menerapkan Standar Operasional Prosedur, dokumen ini mencantumkan prosedur yang ditata secara urut, untuk menyelesaikan suatu pekerjaan. SOP sangat berguna untuk menyeragamkan kinerja para karyawan, serta memastikan hasil kerja tetap efektif. Kedua, memilih sumber daya manusia yang kompeten dalam bidangnya untuk hasil kerja yang optimal. Ketiga, menciptakan lingkungan kerja yang produktif. Setiap pelaku usaha atau sumber daya manusia di dalam bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan (*customer*) sebagai tujuan utama.

Menurut Kotler dan Keller (dalam Priansa, 2017), Kepuasan pelanggan (*customer*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang

diharapkan. Untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan (*customer*), pelaku usaha memiliki strateginya tersendiri. Strategi yang digunakan pada perusahaan ini adalah dengan mengutamakan kualitas pelayanan jasa yang maksimal dan tepat waktu, dapat dipercaya serta bertanggung jawab kepada pelanggan (*customer*) dengan cara memberikan bahan bakar yang berkualitas tinggi dengan ukuran yang tepat. Strategi tersebut belum berjalan dengan baik, karena masih terdapat ketidakstabilan dan penurunan jumlah target pelanggan di setiap bulannya. Untuk mencapai kepuasan pelanggan, perusahaan harus dapat membangun kualitas jasa pelayanan yang baik.. Kualitas jasa pelayanan yang baik akan menciptakan dampak positif yaitu meningkatnya kepuasan dan terciptanya loyalitas pelanggan (*customer*), juga munculnya keinginan untuk melakukan pembelian kembali (*rebuying*).

Perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan kualitas jasa pelayanan yang terbaik agar dapat bersaing, bertahan, dan berkembang. Maka dengan hal tersebut, pelanggan (*customer*) akan merasa mendapatkan kepuasan tersendiri. Namun, dalam perusahaan ini belum terdapat monitoring kualitas jasa pelayanan *bunker*. Dalam menjalankan peluang bisnis, PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara sebagai perusahaan yang bergerak di bidang distribusi bahan bakar minyak. Perusahaan ini didirikan pada 12 Agustus 2009 sebagai perusahaan pelayaran yang memiliki armada kapal *Self Propeller Oil Barge* (SPOB). Sebagai perusahaan yang berkecimpung di bidang bahan bakar minyak maka perusahaan ini harus memiliki kualitas jasa pelayanan *bunker* yang mumpuni untuk dapat bersaing, bertahan, dan berkembang dari perusahaan-perusahaan senior lain. Pada akhir 2019 dunia dikejutkan dengan adanya wabah penyakit yang menular begitu cepat hingga hampir kesemua dunia, sehingga WHO menyebutkan sebagai pandemi pada Maret 2020.

The COVID-19 pandemi, dikenal sebagai pandemi coronavirus, adalah kelanjutan pandemi dari penyakit *coronavirus 2019 (COVID-19)* yang disebabkan oleh akut sindrom pernafasan *coronavirus 2 (SARS-CoV-2)*. Hal tersebut pertama kali diidentifikasi pada Desember 2019 di Wuhan, China. Namun, pada bulan Februari 2020, lebih dari 106 juta kasus telah dikonfirmasi. Gejala *COVID-19* sangat

bervariasi, virus tersebut menyebar melalui udara ketika orang-orang berdekatan. Orang tersebut tetap dapat menularkan melalui saat bernafas, batuk, bersin atau berbicara dan masuk ke orang lain melalui mulut, hidung, atau mata. Tindakan pencegahan yang disarankan yaitu menjaga jarak sosial, memakai masker di tempat umum, ventilasi atau penyaringan udara, selalu mencuci tangan, menutup mulut saat bersin ataupun batuk, dan mengisolasi diri bagi orang yang terpapar atau bergejala. Tanggapan terhadap pandemi *COVID-19* ini telah mengakibatkan gangguan sosial dan ekonomi global, yang akhirnya berakibat terjadinya penundaan atau pembatalan acara, kekurangan pasokan yang meluas dan terjadi pembelian panik, dan juga banyak institusi pendidikan yang ditutup.

Selama pandemi, berbagai kegiatan yang melibatkan banyak orang harus ditunda demi mencegah penyebaran virus corona, lalu pemerintah juga melarang masyarakat membuat acara resepsi pernikahan. Kondisi tersebut tentu saja memberikan dampak terhadap menurunnya jumlah konsumen dari PT Pelayaraan Athalla Putra Cipunagara. Pelayanan jasa *bunker* juga salah satu yang terkena dampak Pandemi *Covid-19*. PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara sudah memiliki target dalam setahun kira-kira keuntungan yang didapat. Target yang harus dicapai ialah memiliki pelanggan tetap, langganan, dan menarik minat pelanggan baru untuk menggunakan pelayanan *bunker* di perusahaan ini. Target tersebut dikatakan berhasil jika pelanggan merasa puas. Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari data-data yang tercatat di perusahaan, apakah pelanggan (*customer*) melakukan pembelian ulang, menjadi langganan, dan jumlah pelanggan naik.

Tabel 1.1

Daftar Perusahaan Pengguna Jasa *Bunker* Selama Pandemi Covid-19 Periode
Agustus 2020 - Juni 2021

No	Bulan	Jumlah	Perusahaan Yang Kembali <i>Bunker</i>
1.	Agustus 2020	8	PT Shafira Energi Sejahtera, PT Tanto Intim Line, PT Sinar Karya Samudra, PT Agung Lisna Sakti, PT Berkah Jaya Samudera, PT Lumoso, PT Meratus Line, PT IPC Pelindo
2.	September 2020	9	PT Briez Berkah Perkasa, PT Gurita Lintas Samudera, PT Shafira Energi Sejahtera, PT Tanto Intim Line, PT Cahaya Energi Samudera, PT Meratus Line, PT IPC Pelindo, PT Sinar Karya Samudera, PT Meindo Elang Indah
3.	Oktober 2020	7	PT Tanto Intim Line, PT IPC Pelindo, PT Briez Berkah Perkasa, PT Sinar Karya Samudera, PT Buana Kreasi Internasional, PT Meratus Line, PT Lumoso Pratama Line
4.	November 2020	5	PT IPC Pelindo, PT Agung Lisna Sakti, PT Sinar Karya Samudera, PT Cahaya Energi Sentosa, PT Tanto Intim Line
5.	Desember 2020	9	PT Berdikari Samudra Perkasa, PT Manalagi, PT Gurita Lintas Samudera, PT Fitria Antarnusa Samudera, PT Sinar Karya Samudera, PT Meratus Line, PT Cahaya Energi Samudera, PT IPC Pelindo, PT Daya Radar Utama
6.	Januari 2021	8	PT Meratus Line, PT Daya Radar Utama, PT Gurita Lintas Samudera, PT Sinar Karya Samudera, PT IPC Pelindo, PT Lintas Kumala Abadi, PT Mentari Energi Lines, PT Petro Mulya Energy
7.	Februari 2021	6	PT Daya Radar Utama, PT Meratus Line, PT Shafira Energi Sejahtera, PT Aneka Atlantico Nidyatama, PT Sinar Karya Samudra, PT IPC Pelindo
8.	Maret 2021	10	PT Daya Radar Utama, PT Meratus Line, PT Karunia Lines, PT Dua Berlian Perkasa, PT Briez Berkah Perkasa, PT Sinar Karya Samudera, PT Aneka Atlantico Nidyatama, Indonusa Karya Energi, PT Dua Berlian Perkasa, PT Pancaran Karya Shipping
9.	April 2021	9	PT Briez Berkah Perkasa, PT IPC Pelindo, PT Armada Putra Nusantara, PT Daya Radar Utama, PT Aneka Atlantico Nidyatama, PT SPIL, PT Amas Iscindo Utama, PT Meratus Line, PT Gurita Lintas Samudera,
10	Mei 2021	7	PT Maxima Maritima, PT Amas Iscindo Utama, PT Daya Radar Utama, PT Aneka Atlantico Nidyatama, PT Meratus Line, PT IPC Pelindo, PT Meratus Line
11	Juni 2021	6	PT Sinar Karya Samudera, PT Meratus Line, PT Meratus Line, PT Pancaran Karya Shipping, PT Briez Berkah Perkasa, PT IPC Pelindo

12	Juli 2021	8	PT IPC Pelindo, PT Meratus Line, PT Pancaran Karya Shipping, PT Briez Berkah Perkasa, PT Meratus Line, PT Sinar Karya Samudera, PT Meratus Line, PT Gurita Lintas Samudera
----	-----------	---	--

Selama Periode Agustus 2020 – Juli 2021, perusahaan yang menggunakan jasa bunker di PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara mengalami kenaikan dan penurunan setiap bulannya. Hal ini terjadi karena beberapa faktor antara lain faktor harga bahan bakar kapal yang mengalami kenaikan sehingga konsumen memilih supplier yang lain.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh penulis, telah terjadi penurunan target perusahaan dalam menggandeng pelanggan (*customer*). Banyaknya perusahaan senior yang berkecimpung di bidang yang sama membuat PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara memiliki tugas lebih untuk mengevaluasi kualitas pelayanan jasa *bunker*. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk menyajikan objek penulisan skripsi ini dengan judul:

“ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN JASA *BUNKER* SELAMA PANDEMI *COVID-19* DI PT PELAYARAN ATHALLA PUTRA CIPUNAGARA.”

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka penulis mencoba mengidentifikasi masalah yang ada sebagai berikut:

1. Belum adanya monitoring kualitas jasa pelayanan *bunker*.
2. Tidak adanya kesesuaian SOP antar individual karyawan saat pandemi *Covid-19*.
3. Target perusahaan tidak tercapai dikarenakan penurunan jumlah konsumen jasa *bunker* PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara.
4. Lamanya konfirmasi *bunker* oleh konsumen sehingga menyebabkan menumpuknya antrian *bunker* pada PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara.
5. Belum dijalankannya strategi yang dirancang oleh PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara.
6. Terjadinya penurunan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa *bunker* di PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara.

7. Belum adanya peningkatan pelayanan *bunker* dalam menjaga kualitas jasa layanan *bunker*.

C. BATASAN MASALAH

Berdasarkan identifikasi masalah yang disampaikan di atas, maka penulis memfokuskan pada tingkat kepuasan konsumen dan pelayanan jasa *bunker* di PT Pelayanan Athalla Putra Cipunagara :

1. Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa *bunker* di PT Pelayanan Athalla Putra Cipunagara.
2. Belum adanya peningkatan pelayanan *bunker* dalam menjaga kualitas jasa layanan *bunker*.

D. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah :

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa *bunker*?
2. Pelayanan jasa apakah yang masih perlu ditingkatkan dalam menjaga kualitas jasa layanan *bunker* ?

E. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa *bunker*.
- b. Untuk mengetahui pelayanan jasa *bunker* yang perlu ditingkatkan dalam menjaga kualitas pelayanan jasa *bunker* oleh PT Pelayanan Athalla Putra Cipunagara.

2. Manfaat Penelitian

Disamping tujuan-tujuan di atas, penulis juga mengharapkan skripsi ini akan memberikan manfaat untuk:

- a. Secara teoritis

Untuk menemukan implementasi dari meningkatkan pelayanan jasa *bunker* PT Pelayanan Athalla Putra Cipunagara.

- b. Secara Praktis

Untuk memberikan masukan kepada perusahaan guna mengimplementasikan pelayanan jasa *bunker* dan strategi pelayanan yang dirancang untuk memuaskan pelanggan.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab dimana bab satu dengan bab yang lainnya saling terkait dan dilengkapi dengan daftar pustaka yang secara teori dapat dijadikan referensi oleh penulis dan didukung pula dengan lampiran-lampiran, selanjutnya untuk memudahkan pemahaman secara sistematis penulisannya adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan menguraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini dikemukakan tentang tinjauan pustaka yang memuat uraian mengenai ilmu pengetahuan yang terdapat dalam kepustakaan, pengertian dari hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan dan kerangka pemikiran mengenai perbaikan-perbaikan yang perlu dilakukan serta hipotesis dalam mengemukakan jawaban sementara atau kesimpulan sementara yang diperoleh oleh penulis mengenai pokok permasalahan yang diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai metode-metode yang digunakan oleh penulis dalam hal penulisan skripsi ini. Bab ini terdiri dari waktu dan tempat penelitian, metode pendekatan serta teknik pengumpulan data yang mengungkapkan cara apa saja yang dilakukan untuk mengumpulkan data, serta populasi dan sampel yang mengemukakan sekelompok orang, benda atau hal yang menjadi sumber dari

pengambilan suatu sampel penelitian yang dianggap dapat mewakili keseluruhan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, membahas pokok masalah penelitian. Penulis akan membahas tentang deskripsi data, analisis data dari masalah yang ada, alternatif pemecahan masalah dan evaluasi terhadap alternatif pemecahan masalah serta pemecahan masalah yang dipilih.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini bab penutup dimana akan disampaikan kesimpulan yang merupakan pernyataan singkat dan tepat berdasarkan hasil analisis atau pembahasan dalam suatu kesimpulan dari seluruh uraian dari bab awal sampai dengan bab terakhir serta saran-saran konkret bagi penyelesaian masalah yang dihadapi oleh objek penelitian sebagai suatu masukan yang diharapkan berguna dalam penyelesaian masalah yang dihadapi.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. TINJAUAN PUSTAKA

Di dalam bab ini, penulis membuat beberapa pengertian yang di ambil dari beberapa buku-buku referensi, dan juga pendapat ahli untuk memudahkan dalam memahami pengertian-pengertian yang penulis gunakan dalam skripsi.

1. Kepuasan Konsumen

Banyak pakar yang mendefinisikan kepuasan konsumen berdasarkan persepektifnya masing-masing meskipun tidak terdapat satu definisi tunggal yang menjadi rujukan bersama mengenai kepuasan konsumen, namun pada intinya mereka menyatakan substansi yang sama tentang kepuasan konsumen. Menurut Kotler Dan Keller dalam Donni Juni Priansah (2017: p.196) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang.

Menurut Fandy Tjiptono (2014: p.353) kata “kepuasan atau *satisfaction*” berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup banyak, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat) secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Menurut Howard dan Sheth dalam Fandy Tjiptono (2014: p.353) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembelian berkenaan dengan kesepadanan atau ketidak sepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Sedangkan menurut Swan dalam Fandy Tjiptono (2014: p.353) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif

menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan atau pemakaiannya.

Menurut Danang Sunyoto (2015: p.140), kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013: p.181), kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima konsumen. Jika produk tersebut jauh di bawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013: p.180) menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang real atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen. Masih menurut Sangadji dan Sopiah (2013: p.182), kepuasan konsumen dapat menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan.

Menurut Nugroho dalam Purnomo Edwin Setyo (2017), menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tadi. Kepuasan diukur dari sebaik apa harapan pelanggan dipenuhi. Sedangkan loyalitas pelanggan adalah ukuran semau apa pelanggan melakukan pembelian lagi.

Berdasarkan definisi kepuasan konsumen diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan senang ataupun kecewa yang dirasakan oleh pelanggan terhadap produk atau jasa yang diberikan kepada konsumen tersebut setelah melakukan perbandingan antara kinerja produk terhadap harapan konsumen.

a. Elemen kepuasan konsumen

Menurut Donni Juni Priansa (2017: p,210) lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1) Harapan (*expectations*)

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

2) Kinerja (*performance*)

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

3) Perbandingan (*comparison*)

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

4) Pengalaman (*experience*)

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

5) Konfirmasi (*confirmation*) dan diskonfirmasi (*disconfirmation*)

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi *confirmation /disconfirmation*.

b. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Menurut Lupyoadi (2008: p.77), dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, antara lain:

1) Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

- 2) Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 3) Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
- 4) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- 5) Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

c. Manfaat kepuasan konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2009: p.164) yaitu konsumen yang sangat puas biasanya akan tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk yang lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain dan tidak terlalu sensitif terhadap harga. Namun sebaliknya apabila konsumen kecewa dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan yaitu menurunkan jumlah konsumen karena konsumen tidak tertarik lagi untuk menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan sehingga akan berdampak pada penurunan laba. Ada dua macam kepuasan yaitu:

- 1) Kepuasan fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian produk.
- 2) Kepuasan psikological, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud atas penggunaan suatu produk. Misalnya saat kita pergi ke rumah makan, kita puas dengan diberikan pelayanan yang cepat ramah dan sopan.

Menurut Fandy Tjiptono (2008: p.98), mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih

sekarang–kurangnya memberikan hasil) atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya:

- 1) Hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis.
- 2) Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
- 3) Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen.
- 4) Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan.
- 5) Laba yang diperoleh meningkat.

d. Metode pengukuran kepuasan konsumen

Menurut Fandy Tjiptono (2014: p.368) tidak ada satupun ukuran tunggal “terbaik” mengenai kepuasan pelanggan yang disepakati secara universal. Meskipun demikian, cara mengukur kepuasan pelanggan, terdapat kesamaan paling tidak dalam enam konsep inti mengenai objek pengukuran, yaitu:

1) Kepuasan pelanggan keseluruhan

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya ada dua bagian dalam proses pengukurannya:

- a) Mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa perusahaan bersangkutan.
- b) Menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan konsumen keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.

2) Dimensi kepuasan pelanggan

Berbagai penelitian memilah kepuasan konsumen atau pelanggan kedalam komponen-komponennya. Proses semacam itu terdiri empat langkah, yaitu:

- a) Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan konsumen atau pelanggan.
- b) Meminta pelanggan menilai produk atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf layanan pelanggan.

- c) Meminta pelanggan menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama.
 - d) Meminta para konsumen untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.
- 3) Konfirmasi harapan
- Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidakesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut penting.
- 4) Minat beli ulang
- Adalah kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi. Pelayanan yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan konsumen dimana mutu pelayanan tersebut akan masuk ke benak konsumen sehingga dipersepsikan baik. Apabila dikemudian hari ketika mengalami gangguan kesehatan, maka rumah sakit tersebut akan menjadi referensi yang muncul pertama kali dibenak konsumen.
- 5) Kesiediaan untuk merekomendasi
- Adalah kesiediaan untuk merekomendasi produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, sehingga melalui kepuasan itu konsumen akan melakukan pembelian jasa atau memutuskan untuk menggunakan jasa dan pada akhirnya akan merekomendasikan hal itu kepada orang lain.
- 6) Ketidakpuasan pelanggan, adalah aspek-aspek yang digunakan untuk mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi; *komplain, ratur atau pengembalian produk, biaya garansi, recall, word of mouth negative, defections.*

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumennya. Menurut Kotler dan Keller

(2009: p.140) mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:

1) *Survey berkala*

Metode ini dilakukan dengan cara melacak kepuasan konsumen secara langsung dan juga mengajukan pertanyaan tambahan untuk mengukur niat pembelian kembali dan kemungkinan atau kesediaan responden untuk merekomendasikan suatu merek kepada orang lain.

2) *Ghost shopping* (pembeli bayangan)

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau bersikap sebagai konsumen atau pembeli potensial produk pesaing. Kemudian para *ghost shoppers* tersebut menyampaikan temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dibandingkan para pesaing.

3) *Lost customer analysis* (analisis konsumen yang hilang)

Pada metode ini perusahaan berupaya menghubungi para konsumennya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok dengan maksud dapat memahami penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini diperlukan agar perusahaan dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya terhadap produk yang dipasarkan dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen.

4) *Survei kepuasan konsumen*

Wawancara langsung dengan melakukan survei, dimana perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.

e. Indikator kepuasan konsumen

Menurut Rondonuwu dan Komalig dalam jurnal Purnomo Edwin Setyo (2017). Kepuasan konsumen diukur dari sebaik apa harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi. Menjelaskan indikator kepuasan konsumen, yaitu :

1) *Terpenuhinya harapan konsumen*

Konsumen merasakan kepuasan akan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan dari suatu produk barang atau jasa.

2) Sikap atau keinginan menggunakan produk

Sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari, ini berarti bahwa sikap yang berkaitan dengan perilaku membeli terbentuk sebagai hasil dari pengalaman langsung mengenai produk, informasi secara lisan yang diperoleh dari orang lain atau terpapar oleh iklan di media masa, internet dan berbagai bentuk pemasaran langsung.

3) Merekomendasikan kepada pihak lain

Konsumen akan selalu merekomendasikan hasil pengalamannya kepada orang lain atas apa yang diperoleh dari suatu kualitas produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

4) Kualitas layanan

Kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan menyampaikan untuk mengimbangi harapan konsumen.

5) Loyal Konsumen memiliki berbagai alasan untuk tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu, yang mampu memberikan manfaat atau harapan mereka terpenuhi.

6) Reputasi yang baik

Upaya Bagi suatu perusahaan dimana produk utama yang dihasilkan adalah suatu jasa, maka reputasi dan nama baik sangat menentukan adanya anggapan bahwa reputasi yang berupa citra merk (*brand image*), citra perusahaan (*company image*), reputasi merk (*brand reputation*), nama yang terbaik (*the best name*), pelayanan prima (*service excelent*) dan semua yang berhubungan dengan kepuasan konsumen mendapatkan proritas.

7) Lokasi

Yang dimaksud dengan lokasi adalah tempat dimana perusahaan memperjual belikannya produk barang/jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

2. Pelayanan Jasa *Bunker*

Pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang) atau jasa. Menurut AS. Moenir, pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung (Moenir

2005:16). Kebutuhan-kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan phisik, kebutuhan sosial, dan kebutuhan psikologis (Agus Sulastiyono, 2002:41). Endar Sugiarto menyatakan pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, tamu, klien, pasien, penumpang dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani.

Perilaku pelayanan karyawan adalah tindakan individu (karyawan) untuk memenuhi kebutuhan orang lain (tamu atau konsumen). Pelayanan optimal akan memberikan kepuasan kepada orang lain tersebut. Tolok ukur pelayanan yang baik melalui pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan tamu. Penilaian kualitas pelayanan ditentukan oleh tamu sebagai pemakai jasa pelayanan tersebut. Menurut Kotler (2008:83), pengertian pelayanan yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Fandy Tjiptono (2012:4) pelayanan (*service*) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yakni *service operations* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (*back office* atau *backstage*) dan *service delivery* yang biasanya tampak (*visible*) atau diketahui pelanggan (sering disebut pula *front office* atau *frontstage*). Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa di dalam pelayanan selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Pelayanan bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud.

Menurut Rully Abdillah Ginting (2015) *bunker survey* adalah kegiatan pengawasan pengisian bahan bakar ke kapal untuk menghindari kecurangan atau kesalahpahaman dalam kegiatan pengisian *bunker* kapal, maka kedua belah pihak atau salah satu pihak meminta jasa *bunker survey* kepada perusahaan jasa survey khususnya jasa marine survey atau oil.

a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelayanan

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan suatu perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen yang dianggap paling penting

yang disebut “*The Big Eight Factors*” yang secara umum dibagi menjadi tiga kategori menurut Hannah and Karp (2007) sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang berhubungan dengan produk antara lain sebagai berikut.

a. Kualitas produk.

Kualitas produk yaitu merupakan mutu dari semua komponen-komponen yang membentuk produk. Sehingga produk tersebut mempunyai nilai tambah.

b. Hubungan antara nilai dengan harga.

Hubungan antara nilai dengan harga merupakan hubungan antara harga dan nilai produk yang ditentukan oleh perbedaan antara nilai yang diterima oleh pelanggan dengan harga yang dibayar oleh pelanggan terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh badan usaha.

c. Bentuk produk.

Bentuk produk merupakan komponen-komponen fisik dari suatu produk yang menghasilkan suatu manfaat.

d. Keandalan.

Keandalan merupakan kemampuan dari suatu perusahaan untuk menghasilkan produk sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan.

2. Faktor-faktor yang berhubungan dengan pelayanan antara lain sebagai berikut:

a. Jaminan.

Suatu jaminan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk pengembalian harga pembelian atau mengadakan perbaikan terhadap produk yang rusak setelah pembelian.

b. Respon dan cara pemecahan masalah.

Response to and Remedy of Problems merupakan sikap dari karyawan dalam menanggapi keluhan serta masalah yang dihadapi oleh pelanggan.

3. Faktor-faktor yang berhubungan dengan pembelian antara lain sebagai berikut:

a. Pengalaman karyawan.

Pengalaman karyawan merupakan semua hubungan antara pelanggan dengan karyawan khususnya dalam hal komunikasi yang berhubungan dengan pembelian.

b. Kemudahan dan kenyamanan.

Convenience of acquisition merupakan segala kemudahan dan kenyamanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk yang dihasilkannya.

b. Prinsip-Prinsip Pelayanan

Perilaku pelayanan karyawan adalah tindakan individu (karyawan) untuk memenuhi kebutuhan orang lain (tamu atau konsumen). Pelayanan optimal akan memberikan kepuasan kepada orang lain tersebut. Tolok ukur pelayanan yang baik melalui pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan tamu. Penilaian kualitas pelayanan ditentukan oleh tamu sebagai pemakai jasa pelayanan tersebut. Menurut James A.Fitzsimmons dan Mona J.Fitzsimmons menjelaskan konsumen akan menilai kualitas pelayanan yang diterima melalui lima prinsip dimensi pelayanan sebagai tolok ukurnya yaitu (1) *reability* adalah kemampuan untuk memberikan secara tepat dan benar jenis pelayanan yang telah dijanjikan kepada tamu, (2) *responsive* atau *responsiveness* yaitu kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu tamu dan memberikan pelayanan yang tepat waktu, (3) Kepastian/jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan dan kesopan santunan serta kepercayaan diri para pegawai.

Dimensi assurance memiliki ciri-ciri: kompetisi untuk memberikan pelayanan, sopan dan memiliki sifat respek terhadap tamu, (4) Empati atau *empathy* memberikan perhatian individu tamu secara khusus. Dimensi empati ini memiliki ciri-ciri: kemauan untuk melakukan pendekatan, memberikan perlindungan dan usaha untuk mengerti keinginan, kebutuhan dan perasaan tamu, (5) Nyata atau tangibles yaitu sesuatu yang nampak atau yang nyata, yaitu penampilan para pegawai, dan fasilitas-fasilitas fisik, lainnya seperti peralatan dan perlengkapan yang menunjang pelaksanaan pelayanan. (James A.Fitzsimmons dan Mona Fitzsimmons dalam Agus Sulastiyono(2002:35)).

Unsur-unsur di lima prinsip dimensi kualitas pelayanan bergantung pada perilaku atau kualitas manusia, serta tingkat ketrampilan atau keahlian yang dimiliki oleh setiap individu yang terlibat dalam pelaksanaan pelayanan tersebut. Dimensi pelayanan reliabilitas (*reability*) dari karyawan dapat dilihat dari kesesuaian pelaksanaan pekerjaannya (pelayanannya) dengan rencana yang telah dibuat perusahaannya. Selain itu, karyawan mempunyai kepedulian terhadap permasalahan yang sedang dihadapi konsumen dan sejak awal memang ahli dalam menyampaikan pelayanan kepada konsumen serta melaksanakan pekerjaannya dengan tepat waktu sesuai janji yang diberikan kepada konsumen.

Sedangkan dimensi responsive (*responsiveness*) dari karyawan adalah karyawan memberikan informasi yang jelas kepada konsumen dan memberikan pelayanan kepada konsumen secara cepat dan tepat serta sungguh-sungguh membantu konsumen serta memiliki waktu untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat. Karyawan memiliki dimensi pelayanan kepastian/ jaminan (*assurance*) apabila dia benar-benar memiliki kemampuan atau keahlian dan mempunyai rasa sabar dalam menghadapi konsumen sehingga konsumen merasa aman. Selain itu, lingkungan kerja dan pimpinan perusahaan mendukung tugas karyawannya. Kemudian, dimensi pelayanan empati (*empathy*) dari karyawan terlihat ketika karyawan memiliki perhatian kepada konsumen dan kepentingannya, dan dia memahami kebutuhan konsumen serta berusaha menyesuaikan jam kerjanya dengan kesibukan konsumen.

Sedang dimensi pelayanan nyata (*tangibles*) terlihat dari kemutakhiran peralatan dan teknologi yang dimiliki dan kondisi sarana yang baik serta keselarasan fasilitas fisik yang dimiliki dengan jenis jasa yang diberikan. Selain itu, penampilan karyawan yang rapi dan bersih juga termasuk dalam dimensi pelayanan ini menurut Ibnu Syamsi dalam Bernadette Dian Nugraheni (2005:15-18).

c. Karakteristik Jasa atau Layanan

Menurut Fandy Tjiptono (2012:28) Jasa atau layanan memiliki empat karakteristik utama yaitu: (1) tidak berwujud (*intangibility*) artinya jasa/ layanan berbeda secara signifikan dengan barang fisik. Bila barang merupakan suatu objek, alat, material atau benda yang bisa dilihat, disentuh dan dirasa dengan

panca indera; maka jasa/ layanan justru merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha yang sifatnya abstrak. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa/ layanan cenderung hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki (*non- ownership*). Jasa bersifat *intangible*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Seorang konsumen jasa tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa sebelum ia mengalami atau mengkonsumsinya sendiri, (2) bervariasi (*heterogeneity*) artinya layanan bersifat variabel atau heterogen karena merupakan *non-standardized* output, artinya bentuk, kualitas dan jenisnya sangat beraneka ragam, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana layanan tersebut dihasilkan. Terdapat tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa, yaitu : (1) kerja sama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian layanan; (2) moral/ motivasi karyawan dalam melayani pelanggan; serta (3) beban kerja perusahaan. (3) tidak terpisahkan (*inseparability*) artinya barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi.

Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa/ layanan bersangkutan. Keduanya mempengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa/ layanan bersangkutan. Dalam hubungan antara penyedia jasa dan pelanggan ini, efektivitas staff layanan merupakan unsur kritis. Implikasinya, sukses tidaknya jasa/ layanan bersangkutan ditunjang oleh kemampuan organisasi dalam melakukan proses rekrutmen dan seleksi, penilaian kinerja, sistem kompensasi, pelatihan, dan pengembangan karyawannya secara efektif, (4) tidak tahan lama (*perishability*) berarti bahwa jasa/ layanan adalah komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu yang akan datang, dijual kembali, atau dikembalikan. Permintaan jasa juga bersifat fluktuasi dan berubah, dampaknya perusahaan jasa seringkali mengalami masalah sulit. Oleh karena itu perusahaan jasa merancang strategi agar lebih baik dalam menjalankan usahanya dengan menyesuaikan permintaan dan penawaran.

d. Pengertian *Bunker*

Menurut Kluijven (2015:04) *Bunker* adalah mensuplai kapal dengan bahan bakar, misalnya minyak lumas, air yang dapat diangkut, yang bias dilakukan di pelabuhan. Bahan bakar digunakan untuk operasi kapal dan termasuk logistik kapal. Bahan bakar yang distribusikan di antara tangki *bunker* yang tersedia. Tanki induk dari keseluruhan bahan bakar yang dibutuhkan motor induk selama berlayar berfungsi untuk menyimpan bahan bakar yang diperlukan oleh mesin ketika di perjalanan, tangki bahan bakar terbuat dari plat baja tipis yang bagian dalamnya dilapisi oleh anti karat.

Menurut Arditiya (2020) *bunker* adalah penyediaan bahan bakar untuk digunakan oleh kapal dan termasuk logistik kapal memuat bahan bakar dan mendistribusikannya di antara tangki *bunkering* yang tersedia, salah satu kegiatan rutin kapal dalam kehidupan sehari-harinya adalah melakukan *bunkering* istilah khusus yang di pakai untuk mengisi bahan bakar. *Bunker* kapal harus sesuai dengan tujuan penggunaan bunker dalam arti bahwa *bunker* kapal tersebut dapat di pergunakan secara aman baik untuk mesin induk atau mesin-mesin lainnya sebagai penggerak kapal tanpa menyebabkan terjadinya kerusakan pada mesin tersebut.

e. Prosedur Pengisian *Bunker*

1) Persiapan awal

- a) KKM harus menyounding seluruh tangki minyak, menghitung jumlah *Remaining On Board (ROB)* di dalam tangki, menentukan jumlah *bunker* yang akan diisi ke tiap tangki hingga batas yang aman (max. 80% volume) dan rencanakan urutan pengisian tangkinya, batas max. Pengisian tersebut dimaksudkan untuk menghindari *overflow* bila kapal memasuki daerah bercuaca buruk yang menyebabkan kapal rolling dengan derajat kemiringan yang besar.
- b) KKM harus memeriksa kondisi peralatan, baik peralatan dari pelabuhan atau peralatan yang dipasok oleh pencharter yang akan digunakan untuk operasi *bunker* dan akan melaporkannya kepada Nahkoda.

- c) Mualim I harus memastikan bahwa seluruh lubang pembuangan yang ada di deck dan main deck yang membatasi pipa perangan udara, lubang pembuangan air deck utama harus disumbat selama operasi *bunker*.
- d) Disiapkan bahan-bahan untuk penyerap minyak seperti pasir, serbuk gergaji, majun secukupnya untuk menjaga bila ada tumpahan minyak yang terjadi.
- e) KKM harus meminta kepada pihak pemasok *bunker* untuk kecepatan pengisian (*max rate*) dan tekanan pengisian harus sesuai dengan batas yang diijinkan.
- f) KKM harus meminta unit pengukuran yang dipakai oleh pemasok *bunker* (barrels, ton, long atau short / metric ton). KKM harus membuat aturan untuk menyounding tangki di tongkang atau flow meter di terminal.
- g) Sebelum memulai proses memompa minyak ke kapal kedua belah pihak harus sudah membuat persetujuan tentang tanda/isyarat yang digunakan sebagai contoh untuk memulai penyaluran minyak, slowdown, selesai *bunker*, emergency stop.
- h) KKM mempersiapkan permintaan oil boom tertulis kepada pihak pemasok. Surat permintaan oil boom harus ditandatangani pihak kapal dan kapal *bunker*.

f. Prosedur Keselamatan *Bunker*

- 1) Mengurus ijin kerja *bunker* Bahan Bakar.
- 2) Melakukan pekerjaan sesuai dengan check list:
 - a) Siapkan alat sounding dan menghitung volume tanki dengan benar
 - b) Siapkan serbuk gergaji dan majun.
 - c) Tutup lubang lubang yang mengarah ke laut.
 - d) Siapkan tabung kebakaran yang sesuai.
 - e) Siapkan alat komunikasi antar personil *bunker* selama *bunker*.
 - f) Siapkan *Shipboard Oil Pollution Emergency Plan (SOPEP)*.
 - g) Siapkan pasir.
 - h) Memasang tanda larangan merokok dan api terbuka di area pada saat *bunker*.

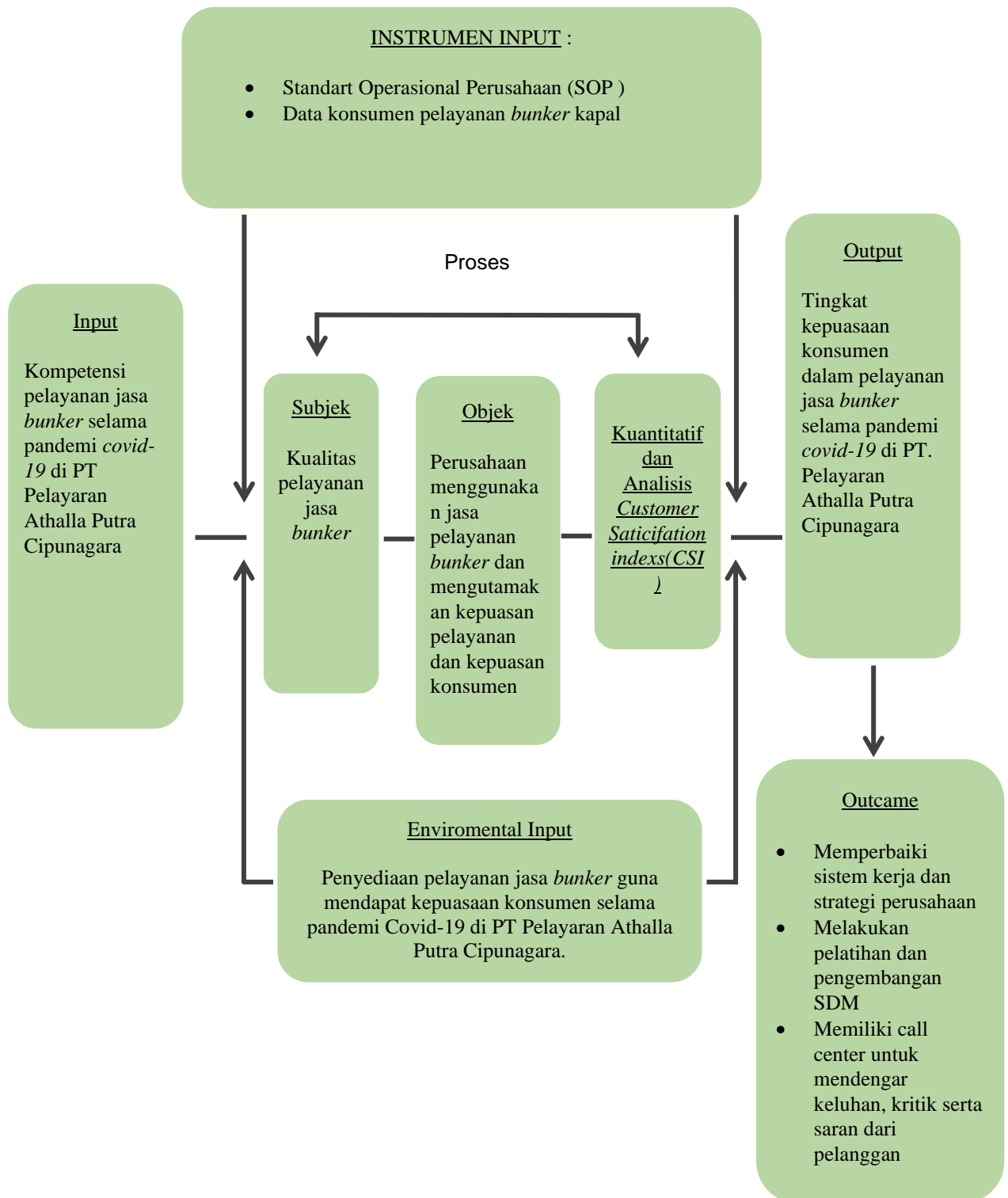
- i) Pasang bendera merah pada siang hari dan nyalakan lampu merah Satu buah pada malam hari.
- j) Personil *bunker* harus mengetahui tugasnya dengan baik selama *bunker*.
- k) Melaksanakan pengisian *bunker* $\pm 80\%$ dari kapasitas tanki.

B. KERANGKA PEMIKIRAN

Untuk dapat memaparkan pembahasan skripsi ini secara teratur, penulis membuat suatu kerangka pemikiran terhadap hal-hal yang menjadi pembahasan pokok-pokok mengenai masalah skripsi ini.

Bagan 2.1

KERANGKA PEMIKIRAN



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN

1. Waktu Penelitian

Di dalam penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian pada saat Praktek Darat yang terhitung dari bulan Agustus 2020 sampai dengan Juli 2021 di PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara.

Penulis melakukan penelitian tentang analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa *bunker* selama pandemic covid-19 di PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara.

2. Tempat Penelitian

Penulis mengambil tempat penelitian di PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara dimana perusahaan ini bertempat di daerah Jakarta. Perusahaan ini bergerak pada bidang jasa *bunker* kapal. Pada skripsi ini, pembahasan dipusatkan mengenai peningkatan kualitas pelayanan jasa *bunker* pada perusahaan tersebut.

Berikut adalah data perusahaan :

Nama : PT PELAYARAN ATHALLA PUTRA CIPUNAGARA

Alamat : Komplek Pertokoan Pulomas, Villa Tanah Mas, Kav No.14, Blok X, Jalan Perintis Kemerdekaan, Kel. Pulogadung, Kec. Pulogadung, Jakarta Timur.

Telepon : (021) - 47884366

E-mail : pelayaran.apc@gmail.com

Website : www.athamaragroup.com

Akte Pendirian : No.17/ 12 Oktober 2009

Notaris : Stephanie Wiliamarta, S.H

B. METODE PENDEKATAN DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA

1. Metode Pendekatan

Pada penelitian ini, penulis akan membahas mengenai pelayanan jasa *bunker* PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara guna menganalisis tingkat kepuasan konsumen. Pelayanan jasa *bunker* yang dimaksud adalah kualitas layanan jasa *bunker* dan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen, sehingga pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan korelasi kuantitatif.

2. Teknik Pengumpulan Data

Menjelaskan tentang teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian, sesuai dengan masalah serta jenis data yang digunakan, seperti :

a. Teknik Observasi (berupa pengamatan)

Observasi (pengamatan) adalah penulis mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung di lapangan terhadap perusahaan yang menjadi objek penelitian.

b. Studi Pustaka

Pengumpulan data dengan cara membaca, melihat, meneliti, mengutip dari buku-buku atau referensi yang disajikan, masukan atau bahan pertimbangan dan perbandingan mengenai apa yang dapat dilihat dari teori yang sudah ada. Studi pustaka ini bertujuan untuk memperoleh dasar-dasar teori dengan jalan membaca buku-buku termasuk peraturan dan dokumen-dokumen lainnya yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas.

c. Dokumentasi dan lain sebagainya

Pengumpulan data dengan cara melihat dan mempelajari dokumen, proses terjadinya *bunker* antar kapal, keadaan serta suasana kantor, kendaraan yang digunakan untuk kegiatan operasional, dokumen yang dibutuhkan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pengguna jasa *bunker*.

d. Kuisioner

Kuisioner adalah kumpulan daftar pernyataan dimana nanti kita akan mendapatkan jawaban dari responden, responden hanya bisa memberikan jawaban yang telah disediakan dalam kuisioner. Kuisioner akan dibagikan kepada konsumen *bunker* PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara.

Kuisisioner ini akan dilakukan menggunakan *Google Form*. Menurut Sekaran (2017) menyatakan bahwa kuisisioner melalui *google form* memiliki berbagai macam kelebihan utama dari kelebihan ini adalah bahwa penelitian dapat mencakup daerah geografis yang sangat luas dalam melakukan survey penelitian ini. Penelitian ini menggunakan skala likert atau skala ordinal yang terdiri dari (empat) pilihan jawaban. Responden penelitian hanya dapat memilih satu dari empat jawaban skala ordinal yang tersedia pada kuisisioner. Masing-masing jawaban pada pernyataan positif memiliki bobot penilaian yang berbeda seperti sebagai berikut:

- a. SS : 5 (Sangat Setuju)
- b. S : 4 (Setuju)
- c. N : 3 (Netral)
- d. TS : 2 (Tidak Setuju)
- e. STS : 1 (Sangat Tidak Setuju)

Penelitian ini meniadakan pilihan ragu-ragu atau netral, sebab pernyataan ragu-ragu atau netral memiliki makna ganda yang artinya belum bisa memberikan jawaban. Hal ini dilakukan agar peneliti tidak kehilangan banyak data dalam penelitian.

C. SUBJEK PENELITIAN

Populasi menurut Sugiyono (2015:117) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi dari skripsi ini yaitu pengguna jasa *bunker* PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara selama periode Agustus 2020 - Juli 2021.

Sampel menurut Sugiyono (2015:118) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Bila populasi yang akan diambil oleh penulis adalah populasi dalam jumlah besar dan penulis tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka penulis bisa menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut, tetapi sampel yang diambil dari populasi harus bisa mewakili

populasi. Kriteria sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan dan kapal yang pelayanan bunkernya di layani oleh PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara selama periode Agustus 2020 – Juli 2021.

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2005), sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi sumber dalam penelitian, yang mana adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, yang merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasinya. Pemilihan sampel untuk penelitian ini dilakukan secara *probability sampling* ialah sebagai teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Jumlah populasi dalam penelitian sebanyak 92 perusahaan (jumlah perusahaan yang melakukan *bunker* berdasarkan data periode agustus 2020 – juli 2021). Maka pada pengambilan sampel skripsi ini menggunakan sebanyak 80 perusahaan / responden.

D. TEKNIK ANALISIS DATA

Untuk membuat skripsi ini perlu suatu penelitian terlebih dahulu agar dapat memperoleh data yang lengkap, kongkret dan dapat menguraikan masalah pokok yang terdapat di dalam suatu laporan dan menjadi hasil dari suatu penelitian.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan dua pendekatan yaitu dengan analisis verifikatif dan analisis *customer satification index*. Analisis berdasarkan pada kekuatan hubungan antara dua variabel yang di analisa sehingga besarnya keterkaitan variabel tersebut dapat diketahui.

Untuk keperluan analisis data, akan digunakan dua pendekatan yaitu : analisis verifikatif dan *customer satification index*

1. Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang mengungkapkan hubungan dan pengaruh antar variabel yang diteliti dengan menggunakan perhitungan statistik. Adapun alat verifikatif yang digunakan adalah program SPSS.

a. Uji Validitas

Uji validalitas ini digunakan untuk mengetahui tingkat validalitas dari suatu kuisioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Kuisioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut (Ghozali, 2013:52). Setiap uji statistic memiliki dasar dalam pengambilan keputusan untuk mengambil keputusan dari uji yang telah dilakukan.

Uji validalitas untuk melihat valid tidaknya data dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan t tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah banyak sampel jika t dihitung lebih besar dari t tabel, maka instrumen kuesioner dinyatakan valid.

$$Df = N-2$$

Ket :

Df : Tingkat Validalitas

N : Banyaknya Sampel

Pengujian validitas item (instrumen pengumpulan data), berlandaskan pada beberapa ketentuan, yaitu:

- 1) Membandingkan nilai signifikasi korelasi satu item dengan item total, dengan aturan bila nilai signifikasi $< 0,05$ maka item valid, tetapi nilai signifikasi $> 0,05$ maka item tidak valid.
- 2) Membandingkan nilai r hitung (nilai pearson correlation) dengan nilai r tabel (nilai yang ada pada tabel r). Nilai r tabel ini dicari menggunakan tingkat signifikasi $0,05$ dengan uji 2 sisi dan melihat N (jumlah subjek) dikurangi 2 ($df=N-2$). Bila r hitung (nilai pearson correlation) $> r$ tabel, maka item valid. Sebaliknya bila r hitung (nilai pearson correlation) $> r$ tabel, maka item tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sufren dan Yonathan (2013), reabilitas adalah keandalan atau keterpercayaan alat ukur. Uji reabilitas digunakan untuk melihat sejauh mana alat ukur tersebut memberikan hasil yang kurang lebih sama ketika diterapkan pada subjek penelitian yang sama dalam waktu yang berbeda. Penelitian ini menggunakan rumus Alpha Cronbach karena instrument penelitian berbentuk kuisioner rentang nilai dari 1-4.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t}\right)$$

Keterangan :

r_{11} = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$ = jumlah varian butir

$\sigma^2 t$ = varians total

Adapun dasar pengambilan keputusan dari uji reliabilitas adalah jika nilai cronbach's alpha > 0,60 maka kuesioner atau angket dinyatakan reliable atau konsisten. Namun jika nilai cronbach's alpha < 0,60 maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliable atau tidak konsisten.

2. *Costumer Satisfaction Index (CSI)*

Costumer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur. Pada tabel 3.1 dapat dilihat indikator nilai CSI terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 3.1.

Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Index*

No	Nilai CSI (%)	Keterangan CSI
1	81% - 100%	Sangat Puas
2	66% - 80,99%	Puas
3	51% - 65,99%	Cukup Puas
4	35% - 50,99%	Kurang Puas
5	0 – 34,99%	Tidak Puas

(Sumber: Sinnun, 2017:151)

Menurut Stratford (2004) metode pengukuran CSI meliputi tahap-tahap sebagai berikut :

- a. **Menentukan Mean Importance Score (MIS-i) dan Mean Satisfication Score (MSS).** Nilai ini didapat dari nilai rata-rata tingkat kepentingan dan rata-rata tingkat kinerja tiap atribut.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \qquad MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan :

- n : jumlah responden
 Xi : nilai kinerja atribut ke-i
 Yi : nilai kepentingan atribut ke-i

- b. **Weight Factor (WF)**, adalah fungsi dari *Mean Importance Score* atau nilai dari rata-rata tingkat kepentingan (MIS-i) masing-masing atribut yang dinyatakan dalam bentuk persen terhadap total *Mean Importance Score* untuk seluruh atribut yang diuji.

$$WF = \frac{MIS-i}{Total\ MIS-i}$$

- c. **Weighted Score (WS)**, adalah fungsi dari *Mean Satisfication Score (MSS)* dikali dengan *Weighting Factor (WF)*. *Mean Satisfication Score* atau nilai rata tingkat kepuasan diperoleh dari nilai rata-rata tingkat performance atau nilai rata-rata tingkat kinerja dari suatu atribut.

$$WS = MSS \times WF$$

- d. **Weight Average Total (WAT)**, adalah fungsi dari total *Weighted Score (WS)* atribut ke-1 (α_1) hingga atribut ke-n (α_n).

$$WAT = WS\alpha_1 + WS\alpha_2 + \dots + WS\alpha_n$$

- e. **Customer Satisfaction Index**, yaitu fungsi dari nilai *Weight Average (WA)* dibagi dengan *Highest Scale (HS)* atau yang dinyatakan dalam bentuk persen. Skala maksimum diperoleh dari ukuran skala Likert yang digunakan dalam pembobotan tingkat kepentingan dan kinerja. Maka dalam penelitian ini skala maksimum yang digunakan yaitu lima.

$$CSI = \frac{\sum_{k=1}^n WS_k}{HS} \times 100\%$$

dimana:

WS = Bobot skor (*weight score*)

HS = Skala maksimum (*highest scale*)

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. DESKRIPSI DATA

Pada bab ini, penulis membahas tentang fakta-fakta yang terjadi selama penulis melaksanakan praktik darat di PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara. Untuk memudahkan proses penelitian, penulis mengurai deskripsi data sebagai berikut:

1. Profil Perusahaan

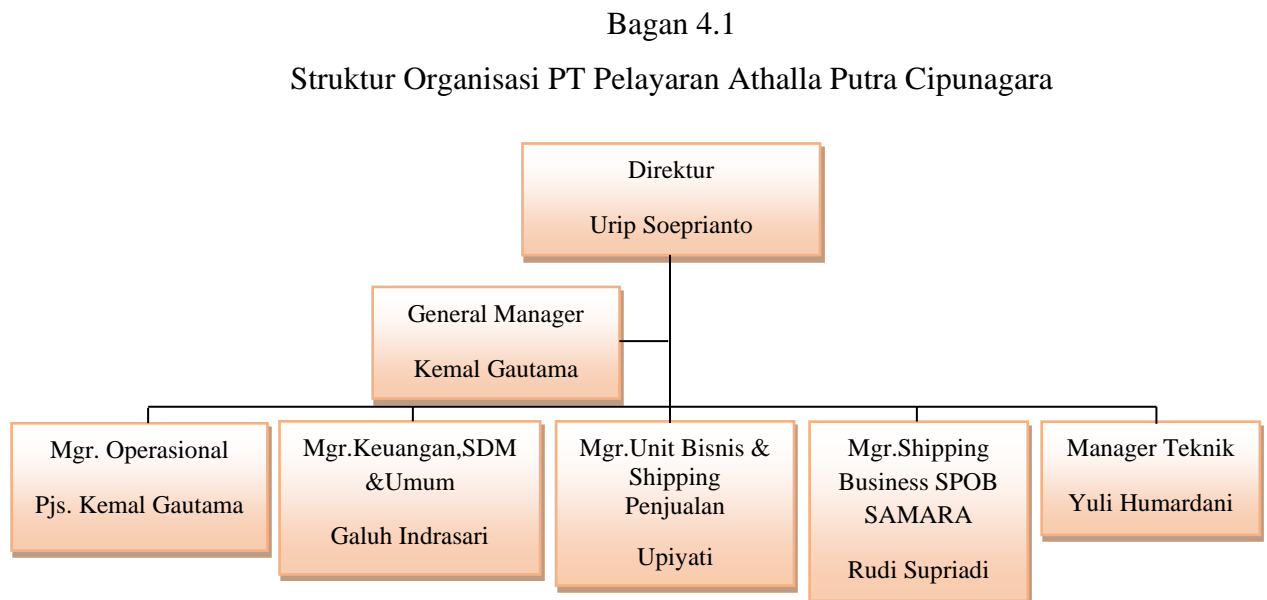
PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara (ATHAMARA Group) berdiri pada tahun 2003 diawali dengan berdirinya PT Surya Delta Andhini (SDA) pada tanggal 25 Agustus 2003. Sejak awal berdiri SDA telah bergerak di bidang agen Penjualan BBM dan *Bunker Service* untuk perusahaan-perusahaan pelayaran. Seiring dengan perkembangan usaha perusahaan, pada 12 Agustus 2009 didirikanlah PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara (PAPC) sebagai perusahaan pelayaran yang memiliki armada kapal *Self Propeller Oil Barge (SPOB)*. Tanggal 19 Agustus 2010, PT Athamara Maritimindo International didirikan sebagai bentuk ekspansi ATHAMARA Group yang bergerak di bidang agen pelayaran. PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara adalah perusahaan pelayaran yang juga menyalurkan bahan bakar berupa solar *High Speed Diesel (HSD)* dan *Marine Fuel Oil (MFO)* untuk perusahaan pelayaran dan industri dengan memiliki izin sebagai *Mobile Bunker Agent (MBA)* dari PT Pertamina (Persero). Dalam kegiatan tersebut maka perusahaan telah memiliki armada kapal dengan berbagai ukuran, dengan total tonage 4.000 Ton. PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara telah menerapkan sistem manajemen mutu berdasarkan standar internasional untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan melalui ISO 9000:2008 “*Quality Management*”.

PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara telah memiliki Surat Izin Usaha Perusahaan Angkutan Laut (SIUPAL), memiliki armada kapal yang dapat

disewakan baik dengan sistem *time charter* maupun *spot charter*, sebagai sarana angkut bahan bakar minyak, minyak mentah dan lain-lain. Dengan pendirian PT Athamara Maritimindo International, ATHAMARA Group semakin berkembang menjadi perusahaan pelayaran yang profesional dan terpercaya, dengan berfokus pada Jasa Keagenan Kapal dan Manajemen Teknis Kapal.

2. Struktur Organisasi

Berikut adalah stuktur organisasi PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara :



Sumber : PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara Bagian HRD

Tabel 4.1
Data Pendidikan Karyawan
PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara

No	Nama	Pendidikan
1	Kemal Gautama	S1
2	Yuli Humardani	D3
3	Galuh Indrasari	S1
4	Upiyati	D3
5	Rudi Supriadi	D3
6	Satto Wicaksono	D3
7	Ria Fadillah	S2
8	Aris Wello	S1
9	Puspita	S1
10	Imam Nurkolim	D3
11	Annissa Natasya Nugroho	S1
12	Muhammad Hakeem Hidayat	S1
13	Firdaus	S1

Sumber : PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara sub bagian HRD

3. Sistem Kerja Untuk Meningkatkan Pelayanan Jasa

Dalam meningkatkan pelayanan jasa, suatu perusahaan harus memiliki sistem kerja perusahaan yang baik dan terstruktur. Sistem kerja tidak hanya dibutuhkan untuk kualitas pelayanan jasa tetapi juga dapat membuat pekerjaan menjadi efektif, efisien, dan sistematis dalam suatu sistem yang telah diberlakukan di dalam suatu perusahaan. Namun pada kenyataannya, masih ada kekurangan dalam sistem kerja yang ada dan penerapan sistem kerja yang belum terlaksana dengan baik. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya:

- a. Belum adanya SOP kerja di perusahaan
- b. Pemilihan SDM yang kurang tepat
- c. Lingkungan kerja yang belum harmonis

Dari faktor di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa dalam mempertahankan pelayan jasa suatu perusahaan perlu adanya suatu sistem kerja yang baik dan

sesuai agar terciptanya efektifitas dalam menyelesaikan suatu pekerjaan tertentu.

Selama penulis melakukan praktek darat di PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara, penulis mendapatkan fakta bahwa sistem kerja yang diberlakukan pada perusahaan kurang berjalan dengan baik. Sehingga penulis merasa bahwa perusahaan harus menerapkan semua sistem kerja yang berlaku agar kualitas jasa perusahaan selalu terjaga dan dapat meningkat.

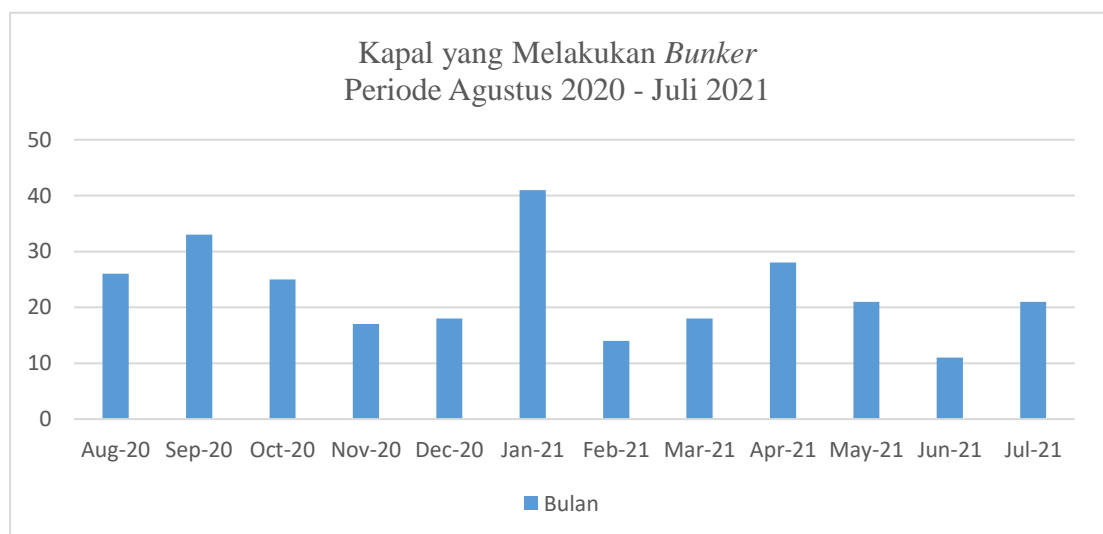
4. Strategi Perusahaan Menciptakan Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah suatu hal utama yang harus diutamakan serta dijaga dengan baik. Kepuasan konsumen merupakan suatu kunci suksesnya perusahaan dalam menjalankan perusahaannya. Untuk itu, strategi yang tepat sasaran dalam memasarkan produk/ jasa serta menciptakan kepuasan pelanggan penting untuk disusun dengan benar. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap perusahaan PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara, dapat dilihat dari data kunjungan kapal yang melakukan bunker dalam periode Agustus 2020 sampai dengan Juli 2021.

Bagan 4.2

Kapal yang Melakukan *Bunker*

Periode Agustus 2020 – Juli 2021



Tabel 4.2
Perusahaan yang Kembali *Bunker*
Periode Agustus 2020 – Juli 2021

No	Bulan	Jumlah	Perusahaan Yang Kembali <i>Bunker</i>
1.	Agustus 2020	8	PT Shafira Energi Sejahtera, PT Tanto Intim Line, PT Sinar Karya Samudra, PT Agung Lisna Sakti, PT Berkah Jaya Samudera, PT Lumoso, PT Meratus Line, PT IPC Pelindo
2.	September 2020	9	PT Briez Berkah Perkasa, PT Gurita Lintas Samudera, PT Shafira Energi Sejahtera, PT Tanto Intim Line, PT Cahaya Energi Samudera, PT Meratus Line, PT IPC Pelindo, PT Sinar Karya Samudera, PT Meindo Elang Indah
3.	Oktober 2020	7	PT Tanto Intim Line, PT IPC Pelindo, PT Briez Berkah Perkasa, PT Sinar Karya Samudera, PT Buana Kreasi Internasional, PT Meratus Line, PT Lumoso Pratama Line
4.	November 2020	5	PT IPC Pelindo, PT Agung Lisna Sakti, PT Sinar Karya Samudera, PT Cahaya Energi Sentosa, PT Tanto Intim Line
5.	Desember 2020	9	PT Berdikari Samudra Perkasa, PT Manalagi, PT Gurita Lintas Samudera, PT Fitria Antarnusa Samudera, PT Sinar Karya Samudera, PT Meratus Line, PT Cahaya Energi Samudera, PT IPC Pelindo, PT Daya Radar Utama
6.	Januari 2021	8	PT Meratus Line, PT Daya Radar Utama, PT Gurita Lintas Samudera, PT Sinar Karya Samudera, PT IPC Pelindo, PT Lintas Kumala Abadi, PT Mentari Energi Lines, PT Petro Mulya Energy
7.	Februari 2021	6	PT Daya Radar Utama, PT Meratus Line, PT Shafira Energi Sejahtera, PT Aneka Atlantico Nidyatama, PT Sinar Karya Samudra, PT IPC Pelindo

8.	Maret 2021	10	PT Daya Radar Utama, PT Meratus Line, PT Karunia Lines, PT Dua Berlian Perkasa, PT Briez Berkah Perkasa, PT Sinar Karya Samudera, PT Aneka Atlantico Nidyatama, Indonusa Karya Energi, PT Dua Berlian Perkasa, PT Pancaran Karya Shipping
9.	April 2021	9	PT Briez Berkah Perkasa, PT IPC Pelindo, PT Armada Putra Nusantara, PT Daya Radar Utama, PT Aneka Atlantico Nidyatama, PT SPIL, PT Amas Iscindo Utama, PT Meratus Line, PT Gurita Lintas Samudera,
10.	Mei 2021	7	PT Maxima Maritima, PT Amas Iscindo Utama, PT Daya Radar Utama, PT Aneka Atlantico Nidyatama, PT Meratus Line, PT IPC Pelindo, PT Meratus Line
11.	Juni 2021	6	PT Sinar Karya Samudera, PT Meratus Line, PT Meratus Line, PT Pancaran Karya Shipping, PT Briez Berkah Perkasa, PT IPC Pelindo
12.	Juli 2021	8	PT IPC Pelindo, PT Meratus Line, PT Pancaran Karya Shipping, PT Briez Berkah Perkasa, PT Meratus Line, PT Sinar Karya Samudera, PT Meratus Line, PT Gurita Lintas Samudera
TOTAL		92	

Berdasarkan tabel dan diagram diatas, dapat terlihat bahwa jumlah perusahaan yang melakukan bunker pada PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara memiliki jumlah yang tidak tetap setiap bulannya. Sementara, kepuasan pelanggan sendiri memiliki definisi yaitu perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Jika seseorang pelanggan merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama (Alvioletta, Setiawan, & Saputra, 2020). Berdasarkan data dan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa PT Pelayaran

Athalla Putra Cipunagara belum dapat menciptakan kepuasan pelanggan dengan baik.

5. Identitas Responden

Dalam melakukan penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 80 orang responden, diharapkan dengan jumlah responden tersebut dapat mewakili populasi, yang menggunakan jasa PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara dijadikan objek pada penelitian ini.

Kuisisioner ini dibagikan kepada 80 orang responden dan diberikan 20 butir pernyataan yang mewakili variabel dalam penelitian penulis berdasarkan dimensi dan indikator yang telah ditentukan. Tujuan dari skripsi ini adalah menilai seberapa besar tingkat kepuasan konsumen (Variabel X) PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara terhadap pelayanan jasa bunker (Variabel Y). Adapun pembahasan mengenai pengaruh pelayanan jasa terhadap tingkat kepuasan konsumen, maka penulis mengevaluasi dengan mengadakan kuisisioner. Data seluruh responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.3

Profil Responden

No	Profil Responden	Jumlah Responden
1	Jenis Kelamin:	
	a. Laki-Laki	48
	b. Perempuan	32
2	Usia	
	a. 20 – 30 tahun	74
	b. 30 – 50 tahun	5
	c. > 50 tahun	1
3	Jabatan	
	a. Staff Operasional	12
	b. Staff Marketing	14
	c. Agen	22
	d. Crew Kapal	32

B. ANALISIS DATA

1. Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengetahui tingkat validitas dari suatu kuisioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Kuisioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut (Ghozali, 2013:52). Setiap uji statistik memiliki dasar dalam pengambilan keputusan untuk mengambil keputusan dari uji yang telah dilakukan.

Uji validitas untuk melihat valid tidaknya data dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan t tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah banyak sampel jika t dihitung lebih besar dari t tabel, maka instrumen kuesioner dinyatakan valid.

$$Df = N-2$$

Ket :

Df : Tingkat Validitas

N : Banyaknya Sampel

Pengujian validitas item (instrumen pengumpulan data), berlandaskan pada beberapa ketentuan, yaitu:

- 1) Membandingkan nilai signifikasi korelasi satu item dengan item total, dengan aturan bila nilai signifikasi $< 0,05$ maka item valid, tetapi nilai signifikasi $> 0,05$ maka item tidak valid.
- 2) Membandingkan nilai r hitung (nilai pearson correlation) dengan nilai r tabel (nilai yang ada pada tabel r). Nilai r tabel ini dicari menggunakan tingkat signifikasi 0,05 dengan uji 2 sisi dan melihat N (jumlah subjek) dikurangi 2 ($df=N-2$). Bila r hitung (nilai pearson correlation) $> r$ tabel, maka item valid. Sebaliknya bila r hitung (nilai pearson correlation) $< r$ tabel, maka item tidak valid.

Berdasarkan hasil pengolahan yang telah dilakukan maka didapatkan hasilnya sebagai berikut :

Tabel 4. 4
Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Kepuasan Konsumen (X)

Validitas Butir-Butir Pernyataan Kuisisioner			
No Pernyataan	Corrected Item Total Correlation (<i>r_{hitung}</i>)	<i>r_{tabel}</i>	Validitas
A1	0,773	0.219	VALID
A2	0,732	0.219	VALID
A3	0,639	0.219	VALID
A4	0,601	0.219	VALID
A5	0,670	0.219	VALID
A6	0,624	0.219	VALID
A7	0,548	0.219	VALID
A8	0,718	0.219	VALID
A9	0,659	0.219	VALID
A10	0,725	0.219	VALID

Sumber : Data SPSS Diolah

Dari hasil pengujian validitas pada tabel diatas, kuesioner yang berisi 10 pernyataan variabel x (kepuasan konsumen) yang telah diisi oleh 80 responden pada penelitian ini. Salah satu cara agar bisa mengetahui kuesioner mana yang valid dan tidak valid, kita harus mencari tau r tabelnya terlebih dahulu. Rumus dari r tabel adalah $df = N-2$ jadi $80-2 = 78$, sehingga $r_{tabel} = 0,2199$ dengan $\alpha=0,05$. Dari hasil perhitungan validitas pada tabel diatas, 10 pernyataan dinyatakan semua pernyataan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan Jasa Bunker (Y)

Validitas Butir-Butir Pernyataan Kuisisioner			
No Pernyataan	Corrected Item Total Correlation (<i>r_{hitung}</i>)	<i>r_{tabel}</i>	Validitas
A11	0,689	0.219	VALID
A12	0,642	0.219	VALID
A13	0,713	0.219	VALID
A14	0,581	0.219	VALID
A15	0,637	0.219	VALID
A16	0,636	0.219	VALID
A17	0,740	0.219	VALID
A18	0,652	0.219	VALID
A19	0,673	0.219	VALID
A20	0,627	0.219	VALID

Sumber : Data SPSS Diolah

Dari hasil pengujian validitas pada tabel diatas, kuesioner yang berisi 10 pernyataan variabel y (pelayanan jasa bunker) yang telah diisi oleh 80 responden pada penelitian ini. Salah satu cara agar bisa mengetahui kuesioner mana yang valid dan tidak valid, kita harus mencari tau r_{tabel} tabelnya terlebih dahulu. Rumus dari r_{tabel} adalah $df = N-2$ jadi $80-2 = 78$, sehingga $r_{tabel} = 0,2199$ dengan $\alpha=0,05$. Dari hasil perhitungan validitas pada tabel diatas, 10 pernyataan dinyatakan semua pernyataan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Secara umum reliabilitas dapat diartikan dengan sesuatu yang dapat dipercaya. Uji reliabilitas dalam SPSS bertujuan untuk menilai tingkat konsistensi suatu kuisioner yang digunakan dalam penelitian, sehingga kuisioner tersebut dapat mengukur akurasi berdasarkan indikator variabel yang digunakan dalam penelitian. Menurut Sufren dan Yonathan (2013), reabilitas adalah keandalan atau keterpercayaan alat ukur. Uji reabilitas digunakan untuk melihat sejauh mana alat ukur tersebut memberikan hasil yang kurang lebih sama ketika diterapkan pada subjek penelitian yang sama dalam waktu yang berbeda. Adapun dasar pengambilan keputusan dari uji reliabilitas adalah jika nilai cronbach's alpha $> 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan reliable atau konsisten. Namun jika nilai cronbach's alpha $< 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliable atau tidak konsisten.

Berdasarkan hasil pengolahan regresi yang telah dilakukan maka didapatkan hasilnya sebagai berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Kepuasan Konsumen (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,770	10

Sumber : Data SPSS Diolah

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa nilai N atau banyaknya item adalah 10 dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,770. Karena nilai *Cronbach Alpha* sebesar $0,770 > 0,60$ maka pernyataan-pernyataan pada variabel tingkat kepuasan konsumen dinyatakan reliabel atau konsisten.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan Jasa Bunker (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,768	10

Sumber : Data SPSS Diolah

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa nilai N atau banyaknya item adalah 10 dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,768. Karena nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,768 > 0,60$ maka pernyataan-pernyataan pada variabel tingkat kepuasan konsumen dinyatakan reliabel atau konsisten.

3. *Customer Satifcation Index*

CSI digunakan sebagai *tools* atau metode perhitungan untuk mengukur sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa bunker. Metode ini digunakan dengan melihat skor akhir dari perhitungan kuisioner yang disebar dengan memasukkan range nilai akhir dengan kategori kepuasan yang ada. Adapun kriteria tingkat kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Kriteria Tingkat Kepuasan Konsumen

No	Nilai CSI (%)	Keterangan CSI
1	81% - 100%	Sangat Puas
2	66% - 80,99%	Puas
3	51% - 65,99%	Cukup Puas
4	35% - 50,99%	Kurang Puas
5	0 – 34,99%	Tidak Puas

3.1 Perhitungan Nilai Mean Importance Score (MIS) dan Mean Satifaction Score (MSS)

Hasil rekapitulasi jawaban responden yang telah direkap disusun kedalam masing-masing tingkat kepentingan (MIS) dan tingkat kepuasan (MSS) yang nantinya akan dijumlahkan keseluruhan sebagai acuan dasar total skor rata-rata jawaban responden secara keseluruhan variabel. Adapun rumus dalam perhitungan MIS dan MSS adalah sebagai berikut :

a. Rumus MIS

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

b. Rumus MSS

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Keterangan :

n : jumlah responden

X_i : nilai kinerja atribut ke-i

Y_i : nilai kepentingan atribut ke-i

Adapun hasil perhitungan MIS dan MSS dari rumus diatas sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Perhitungan Tingkat Kepuasan Konsumen akan
Pelayanan Jasa Bunker

No Item	Item	Tingkat Kepuasan (MIS)
A1	Konsumen memilih produk HSD/MFO dari kantor PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara karena konsumen telah menjalin kerja sama yang baik	4,53
A2	Konsumen merasa puas akan ketepatan waktu untuk kapal bunker tiba dan melaksanakan proses bunkering	4,61

A3	Petugas bunker dari PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara memberikan pelayanan ramah dan sopan	4,63
A4	Petugas memberi informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh konsumen	4,55
A5	PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara memberikan pelayanan prima terhadap konsumennya	4,60
A6	Sejauh yang anda ketahui , PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara sangat menerima kritik dan saran yang diberikan konsumen demi pelayanan perusahaan yang lebih baik	4,59
A7	Konsumen memberi kepercayaan kepada PT .Pelayaran Athalla Putra Cipunagara sebagai supplier bahan bakar (HSD/MFO) untuk penggerak mesin kapal	4,64
A8	Kualitas HSD/MFO PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara sangat terjamin	4,61
A9	Proses bunkering yang lancar, dikarenakan crew kapal bunker dan konsumen bisa bekerja sama dengan baik	4,58
A10	Konsisten dalam pelayanan jasa (kesesuaian jadwal yang sudah ditentukan)	4,53
TOTAL		45,85

Tabel 4.10

Hasil Perhitungan Tingkat Kepuasan Konsumen akan
Terpenuhinya Kebutuhan Bunker

No Item	Item	Tingkat Kepuasan (MSS)
A11	Harga produk (bahan bakar minyak) yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk	4,54
A12	Tingkat kekentalan / viscositas dan flash point untuk bahan bakar HSD/MFO sesuai dengan jenis yang diminta oleh konsumen	4,54
A13	Sejauh yang anda ketahui , PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara sangat responsif terhadap kritik yang diberikan konsumen	4,59
A14	Sejauh yang anda ketahui, PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara selalu berusaha untuk mempunyai reputasi yang terbaik di mata konsumen	4,64
A15	Bahan bakar HSD/MFO tidak terkontaminasi oleh air /bahan lain yang dapat merusak kualitas produk untuk konsumen	4,59
A16	Petugas bunker memberikan jaminan keamanan saat proses bunker berlangsung	4,70
A17	Ketepatan waktu pelayanan bunker sesuai dengan proses anchorage kapal	4,63
A18	Cepat merespon konsumen yang datang membeli bahan bakar kapal	4,65
A19	Keakuratan petugas/ karyawan dalam melakukan pelayanan jasanya (jadwal pengisian bahan bakar)	4,59
A20	Proses persiapan bunkering menuju konsumen lancar (surveyor melakukan sounding, pengisian	4,75

	dokumen bunker, koneksi hose, persiapan peralatan SOPEP)	
TOTAL		46,2

3.2 Perhitungan *Customer Satifcation Index (CSI)*

Hasil perhitungan CSI didapat dari total *WS (weight score)* atau *WT (weight total)* dibagi 5 (skala likert tertinggi) kemudian dikali 100%. Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka dapat disimpulkan terdapat 2 hasil CSI adalah Sebagai Berikut:

Tabel 4.11
Hasil Perhitungan CSI Tingkat Kepuasan Konsumen akan
Pelayanan Bunker

No Item	Item	Satification Score	Weighted Factor	Weight Score
A1	Konsumen memilih produk HSD/MFO dari kantor PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara karena konsumen telah menjalin kerja sama yang baik	4,53	0,0986	0,446
A2	Konsumen merasa puas akan ketepatan waktu untuk kapal bunker tiba dan melaksanakan proses bunkering	4,61	0,1005	0,464
A3	Petugas bunker dari PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara memberikan pelayanan ramah dan sopan	4,63	0,1008	0,466
A4	Petugas memberi informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh konsumen	4,55	0,0992	0,451

A5	PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara memberikan pelayanan prima terhadap konsumennya	4,60	0,1003	0,461
A6	Sejauh yang anda ketahui , PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara sangat menerima kritik dan saran yang diberikan konsumen demi pelayanan perusahaan yang lebih baik	4,59	0,1000	0,459
A7	Konsumen memberi kepercayaan kepada PT .Pelayaran Athalla Putra Cipunagara sebagai supplier bahan bakar (HSD/MFO) untuk penggerak mesin kapal	4,64	0,1011	0,469
A8	Kualitas HSD/MFO PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara sangat terjamin	4,61	0,1005	0,464
A9	Proses bunkering yang lancar, dikarenakan crew kapal bunker dan konsumen bisa bekerja sama dengan baik	4,58	0,0997	0,456
A10	Konsisten dalam pelayanan jasa (kesesuaian jadwal yang sudah ditentukan)	4,53	0,0986	0,446
TOTAL		45,85	1,000	4,585
<i>Customer Satifcation Index (CSI)</i>		$4,58 : 5 \times 100\% = 91,16 \%$		

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata tertinggi dalam item pertanyaan *satifcation score* terdapat pada atribut A7 item pernyataan tentang kualitas HSD/MFO PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara sangat terjamin dengan nilai skor 4.64. Sedangkan untuk nilai rata-rata terkecil didapat oleh atribut A1 dan

A10 item pertanyaan tentang PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara menjalin kerja sama yang baik dengan konsumen dan konsisten dalam pelayanan jasa (kesesuaian jadwal yang sudah ditentukan) dengan nilai skor 4,53.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 80 responden untuk mengetahui Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap pelayanan jasa bunker Selama Pandemi Covid-19 di PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara dengan Metode CSI, diperoleh hasil sebesar 91,16% yang berarti pada kisaran antara 81% - 100%. Berdasarkan hasil CSI tentang kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa bunker pada PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara tersebut “sangat puas” terhadap kualitas pelayanan jasa bunker yang diberikan oleh karyawan PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara.

Tabel 4.12
Hasil Perhitungan CSI Tingkat Kepuasan Konsumen akan
Terpenuhinya Kebutuhan Bunker

No Item	Item	Satification Score	Weighted Factor	Weight Score
A11	Harga produk (bahan bakar minyak) yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk	4,54	0,0982	0,445
A12	Tingkat kekentalan/ viscositas dan flash point untuk bahan bakar HSD/MFO sesuai dengan jenis yang diminta oleh konsumen	4,54	0,0982	0,445
A13	Sejauh yang anda ketahui, PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara sangat responsif terhadap kritik yang diberikan konsumen	4,59	0,0992	0,455
A14	Sejauh yang anda ketahui, PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara selalu berusaha untuk mempunyai	4,64	0,1003	0,465

	reputasi yang terbaik di mata konsumen			
A15	Bahan bakar HSD/MFO tidak terkontaminasi oleh air/ bahan lain yang dapat merusak kualitas produk untuk konsumen	4,59	0,0992	0,455
A16	Petugas bunker memberikan jaminan keamanan saat proses bunker berlangsung	4,70	0,1017	0,478
A17	Ketepatan waktu pelayanan bunker sesuai dengan proses anchorage kapal	4,63	0,1001	0,463
A18	Cepat merespon konsumen yang datang membeli bahan bakar kapal	4,65	0,1006	0,468
A19	Keakuratan petugas/ karyawan dalam melakukan pelayanan jasanya (jadwal pengisian bahan bakar)	4,59	0,0992	0,455
A20	Proses persiapan bunkering menuju konsumen lancar (surveyor melakukan sounding, pengisian dokumen bunker, koneksi hose, persiapan peralatan SOPEP)	4,75	0,1028	0,488
TOTAL		46,20	1,000	4,62
<i>Customer Satifcation Index (CSI)</i>		$4,62 : 5 \times 100\% = 92,40 \%$		

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata tertinggi dalam item pertanyaan *satifcation score* terdapat pada atribut A20 item pernyataan tentang (proses persiapan bunkering) dalam kategori *reliability* dengan nilai skor 4.75. Sedangkan untuk nilai rata-rata terkecil didapat oleh atribut A11 dan A12 item pertanyaan tentang (harga produk dan tingkat kekentalan bahan bakar) dengan nilai skor 4,54.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 80 responden untuk mengetahui kepuasan konsumen akan terpenuhinya kebutuhan bunker perusahaannya selama Pandemi Covid-19 di PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara dengan Metode CSI, diperoleh hasil sebesar 92,40 % yang berarti pada kisaran antara 81% - 100% dan masuk kategori “Sangat puas” akan terpenuhinya kebutuhan konsumen.

C. PEMBAHASAN

Penelitian ini berusaha memperoleh gambaran mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa bunker selama pandemi *covid-19* di PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara. Setelah menganalisa permasalahan yang ditemukan mengenai sumber daya manusia dapat mempengaruhi kualitas pelayanan jasa bunker di PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara. Dari hasil pengujian diperoleh pembahasan sebagai berikut :

Analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa bunker selama pandemi *covid-19* di PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara.

Berdasarkan penelitian data statistik diperoleh hasil kuesioner yang berisi 20 pernyataan yang telah diisi oleh 80 responden pada penelitian ini. Salah satu cara agar bisa mengetahui kuesioner mana yang valid dan tidak valid, kita harus mencari tahu r tabelnya terlebih dahulu. Rumus dari r tabel adalah $df = N-2$ jadi $80-2 = 78$, sehingga $r_{tabel} = 0,2199$ dengan $\alpha=0,05$. Dari hasil perhitungan validitas pada tabel di atas, 20 pernyataan dinyatakan semua valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan perhitungan uji reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa nilai N atau banyaknya 10 item pernyataan variabel x (tingkat kepuasan konsumen) dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,770. Untuk pengujian reliabilitas variabel y (pelayanan jasa bunker) sebanyak 10 item pernyataan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,768, karena nilai *Cronbach's Alpha* variabel x dan y sebesar 0,770 dan $0,768 > 0,60$ maka pernyataan-pernyataan pada variabel tingkat kepuasan konsumen dinyatakan reliabel atau konsisten.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 80 responden untuk mengetahui Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap pelayanan jasa bunker selama pandemi Covid-19 di PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara dengan Metode CSI, diperoleh 2 hasil . Hasil pertama sebesar 91,16 % yang berarti pada kisaran antara 81% - 100% dan masuk kategori “sangat puas” terhadap kualitas pelayanan jasa bunker yang diberikan oleh karyawan PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara. Namun pada item pernyataan tentang konsistensi terhadap jadwal proses bunker memiliki nilai tingkat kepuasan terendah dengan skor 4,53. Salah satu solusi untuk menangani keadaan tersebut dengan membuat jadwal list proses bunker perhari agar tidak terjadi keterlambatan proses bunker bahan bakar ke konsumen. Serta hasil kedua perhitungan CSI sebesar 92,40 % yang berarti pada kisaran antara 81% - 100% dan masuk kategori konsumen “Sangat puas“ akan terpenuhinya kebutuhan bunker perusahaannya. Namun pada item pernyataan harga produk (bahan bakar minyak) yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk memiliki nilai tingkat kepuasan terendah dengan skor 4,54. Salah satu solusi untuk menangani keadaan tersebut dengan membuat perbandingan harga produk bahan bakar yang sesuai dipasaran dan mempertahankan kualitas bahan bakar .

D. UPAYA PENINGKATAN PELAYANAN

Pada pelayanan jasa bunker di PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara yang kurang sesuai dengan standar yang telah ditentukan sesuai SOP yang berlaku. Sehingga pelayanan yang diberikan PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara kurang optimal, maka dari itu diperlukan upaya peningkatan untuk memenuhi kualitas produk bahan bakar minyak. Salah satu cara sebelum dilakukan rangkaian-rangkaian proses bunker yaitu menguji kadar kandungan dalam bahan bakar minyak sebelum dilakukannya proses bunker. Hal ini bertujuan untuk melihat apakah kandungan yang ada di dalam bahan bakar minyak tersebut sesuai dengan SOP dan tidak membahayakan saat melakukan proses bunker. Disamping itu perusahaan PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara wajib melakukan perawatan kapal secara rutin. Perawatan kapal yang dilakukan berfokus pada pipa-pipa

bahan bakar minyak. Jika terdapat peralatan bunker yang sudah tidak layak pakai langsung diperbaharui agar tidak merusak kualitas bahan bakar minyak.

Pada pelayanan jasa bunker di PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara terkait dengan jadwal proses pelayanan yang berkaitan langsung dengan tingkat optimalisasi pelayanan kepuasan konsumen. Maka dari itu fokus pada jadwal yang telah ditentukan dan sesuai dengan SOP agar mendapatkan hasil yang maksimal sehingga tujuan perusahaan untuk memenuhi kepuasan konsumen di PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara tercapai. Dalam jadwal tersebut dibuat secara tertib namun fleksibel agar konsumen juga dapat mengikuti aturan yang berlaku sehingga pemenuhan dari masing-masing tercapai. Selain itu PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang ahli dalam proses bunker. Dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia biasanya perusahaan melakukan survei kinerja rutin.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis customer satisfaction index dan analisis verifikatif antara tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa bunker selama pandemi covid-19 di PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara, maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Uji Validitas yang telah dilakukan untuk menguji validitas keseluruhan pernyataan kuisioner diperoleh hasil $r_{tabel} = 0,2199$ dengan $\alpha=0,05$ yang berarti seluruh pernyataan kuisioner dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.
2. Uji Reliabilitas yang telah dilakukan diperoleh bahwa nilai N atau banyaknya 10 item pernyataan variabel x (tingkat kepuasan konsumen) dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,770. Untuk pengujian reliabilitas variabel y (pelayanan jasa bunker) sebanyak 10 item pernyataan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,768, karena nilai *Cronbach's Alpha* variabel x dan y sebesar 0,770 dan $0,768 > 0,60$ maka pernyataan-pernyataan pada variabel tingkat kepuasan konsumen dinyatakan reliabel atau konsisten.
3. Analisis Customer Satifaction Indexs (CSI) diperoleh 2 hasil yaitu hasil pertama sebesar 91,16 % yang berarti pada kisaran antara 81% - 100% dan masuk kategori "Sangat Puas" terhadap kualitas pelayanan jasa bunker yang diberikan oleh karyawan PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara. Namun pada item pernyataan tentang konsistensi terhadap jadwal proses bunker memiliki nilai tingkat kepuasan terendah dengan skor 4,53. Salah satu solusi yaitu berfokus pada jadwal yang telah ditentukan dan sesuai dengan SOP agar mendapatkan hasil yang maksimal sehingga tujuan perusahaan untuk memenuhi kepuasan konsumen di PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara tercapai. Dalam jadwal tersebut dibuat secara tertib namun

fleksibel agar konsumen juga dapat mengikuti aturan yang berlaku sehingga pemenuhan dari masing-masing tercapai.

Hasil kedua perhitungan CSI sebesar 92,40 % yang berarti pada kisaran antara 81% - 100% dan masuk kategori konsumen “Sangat Puas” akan terpenuhinya kebutuhan bunker perusahaannya. Namun pada item pernyataan harga produk (bahan bakar minyak) yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk memiliki nilai tingkat kepuasan terendah dengan skor 4,54. Salah satu solusi untuk menangani keadaan tersebut dengan membuat perbandingan harga produk bahan bakar kapal yang sesuai dipasaran dan mempertahankan kualitas bahan bakar. Sebelum melakukan perbandingan harga produk bahan bakar kapal, PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara harus memastikan kualitas produk dengan cara menguji kadar kandungan dalam bahan bakar minyak sebelum dilakukannya proses bunker. Hal ini bertujuan untuk melihat apakah kandungan yang ada di dalam bahan bakar minyak tersebut sesuai dengan SOP dan tidak membahayakan saat melakukan proses bunker.

B. SARAN

Dari hasil pembahasan penelitian dan kesimpulan penelitian seperti yang telah diuraikan di atas, maka disarankan sebagai berikut :

1. Memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
Untuk mengurangi kejadian seperti keterlambatan dalam pengerjaan proses bunker, perusahaan harus menghindari berbagai hal yang dapat menghambat proses tersebut. Karyawan dilatih dan dibiasakan untuk melakukan pelayanan yang cepat dan tanggap kepada pelanggan.
2. Mendengarkan keluhan pelanggan dan bersedia menerima serta meminta feedback.
Feedback atau umpan balik sangat diperlukan bagi penyedia layanan jasa. Dengan feedback, perusahaan serta karyawan dapat mengetahui letak kelebihan dan kekurangan pelayanan yang telah mereka berikan kepada pelanggan dan dapat dijadikan sebagai evaluasi kerja.
3. Mengoptimalkan kinerja karyawan, misalnya dengan mengadakan proses pelatihan.
Pemberian materi oleh *trainee* yang berkualitas, efektif dan efisien sehingga karyawan dapat memahami isi materi dengan baik dan menerapkan.

Pelatihan yang diberikan mempunyai pengaruh terhadap peningkatan kinerja karyawan, maka disarankan pada level pimpinan pada perusahaan dapat mengambil kebijaksanaan mengenai pola pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan yang sedang berkembang di dunia pelayaran internasional saat ini, agar kinerja karyawan yang dihasilkan sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Perusahaan juga selalu melakukan peninjauan ulang terhadap penempatan kerja seorang karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Tjiptono, Fandy. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yusi, M. Syahirman dan Umiyati Idris. 2009. *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kuantitatif*. Indonesia: Citra Books Indonesia.
- Andri R.Yulianto. 2018. *Jurnal Ekonomi*. Tinjauan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, 20 (2), 241-258
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Lulu Dian Anggraini, dkk. 2013. *Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index*. Malang: Jurnal Industri Vol. 4 No. 2 Hal 74-81.
- Andrean Halim, Huzainsyahnoor Aksad.2016. *Aplikasi Penerapan Customer Satisfaction Index Pada Pelayanan Kepuasan Masyarakat di Pengadilan Negeri Kotabaru*. ISSN: 2089-3787.
- Satria Wijaya. 2017. *Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Bagian Keuangan dengan Metode Customer Satisfacion Index*. Bali: Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi Vol. 3 No. 1 Hal 11-17. eISSN: 2502-8995 p-ISSN 2460-8181.
- Gigih, Rasyid, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan*. JURNAL MANAJEMEN, 07, 47–67.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : SIUPAL PT Pe layaran Athalla Putra Cipunagara

	
Pengukuhan SIUPAL PT. PELAYARAN ATHALLA PUTRA CIPUNAGARA dikarenakan SIUPAL Asli dilaminating.	
DIREKTORAT JENDERAL PERHUBUNGAN LAUT SURAT IZIN USAHA PERUSAHAAN ANGKUTAN LAUT (SIUPAL) (Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 82. Tahun 1999 tentang Angkutan di Perairan)	
NOMOR : 8 XXXIV - 403 / AT - 54	
Berdasarkan surat permohonan Saudara No. 021/APC/III/Ops/2010 tanggal 31/03/2010 diberikan Surat Izin Usaha Perusahaan Angkutan Laut (SIUPAL) kepada	
Nama Perusahaan	: PT. PELAYARAN ATHALLA PUTRA CIPUNAGARA
Alamat kantor Perusahaan	: Komp. Pertokoan Pulomas, Villa Tanah Mas Kav. No.14 Blok X, Jl. Perintis Kemerdekaan Kel. Pulogadung Kec. Pulogadung, Jakarta Timur
Nama Direktur Utama / Penanggung Jawab	: URIP SOEPRIANTO (Direktur)
Alamat Direktur Utama / Penanggung Jawab	: Gd. Griya Lestari Y 4/28 RT.007 Rw.009 Kel. Sukapura Kec. Cilincing, Jakarta Utara
Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)	: 21.139.737.7-003.000
Kewajiban Pemegang SIUPAL	
<ol style="list-style-type: none">1. Mematuhi seluruh peraturan perundang-undangan yang berlaku dibidang angkutan laut, kepelabuhanan, keselamatan maritim dan lingkungan hidup.2. Bertanggungjawab atas kebenaran laporan kegiatan operasional yang disampaikan kepada Direktur Jenderal Perhubungan Laut.3. Melaporkan secara tertulis kepada Direktur Jenderal Perhubungan Laut setiap terjadi perubahan maksud dan tujuan perusahaan, susunan Direksi / Komisaris, domisili perusahaan, NPWP perusahaan dan pengurangan serta penambahan kapal.4. Setiap kapal yang dimiliki harus dilengkapi dengan spesifikasi kapal yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan SIUPAL ini.5. Mengumumkan jadwal baik untuk pelayaran tetap dan teratur atau liner maupun pelayaran yang tidak tetap dan tidak teratur atau trampoer melalui media massa ataupun organisasi yang mempertemukan kepentingan pengguna dan penyedia jasa angkutan laut.6. Menyampaikan laporan tahunan kegiatan perusahaan kepada Direktur Jenderal Perhubungan Laut.7. Menyediakan fasilitas akomodasi untuk taruna / calon perwira yang akan melaksanakan praktek berlayar (Proyek Laut), bagi kapal yang berukuran GT. 750 keatas.8. Menyediakan ruangan untuk angkutan pos.	
SIUPAL ini dapat dicabut langsung tanpa melalui proses peringatan dalam hal melakukan kegiatan yang membahayakan keamanan Negara, mengoperasikan kapal tidak laik laut yang mengakibatkan korban jiwa dan harta benda, memperoleh izin usaha secara tidak sah dan perusahaan menyatakan membubarkan diri berdasarkan keputusan dari instansi yang berwenang.	
Surat Izin Usaha ini berlaku untuk seluruh wilayah Negara Republik Indonesia terhitung sejak tanggal dikeluarkan, selama perusahaan yang bersangkutan menjalankan kegiatan usahanya.	
Penanggung Jawab	Dikeluarkan di : JAKARTA Pada tanggal : 21 Juli 2010.
 URIP SOEPRIANTO (Direktur)	DIREKTUR JENDERAL PERHUBUNGAN LAUT  SUDARNO, SH Bertugas Macama (IV/le) 001 11537123 200811 1 001

PENGUKUHAN
PT. PELAYARAN ATHALLA PUTRA CIPUNAGARA
SIUPAL NO. B.XXXIV-403/AT.54 TANGGAL 21 JULI 2010
EVALUASI PEMEGANG IZIN SETIAP 2 (DUA) TAHUN

Dengan ini dinyatakan bahwa, hasil evaluasi berkala telah sesuai dengan PERMENHUB No. PM. 93 tahun 2013 tentang Penyelenggaraan dan Pengusahaan Angkutan Laut , Bab IV pasal 69 butir (6) tentang tata cara pemberian Izin Usaha Angkutan Laut, sebagaimana telah diubah terakhir dengan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM. 74 Tahun 2016.

<p style="text-align: center;">Evaluasi Dua Tahun Pertama</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;">  <p>Tempat : JAKARTA</p> <p>Tanggal : 25 JULI 2016</p> <p>Nama & TTD : Dra. SRI REJEKI BR., MM.</p> </div> <div style="width: 45%; text-align: right;">  <p>Tempat : JAKARTA</p> <p>Tanggal : 10 NOPEMBER 2019</p> <p>Nama & TTD : MUHAMAD SIAFUL, ST, MMTR</p> </div> </div>	<p style="text-align: center;">Evaluasi Dua Tahun Kedua</p>
<p style="text-align: center;">Evaluasi Dua Tahun Ketiga</p> <p>Tempat :</p> <p>Tanggal :</p> <p>Nama & TTD :</p>	<p style="text-align: center;">Evaluasi Dua Tahun Keempat</p> <p>Tempat :</p> <p>Tanggal :</p> <p>Nama & TTD :</p>
<p style="text-align: center;">Evaluasi Dua Tahun Kelima</p> <p>Tempat :</p> <p>Tanggal :</p> <p>Nama & TTD :</p>	<p style="text-align: center;">Evaluasi Dua Tahun Keenam</p> <p>Tempat :</p> <p>Tanggal :</p> <p>Nama & TTD :</p>
<p style="text-align: center;">Evaluasi Dua Tahun Ketujuh</p> <p>Tempat :</p> <p>Tanggal :</p> <p>Nama & TTD :</p>	<p style="text-align: center;">Evaluasi Dua Tahun Kedelapan</p> <p>Tempat :</p> <p>Tanggal :</p> <p>Nama & TTD :</p>
<p style="text-align: center;">Evaluasi Dua Tahun Kesembilan</p> <p>Tempat :</p> <p>Tanggal :</p> <p>Nama & TTD :</p>	<p style="text-align: center;">Evaluasi Dua Tahun Kesepuluh</p> <p>Tempat :</p> <p>Tanggal :</p> <p>Nama & TTD :</p>



ATHAMARA GROUP

Jl. Perintis Kemerdekaan No.9, Pertokoan Pulomas Blok XII No.7 – 8, Jakarta 13210
Phone (62 - 012) 47884366 (Hunting) – Fax (62 - 021) 47884370

SOP KEHADIRAN KARYAWAN

I. Dasar Kebijakan

1. Peraturan Perusahaan tentang kewajiban karyawan mematuhi dan melaksanakan peraturan tata tertib yang ditetapkan Perusahaan.
2. Agar ada keseragaman dalam melaksanakan tata tertib, maka perusahaan memandang perlu untuk membuat kebijakan standar yang dapat dijadikan pedoman bagi karyawan.

II. Tujuan







1. Memudahkan pengawasan administratif dalam menciptakan sistem kerja yang optimal sehingga efisiensi dan efektivitas kerja dapat tercapai.
2. Terbentuknya prosedur mengenai absensi yang jelas dan dipahami oleh semua karyawan.
3. Sebagai dasar kontrol dan parameter untuk mengukur dan mengetahui tingkat disiplin dan kehadiran karyawan dalam menjalankan tata tertib, aktivitas maupun efektivitas kerja.
4. Salah satu aspek untuk melakukan evaluasi kinerja, atau pembinaan karyawan (apabila terjadi pelanggaran).

III. Ruang Lingkup

Seluruh Karyawan Kantor Athamara Group.

IV. Ketentuan Umum

1. Hari dan Jam Kerja
 - Hari Kerja adalah hari-hari karyawan masuk kerja untuk melakukan tugasnya.
 - Jam Kerja adalah jam-jam dimana karyawan berada di tempat kerja untuk melakukan pekerjaan yang ditugaskan Perusahaan.
Jam Kerja normal adalah :
 Senin – Jumat : 09.00 – 17.00 WIB.
 Istirahat : 12.00 – 13.00 WIB Hari Jumat 11.30 – 13.30 WIB.
 - Selain jam kerja yang disebutkan diatas, apabila diperlukan maka karyawan dapat diminta kehadirannya pada hari Sabtu/Minggu baik untuk menyelesaikan tugas yang mendesak, mengikuti seminar/pelatihan dan atau rapat yang telah dijadwalkan, Ketentuan ini berlaku bagi semua karyawan.
 - Bagi karyawan yang karena sifat pekerjaannya mempunyai keunikan sendiri, maka jam kerjanya akan diatur tersendiri.


					 23/6
---	---	---	---	---	--



ATHAMARA GROUP

Jl. Perintis Kemerdekaan No.9, Pertokoan Pulomas Blok XII No.7 – 8, Jakarta 13210
Phone (62 - 012) 47884366 (Hunting) – Fax (62 - 021) 47884370

1. Contoh Surat Keterangan Terlambat / IDS

 **ATHAMARA GROUP**
Jl. Perintis Kemerdekaan No.9, Pertokoan Pulomas Blok XII No.7 – 8, Jakarta 13210
Phone (62 - 012) 47884366 (Hunting) – Fax (62 - 021) 47884370

SURAT KETERANGAN TERLAMBAT / IDS

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa:

Nama	
Jabatan / Divisi	
Tanggal	
Alamat	

Demikian kami sampaikan dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yang membuat keterangan	Menyetujui

GM/Mgr/SPI
Batas dan masa berlaku surat keterangan adalah sebagai berikut:
- Untuk surat keterangan sakit: 3 (tiga) hari
- Untuk surat keterangan lainnya: 1 (satu) hari

Dipindai dengan CamScanner

2. Contoh Surat Keterangan Pulang Cepat

 **ATHAMARA GROUP**
Jl. Perintis Kemerdekaan No.9, Pertokoan Pulomas Blok XII No.7 – 8, Jakarta 13210
Phone (62 - 012) 47884366 (Hunting) – Fax (62 - 021) 47884370

SURAT KETERANGAN PULANG CEPAT

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa:

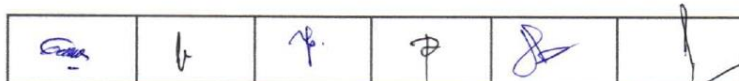
Tanggal	
Nama	
Jabatan / Divisi	
Alamat	

Demikian kami sampaikan dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yang membuat keterangan	Menyetujui

GM/Mgr/SPI
Batas dan masa berlaku surat keterangan adalah sebagai berikut:
- Untuk surat keterangan sakit: 3 (tiga) hari
- Untuk surat keterangan lainnya: 1 (satu) hari

Dipindai dengan CamScanner





ATHAMARA GROUP

Jl. Perintis Kemerdekaan No.9, Pertokoan Pulomas Blok XII No.7 – 8, Jakarta 13210
Phone (62 - 012) 47884366 (Hunting) – Fax (62 - 021) 47884370

3. Toleransi keterlambatan atau pulang cepat kumulatif dalam satu bulan adalah 120 menit.
4. Terlambat masuk kerja atau pulang cepat lebih dari 120 menit tanpa izin atau tanpa keterangan tertulis maka akan di kenakan pemotongan gaji sebesar Rp. 750 (tujuh ratus lima puluh rupiah) per menit.
5. Apabila dalam satu bulan izin datang terlambat atau pulang cepat melebihi 3 (tiga) kali maka, keterlambatan dan atau pulang cepat akan dihitung untuk dipotong sesuai dengan ketentuan nomor 4.
6. Keterlambatan dihitung dari jam masuk yaitu 09.00 (dilihat situasi & kondisi selanjutnya)

V. Administrasi Absensi







Data kehadiran karyawan akan secara otomatis terinput dalam sistem dan HRD akan memeriksa kesesuaian data tersebut berikut ijin, cuti, dll apabila ada. Serta akan diberikan setiap awal bulan berikut kepada masing-masing atasan langsung sebagai informasi kedisiplinan karyawan untuk di teruskan ke Satuan Pengawas Internal (SPI)/Direksi.

VI. Fasilitas Makan

Setiap karyawan berhak mendapatkan jatah makan siang 1 (Satu) kali makan setiap harinya. Apabila karyawan di haruskan lembur diluar jam kantor atas suatu pekerjaan, maka untuk makan malam akan difasilitasi kantor. Diluar tersebut maka di luar tanggung jawab perusahaan.

VII. Sanksi Pelanggaran Tata Tertib

Bagi yang melakukan pelanggaran terhadap ketentuan tata tertib ini, dapat dikenakan sanksi teguran lisan sampai dengan Pemutusan Hubungan Kerja sesuai dengan ketentuan yang berlaku.







					
---	---	---	---	---	---



ATHAMARA GROUP

Jl. Perintis Kemerdekaan No.9, Pertokoan Pulomas Blok XII No.7 – 8, Jakarta 13210
Phone (62 - 012) 47884366 (Hunting) – Fax (62 - 021) 47884370

- d. Diluar point 3 a apabila karyawan tidak masuk, akan langsung secara otomatis mengurangi cuti. Form cuti harap diisi ke esokan harinya.
- e. Prosedur cuti :
 - 1) Prosedur pengambilan cuti dilakukan melalui atasannya langsung.
 - 2) Permohonan cuti dilakukan paling lambat 1 minggu sebelumnya, dengan mengisi formulir yang tersedia di bagian HRD.
 - 3) Bagian HRD memberi catatan pada formulir permohonan tentang ketentuan cuti antara lain tentang hak cuti dan cuti yang telah diambil.
 - 4) Penundaan cuti hanya diberikan atas persetujuan Direksi.
6. Tidak Hadir Tanpa Ijin/Mangkir
 1. Karyawan yang tidak hadir pada hari kerja tanpa izin atau tanpa memberitahukan kepada atasannya dianggap tidak hadir, dan diberikan Surat Teguran (ST) 1 (Satu), 2 (Dua), 3 (Tiga) dan akan mengurangi jatah cuti.
 2. Apabila hak cutinya telah habis, maka akan dilakukan pemotongan gaji secara prorata.
 3. Apabila karyawan sudah mendapatkan Surat Teguran III, selanjutnya akan mendapatkan SP I, SP II dan SP III.
 4. Apabila karyawan sudah mendapatkan SP III, maka akan ada sanksi yang ditentukan oleh atasannya langsung beserta direksi.
7. Terlambat Masuk Kerja & Pulang Cepat
 1. Terlambat, dapat diizinkan dengan kategori sebagai berikut :
 - a. Kecelakaan.
 - b. Bencana Alam.
 - c. Kepentingan lain yang tidak dapat di wakikan.
 2. Prosedur izin terlambat sebagai berikut :
 - Memberitahukan atasannya langsung dan HRD via SMS/WA/Telp.
 - Mengisi formulir surat pemberitahuan terlambat yang telah disediakan saat tiba di kantor.
 - Meminta tanda tangan dari atasan langsung.
 - Mengembalikan formulir segera maksimal 1x24 jam kebagian HRD.

					
---	---	---	---	---	---



ATHAMARA GROUP

Jl. Perintis Kemerdekaan No.9, Pertokoan Pulomas Blok XII No.7 – 8, Jakarta 13210
Phone (62 - 012) 47884366 (Hunting) – Fax (62 - 021) 47884370

2. Pencatatan Datang dan Pulang Kerja

Setiap karyawan WAJIB melakukan absensi setiap kali datang dan pulang kerja pada mesin Fingerprint. Perhitungan absensi terhitung dari Tanggal 26 bulan berjalan sampai dengan Tanggal 25 bulan selanjutnya.

Contoh : 27 Desember 2021 – 25 Januari 2022.

3. Izin

a. Izin Meninggalkan pekerjaan dengan mendapat upah penuh.

1	Kematian suami/istri/anak/menantu/orang tua/mertua	3 (tiga) hari kerja
2	Kematian anggota keluarga	1 (satu) hari kerja
3	Pernikahan karyawan	3 (tiga) hari kerja
4	Menikahkan anak	2 (dua) hari kerja
5	Khitanan Anak	2 (dua) hari kerja
6	Istri melahirkan atau keguguran kandungan	2 (dua) hari kerja
7	Bencana Alam (Force Majeure)	2 (dua) hari kerja

b. Untuk keperluan-keperluan seperti tersebut pada butir (a) diatas di luar kematian, kelahiran dan force majeure karyawan harus mengajukan permohonan izin kepada atasan selambat-lambatnya 1 (satu) minggu sebelumnya.

4. Tidak Hadir Karena Sakit

a. Apabila karyawan tidak hadir pada hari kerja karena sakit maka secepatnya yang bersangkutan harus memberitahu atasannya langsung dan HRD.

b. Karyawan yang tidak hadir pada hari kerja lebih dari 2 (dua) hari karena sakit diharuskan membawa Surat Keterangan Sakit dari Dokter.

5. Cuti

a. Karyawan berhak cuti selama 12 hari kerja diluar cuti Nasional yang telah ditetapkan oleh pemerintah setelah bekerja minimal 12 bulan berturut-turut dengan mendapatkan gaji penuh.

b. Karyawan dengan masa kerja kurang dari 12 bulan hak cutinya di hitung prorata.

c. Apabila hak cuti karyawan sudah melebihi 12 hari kerja maka akan di potong gaji prorata per bulannya.


--	--	--	--	--	--



ATHAMARA GROUP

Jl. Perintis Kemerdekaan No.9, Pertokoan Pulomas Blok XII No.7 – 8, Jakarta 13210
Phone (62 - 012) 47884366 (Hunting) – Fax (62 - 021) 47884370

3. Contoh Surat Perjalanan Dinas

 **ATHAMARA GROUP**
Jl. Perintis Kemerdekaan No.9, Pertokoan Pulomas Blok XII No.7 – 8, Jakarta 13210
Phone (62 - 012) 47884366 (Hunting) – Fax (62 - 021) 47884370

SURAT KETERANGAN PERJALANAN DINAS

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa:







Nama / Jabatan / Divisi	:	
Tanggal berangkat	:	
Tempat yang dituju	:	Alat Transportasi :
Perkiraan Waktu	:	Berangkat : Pulang :
Maksud Perjalanan Dinas	:	
Biaya	:	

Demikian Kami sampaikan dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

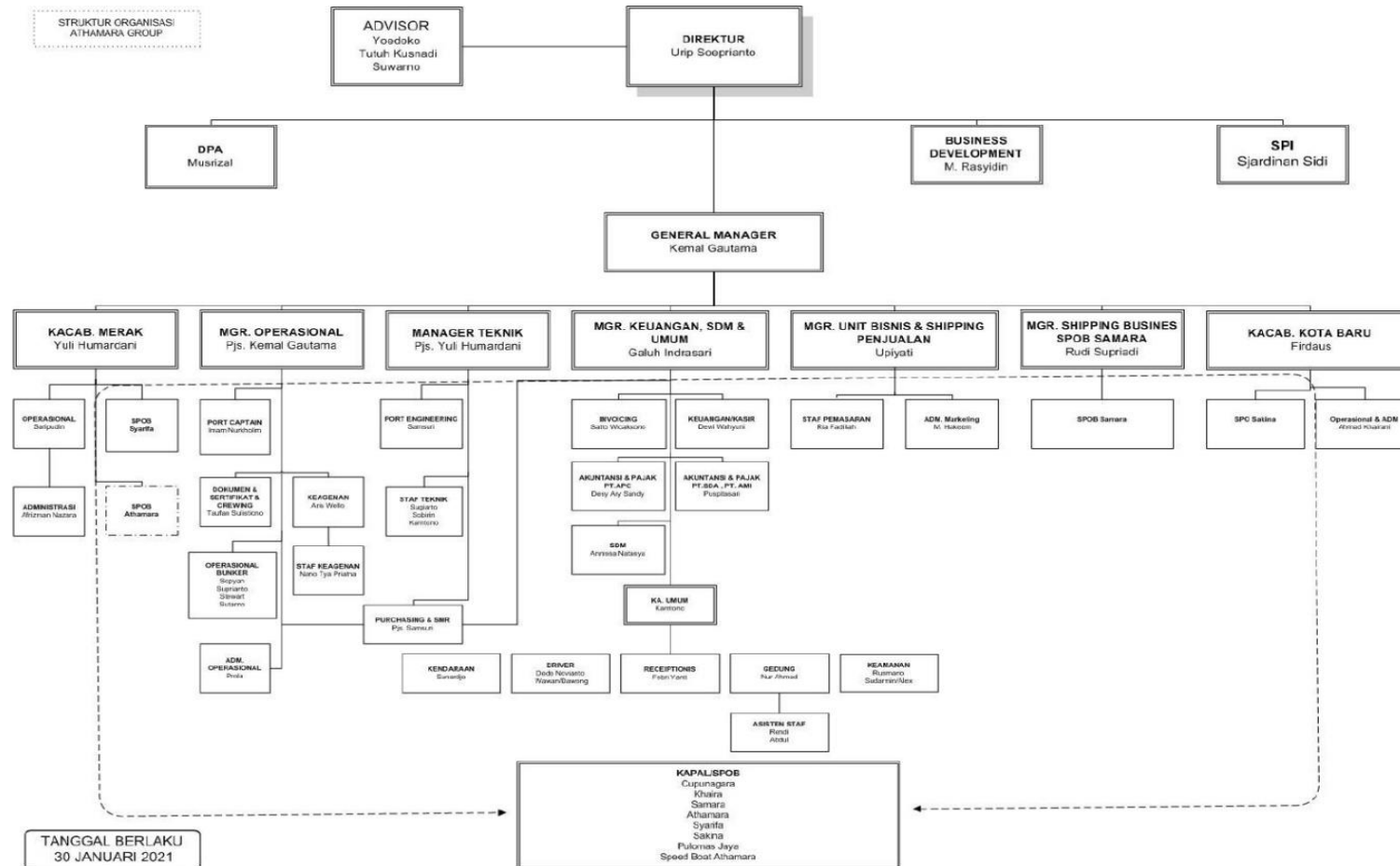
Jakarta,

Yang memberikan tugas: _____ Menyetujui: _____

Digindai dengan CamScanner

					
---	---	---	---	---	---

Lampiran 2 : Struktur Organisasi Perusahaan



Lampiran 3 : Laporan Bunker Bulan Agustus 2020 – Juli 2021

Laporan Bunker Bulan Agustus 2020

No	NAMA PERUSAHAAN	NAMA KAPAL	TGL PO
1	PT. IPC PELINDO	KM LELE	8/1
2	PT. IPC PELINDO	KM SAPU SAPU I	8/1
3	PT. IPC PELINDO	KM SAPU SAPU II	8/1
4	PT. IPC PELINDO	KM LUMBA LUMBA II	8/1
5	PT. MERATUS LINE	MERATUS MALINO	8/4
6	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 2	8/4
7	PT. MERATUS LINE	MERATUS PARIAMAN	8/4
8	INDONUSA KARYA ENERGI	MV. VICTORIA I	8/5
9	PT. MERATUS LINE	MERATUS KARIANGAU	8/4
10		KM MUTIARA BERKAH 1	8/6
11	PT. MERATUS LINE	MERATUS LEMBATA	8/6
12	PT. MERATUS LINE	MERATUS PEMATANG SIANTAR	8/6
13	PT. MERATUS LINE	RED RESOURCE	8/11
14	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 3	8/13
15	PT. MERATUS LINE	MERATUS KAHAYAN	8/14
16	PT BRIEZ BERKAH PERKASA	MV KOTA PADANG	8/14
17	PT. MERATUS LINE	MERATUS PARIAMAN	8/14
18	PT. IPC PELINDO	KM LELE	8/16
19	PT. IPC PELINDO	KM SAPU SAPU I	8/16
20	PT. IPC PELINDO	KM SAPU SAPU II	8/16
21	PT. IPC PELINDO	KM LUMBA LUMBA II	8/16
22	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB GARUDA MAS	8/16
23	PT. MERATUS LINE	MERATUS PEMATANG SIANTAR	8/25
24	PT. MERATUS LINE	MERATUS LEMBAR	8/20
25	INDONUSA KARYA ENERGI	LUMOSO HAWARI	8/20
26	PT. MERATUS LINE	MERATUS KAHAYAN	8/23
27	PT. MERATUS LINE	MERATUS LEMBATA	8/23
28	PT. MERATUS LINE	MERATUS WAKATOBI	8/23
29	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 3	8/23
30	PT BRIEZ BERKAH PERKASA	MV KOTA PADANG	8/25
31	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB NUSA MAS	8/29
32	PT BRIEZ BERKAH PERKASA	MV CERDAS	8/30

Laporan Bunker Bulan September 2020

No	NAMA PERUSAHAAN	NAMA KAPAL	TGL PO
1	PT. IPC PELINDO	KM SAPU SAPU II	9/1
2	PT. IPC PELINDO	KM LELE	9/1
3	PT. IPC PELINDO	KM LUMBA LUMBA II	9/1
4	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB PULAU BINTANG	9/2
5	PT. IPC PELINDO	KM SAPU SAPU I	9/1
6	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB GARUDA MAS	9/4
7	PT. MERATUS LINE	MERATUS LEMBATA	9/4
8	PT. MERATUS LINE	MERATUS KAHAYAN	9/4
9	PT. MERATUS LINE	MERATUS WAINGAPU	9/8
10	PT. MERATUS LINE	MERATUS MAKASAR	9/8
11	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 3	9/8
12	PT. MERATUS LINE	MERATUS PEMATANG SIANTAR	9/8
13	AGENT SURYANA	TB SAKATA MAJU	9/9
14	PT. MERATUS LINE	MERATUS SAMPIT	9/10
15	PT, AMAS ISCINDO UTAMA	MERATUS SEMARANG	9/13
16	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB NAGA MAS	9/10
17	PT. IPC PELINDO	KM SAPU SAPU I	9/13
18	PT. IPC PELINDO	KM LELE	9/13
19	PT. IPC PELINDO	KM SAPU SAPU II	9/13
20	PT. IPC PELINDO	KM LUMBA LUMBA II	9/13
21	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 2	9/17
22	PT. MERATUS LINE	MERATUS KATINGAN	9/17
23	PT. MERATUS LINE	MERATUS MAKASAR	9/17
24	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB NUSA MAS	9/17
25	PT. MERATUS LINE	MERATUS KARIANGAU	9/20
26	PT. MERATUS LINE	MERATUS WAIGEO	9/22
27	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 3	9/22
28	PT. MERATUS LINE	MERATUS PARIAMAN	9/22
29	PT. MERATUS LINE	MERATUS MALINO	9/22
30	PT. MERATUS LINE	MERATUS LEMBAR	9/22
31	PT. MERATUS LINE	MERATUS KAMPAR	9/22
32	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB GARUDA MAS	9/22
33	PT. MERATUS LINE	MERATUS KARIANGAU	9/20
34	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 2	9/28
35	PT PRIMA SEJAHTERA MARITIM	MT PANCARAN INTEGRITY	9/22
36	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB NAGA MAS	9/29
37	PT. MERATUS LINE	MERATUS MAKASAR	9/30
38	PT. MERATUS LINE	MERATUS WAINGAPU	9/30

39	PT. MERATUS LINE	RED ROCK	1/27
----	------------------	----------	------

Laporan Bunker Bulan Oktober 2020

No	NAMA PERUSAHAAN	NAMA KAPAL	TGL PO
1	PT. IPC PELINDO	KM. LUMBA - LUMBA 1	10/1
2	PT. MERATUS LINE	MERATUS GORONTALO	10/2
3	PT. MERATUS LINE	MERATUS JAYAPURA	10/2
4	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO TERANG	10/3
5	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO LANCAR	10/4
6	PT. MERATUS LINE	MERATUS BARITO	10/4
7	PT. IPC PELINDO	KM. SAPU- SAPU I	10/4
8	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 1	10/7
9	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO CAHAYA	10/8
10	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 3	10/9
11	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 2	10/9
12	PT. MERATUS LINE	MERATUS KATINGAN	10/9
13	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO SEHAT	10/9
14	PT. CAHAYA ENERGI SENTOSA	MV. SERASI III	10/10
15	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO MITRA	10/10
16	PT. MERATUS LINE	TEK GLORY 1	10/11
17	PT. IPC PELINDO	KM. LUMBA - LUMBA II	10/12
18	PT. MITRA ENERGI UTAMA BORNEO	KN. 246 KARNA	10/13
19	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB. PULAU BINTANG	10/15
20	PT. MERATUS LINE	MERATUS DILI	10/16
21	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO LANCAR	10/18
22	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO MITRA	10/18
23	PT. MERATUS LINE	MERATUS KAHAYAN	10/18
24	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 2	10/18
25	AGENT SURYANA	TB. JAYA BAHARI 5	10/20
26	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO AMAN	10/22
27	PT. MERATUS LINE	MERATUS KATINGAN	10/22
28	PT. MERATUS LINE	MERATUS LEMBATA	10/22
29	PT. MERATUS LINE	MERATUS GORONTALO	10/22
30	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO TERIMA	10/22
31	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO SEHAT	10/22
32	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO SUBUR I	10/24
33	PT. SINAR KARYA SAMUDRA (TB. NUSA MAS	10/25
34	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO MANIS	10/25
35	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO LANGGNEG	10/25
36	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO MITRA	10/26

37	PT. IPC PELINDO	KM. SAPU- SAPU I	10/26
38	PT. IPC PELINDO	KM. SAPU- SAPU II	10/26
39	PT. IPC PELINDO	KM. LELE	10/26
40	PT. LINTAS KUMALA ABADI	KM. LINTAS ASAHAN	10/28
41	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO SUBUR 2	10/28

Laporan Bunker Bulan November 2020

No	NAMA PERUSAHAAN	NAMA KAPAL	TGL PO
1	PT. SINAR KATYA SAMUDRA	TB. PULAU BINTANG	11/2
2	PT. BERDIKARI SAMUDRA PERKASA	KM. SEKISHU INDAH	11/2
3	PT. IPC PELINDO	KM. LUMBA- LUMBA I	11/5
4	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO BERSATU	11/5
5	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO AMAN	11/5
6	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO MITRA	11/6
7	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO SUBUR I	11/6
8	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO SEHAT	11/7
9	PT. PELAYARAN BAHTERA ADHIGUNA	KM. MALAHAYATI BARUNA	11/6
10	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO MANIS	11/8
11	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO TERIMA	11/8
12	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO KARUNIA II	11/8
13	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO TERANG	11/11
14	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO ALAM	11/11
15	PT. IPC PELINDO	KM. KRAPU	11/9
16	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO KASIH	11/15
17	PT. UNITAMA PASIFIC LINES	MV. UNITAMA LILY	11/20
18	PT. IPC PELINDO	KM. LUMBA- LUMBA II	11/21
19	PT. IPC PELINDO	KM. LELE	11/21
20	PT. CAHAYA ENERGI SENTOSA	MV. SERASI IX	11/26
21	PT. SINAR KATRYA SAMUDRA	TB. PULAU BINTANG	11/27
22	PT. NUSANTARA PANURJWAN	SINAR PAPUA VY 38	11/27
23	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO TERANG	11/30

Laporan Bunker Bulan Desember 2020

No	NAMA PERUSAHAAN	NAMA KAPAL	TGL PO
1	AGENT YUDI	TB. NAGA MAS	12/2
2	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO KASIH	12/3
3	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO MANDIRI	12/3

4	PT. MERATUS LINE	MERATUS PROJECT 1	12/4
5	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO MANIS	12/4
6	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO SEHAT	12/4
7	PT. MERATUS LINE	MERATUS KAHAYAN	12/4
8	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 3	12/4
9	PT. MERATUS LINE	MERATUS LEMBAR	12/4
10	PT. MERATUS LINE	MERATUS MALINO	12/4
11	PT. MERATUS LINE	MEARTUS MAGELLAN	12/4
12	PT. BRIEZ BERKAH PERKASA	MV. TANGKAS	12/4
13	PT. PATRA ANDALAS SUKSES	GOLDEN DENISE	12/5
14	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO SUBUR 1	12/5
15	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO LANCAR	12/6
16	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO LANGGENG	12/8
17	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO KAWAN	12/8
18	AGEN SURYANA	TB. MANNUEL	12/9
19	PT. IPC PELINDO	KM. LUMBA-LUMBA I	12/10
20	PT. IPC PELINDO	KM. KRAPU	12/10
21	PT. IPC PELINDO	KM. LUMBA - LUMBA II	12/10
22	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO TERIMA	12/10
23	PT. MERATUS LINE	MERATUS JAYAPURA	12/11
24	PT. MERATUS LINE	MERATUS KATINGAN	12/11
25	PT. WINTERMAR	SMS. RAINBOW	12/10
26	BANG UDI	info upiyati	12/12
27	PT. MERATUS LINE	MERATUS LEMBATA	12/12
28	PT. TANTO LINE	TANTO HEMAT	12/12
29	PT. MERATUS LINE	MERATUS MAKASAR	12/12
30	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO KASIH	12/14
31	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO MANIS	12/14
32	AGENT YUDI (PT. SINAR KARYA SAMUDRA)	TB. PULAU BINTANG	12/16
33	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO SETIA	12/16
34	PT. PANCARAN MARITIM TRANSPORTINDO	TB. TKSI I	12/16
35	PT. CAHAYA ENERGI SENTOSA	MV, SERASI V	12/16
36	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO SEHAT	12/17
37	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO SUBUR 2	12/17
38	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO MANDIRI	12/17
39	PT. NUSANTARA PANURJWAN	MV. SINAR PAPUA VY 40	12/18
40	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 3	12/18
41	PT. CAHAYA ENERGI SENTOSA	MV. SERASI III	12/19
42	PT. MERATUS LINE	MERATUS MAGELLAN	12/19
43	PT. MERATUS LINE	MERATUS LEMBAR	12/20
44	PT. MERATUS LINE	MERATUS MAKASAR	12/20

45	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO BERSAMA	12/22
46	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO HEMAT	12/22
47	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO TERIMA	12/22
48	PT. SUMBER JAYA BAHARI (AGENT YUDI)	TB. JAYA BAHARI 5	12/21
49	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 2	12/23
50	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 3	12/23
51	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO LANCAR	12/23
52	PT. CAHAYA ENERGI SENTOSA	MV. SERASI V	12/21
53	PT. CAHAYA ENERGI SENTOSA	MV. SERASI I	12/23
54	PT. CAHAYA ENERGI SENTOSA	MV. SERASI III	12/23
55	PT. TANTO INTIM LINE	TANTO MANIS	12/26
56	PT. BARGE INDONESIA (AGENT SURYANA)	TB. RICELVO	12/26
57	PT. NUSANTARA PANURJWAN	SINAR PAPUA VY 41	12/26
58	PT. MERATUS LINE	MERATUS JAYAPURA	12/31

Laporan Bunker Bulan Januari 2021

NO	NAMA PERUSAHAAN	NAMA KAPAL	TGL PO
1	PT. DAYA RADAR UTAMA	KRI TELUK YOUTEFA	1/4
2	PT. GURITA LINTAS SAMUDERA	MV NAMEERA	1/5
3	PT. MERATUS LINE	MERATUS MALINO	1/6
4	PT. MERATUS LINE	MERATUS KAHAYAN	1/6
5	PT. MERATUS LINE	MERATUS WAIGEO	1/6
6	PT. MERATUS LINE	CAHAYA NELLY	1/6
7	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB. GARUDA MAS 88	1/7
8	PT. GURITA LINTAS SAMUDERA	MV NUR AWLIYA	1/6
9	PT. IPC PELINDO	KM. KRAPU	1/7
10	PT. DAYA RADAR UTAMA	KRI TELUK YOUTEFA	1/4
11	PT. MERATUS LINE	MERATUS LEMBATA	1/8
12	PT. MERATUS LINE	MERATUS JIMBARAN	1/8
13	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 3	1/8
14	PT. LINTAS KUMALA ABADI	KM. LINTAS HARUAN	1/14
15	PT. MERATUS LINE	MERATUS JIMBARAN	1/15
16	PT. MERATUS LINE	MERATUS KAMPAR	1/15
17	PT. MERATUS LINE	MERATUS KARIANGU	1/15
18	PT. MERATUS LINE	MERATUS LEMBAR	1/15
19	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 1	1/15
20	PT. MERATUS LINE	MERATUS WAINGAPU	1/15
21	PT. MERATUS LINE	MERATUS MALINO	1/15
22	PT. LINTAS KUMALA ABADI	TB. SAKATA MAJU	1/15

23	PT. IPC PELINDO	KM. SAPU-SAPU 2	1/15
24	PT. DAYA RADAR UTAMA	KRI TELUK YOUTEFA	1/18
25	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 3	1/22
26	PT. MERATUS LINE	MERATUS WAKATOBI	1/22
27	PT. PETRO MULYA ENERGY	KM. PETRO ENERGY	1/21
28	PT. CAHAYA ENERGI SENTOSA	LCT SERASI IX	1/21
29	PT. MERATUS LINE	MERATUS JAYAPURA	1/23
30	PT. MERATUS LINE	MERATUS KAMPAR	1/24
31	PT. MERATUS LINE	MERATUS LEMBAR	1/24
32	PT. MERATUS LINE	MERATUS KAHAYAN	1/25
33	PT. DAYA RADAR UTAMA	KRI TELUK YOUTEFA	1/22
34	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB. NUSA MAS	1/26
35	PT. GURITA LINTAS SAMUDERA	MV ABDUL HAMID	1/26
36	PT. IPC PELINDO	KM. LELE	1/28
37	PT. MENTARI ENERGI LINES	TB WIRASURYA	1/29
38	PT.APC	SPOB PULOMAS JAYA	1/23
39	PT.APC	SPOB SAMARA	1/8
40	PT. MERATUS LINE	MERATUS PEMATANG SIANTAR	1/30

Laporan Bunker Bulan Februari 2021

NO	NAMA PERUSAHAAN	NAMA KAPAL	TGL PO
1	PT. MERATUS LINE	MERATUS PARIAMAN	2/1
2	PT. DAYA RADAR UTAMA	KRI TELUK YOUTEFA	2/2
3	PT. MERATUS LINE	MERATUS JAYAPURA	2/4
4	PT. SHAFIRA ENERGI SEJAHTERA	MT. ASUMI XXVI	2/7
5	PT. ANEKA ATLANTICINDO NIDYATAMA	TB. HA JAYA 333	2/8
6	PT. DAYA RADAR UTAMA	KRI TELUK YOUTEFA	2/9
7	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB. NUSA MAS	2/14
8	PT. MERATUS LINE	MERATUS WAIGEO	2/18
9	PT. MERATUS LINE	MERATUS LEMBAR	2/18
10	PT. DAYA RADAR UTAMA	KRI TELUK YOUTEFA	2/19
11	AGENT SURYANA	TB. LINTAS PAWAN	2/20
12	PT. MERATUS LINE	MERATUS KAPUAS	2/22
13	PT. MERATUS LINE	MERATUS PARIAMAN	2/23
14	PT. IPC PELINDO	KM. KRAPU	2/23
15	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB. GARUDA MAS	2/25

Laporan Bunker Bulan Maret 2021

NO	NAMA PERUSAHAAN	NAMA KAPAL	TGL PO
1	PT. IPC PELINDO	KM. LELE	3/5
2	PT. DAYA RADAR UTAMA	KRI TELUK YOUTEFA	3/6
3	AGENT SURYANA	KM. LINTAS MAHAKAM	3/6
4	PT KARUNIA LINES	MV SRIWANDARI INDAH	3/10
5	PT. IPC PELINDO	TB. TANJUNG VII	3/12
6	PT. DAYA RADAR UTAMA	KRI TELUK YOUTEFA	3/12
7	PT. DUA BERLIAN PERKASA	KM ARTHUR	3/15
8	AGENT SURYANA	KM. LINTAS MAHAKAM	3/14
9	PT BRIEZ BERKAH PERKASA	MV OCEANIC JOY	3/16
10	PT. DAYA RADAR UTAMA	KRI TELUK YOUTEFA	3/17
11	PT BRIEZ BERKAH PERKASA	MV TANGKAS	3/19
12	PT. SINAR KARYA SAMUDRA (BPK. YUDI)	TB. NAGA MAS	3/20
13	PT. SINAR KARYA SAMUDRA (BPK. YUDI)	TB. GARUDA MAS	3/20
14	PT. ANEKA ATLANTICINDO NIDYATAMA (AGEN SURYANA)	TB. HA JAYA 333	3/22
15	INDONUSA KARYA ENERGI	MV. VICTORIA I	3/22
16	INDONUSA KARYA ENERGI	MV. VICTORIA I	3/22
17	INDONUSA KARYA ENERGI	MV. VICTORIA I	3/22
18	PT. DUA BERLIAN PERKASA	KM PHILIP	3/25
19	PT. PANCARAN KARYA SHIPPING	MV. PANCARAN I 5505	3/29
20	INDONUSA KARYA ENERGI	MV. MARIA NASHWAH	3/31

Laporan Bunker Bulan April 2021

NO	NAMA PERUSAHAAN	NAMA KAPAL	TGL PO
1	PT. DUA BERLIAN PERKASA	KM ARTHUR	4/6
2	PT BRIEZ BERKAH PERKASA	MV OCEANIC JOY	4/3
3	PT. IPC PELINDO	KM. KRAPU	4/6
4	PT. IPC PELINDO	KM. SAPU-SAPU	4/6
5	PT. ARMADA PUTRA NUSANTARA	GALANGAN PT. ABS	4/25
6	PT. DAYA RADAR UTAMA	KRI TELUK YOUTEFA	4/6
7	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB. GARUDA MAS	4/9
8	PT. ANEKA ATLANTICINDO NIDYATAMA	TB. HA JAYA 333	4/9

9	PT. DAYA RADAR UTAMA	KRI TELUK YOUTEFA	4/12
10	PT. SPIL	TELUK BERAU	4/13
11	PT.APC	SPOB SAMARA	4/15
12	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB. PULAU BINTANG	4/16
13	PT, AMAS ISCINDO UTAMA	MERATUS SEMARANG	4/19
14	PT BRIEZ BERKAH PERKASA	MV OCEANIC JOY	4/20
15	PT. DAYA RADAR UTAMA	KRI TELUK YOUTEFA	4/19
16	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 3	4/22
17	PT. MERATUS LINE	MERATUS LARANTUKA	4/22
18	PT. MERATUS LINE	MERATUS PARIAMAN	4/22
19	PT. MERATUS LINE	MERATUS WAIGEO	4/22
20	PT. GURITA LINTAS SAMUDERA	MV NATASCHA	4/21
21	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 2	4/22
22	PT. MERATUS LINE	MERATUS JIMBARAN	4/24
23	PT.APC	SPOB SAMARA	4/27
24	PT. ANEKA ATLANTICINDO NIDYATAMA	TB TOBIAS	4/21
25	PT. MERATUS LINE	MERATUS WAINGAPU	4/29
26	PT. MERATUS LINE	MERATUS JAYAPURA	4/29
27	PT. IPC PELINDO	KM. KRAPU	4/29
28	PT. IPC PELINDO	KM. SAPU-SAPU	4/29
29	PT. GURITA LINTAS SAMUDERA	TB GRENADA	4/11

Laporan Bunker Bulan Mei 2021

NO	NAMA PERUSAHAAN	NAMA KAPAL	TGL PO
1	PT. ANEKA ATLANTICINDO NIDYATAMA	TB MITRA 22	5/1
2	PT. DAYA RADAR UTAMA	KRI TELUK YOUTEFA	5/4
3	AGENT SURYANA	KM. LINTAS MAHAKAM	5/4
4	PT. MAXIMA MARITIMA	MT CATUR SAMUDRA	5/10
5	PT, AMAS ISCINDO UTAMA	MT FLORES SEA	5/10
6	PT. MERATUS LINE	MERATUS PARIAMAN	5/19
7	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 3	5/19
8	PT. MERATUS LINE	MERATUS WAIGEO	5/19
9	PT. MERATUS LINE	MERATUS LEMBAR	5/19
10	PT. MERATUS LINE	MERATUS WAINGAPU	5/19
11	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 2	5/19
12	PT. IPC PELINDO	KM. SAPU-SAPU I	5/20

13	PT. IPC PELINDO	KM. LELE	5/20
14	PT. MERATUS LINE	MERATUS KATINGAN	5/24
15	PT. MERATUS LINE	MERATUS MALINO	5/24
16	PT. MERATUS LINE	MERATUS PARIAMAN	5/24
17	AGENT SURYANA	TB LINTAS PAWAN	5/22
18	PT. MERATUS LINE	MERATUS SAMARINDA	5/30
19	PT. IPC PELINDO	KM. SAPU-SAPU II	5/24
20	PT. IPC PELINDO	KM. LUMBA-LUMBA II	5/24
21	PT. IPC PELINDO	KM. KRAPU	5/24

Laporan Bunker Bulan Juni 2021

NO	NAMA PERUSAHAAN	NAMA KAPAL	TGL PO
1	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB NAGA MAS	6/2
2	AGENT SURYANA	TB PULAU BINTANG	6/8
3	AGENT SURYANA	TB SAKATA MAJU	6/8
4	AGENT SURYANA	TB MITRA 225	6/8
5	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB NUSA MAS	6/11
6	PT. MERATUS LINE	MERATUS PROJECT PRIMA	6/17
7	PT. PANCARAN KARYA SHIPPING	MV. PANCARAN VICTORY	6/22
8	PT BRIEZ BERKAH PERKASA	MV BAIK	6/22
9	PT. IPC PELINDO	KM. LELE	6/23
10	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB PULAU BINTANG	6/28
11	PT BRIEZ BERKAH PERKASA	MV KOTA PADANG	6/29

Laporan Bunker Bulan Juli 2021

NO	NAMA PERUSAHAAN	NAMA KAPAL	TGL PO
1	PT. IPC PELINDO	KM. SAPU - SAPU II	7/1
2	AGENT SURYANA	TB SATRIA NIAS	7/2
3	PT. PANCARAN KARYA SHIPPING	MV. PANCARAN I 5505	7/5
4	PT. PANCARAN KARYA SHIPPING	TB LINTAS PAWAN	7/10
5	PT BRIEZ BERKAH PERKASA	MV KOTA PADANG	7/11
6	PT. IPC PELINDO	KM. SAPU - SAPU I	7/12
7	PT. PANCARAN KARYA SHIPPING	MV. PANCARAN VICTORY	7/19
8	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB PULAU BINTANG	7/18

9	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 2	7/23
10	PT. MERATUS LINE	MERATUS PEMATANG SIANTAR	7/23
11	PT. SINAR KARYA SAMUDRA	TB NUSA MAS	7/19
12	PT BRIEZ BERKAH PERKASA	MV TANGKAS	7/20
13	PT BRIEZ BERKAH PERKASA	MV CERDAS	7/20
14	PT. GURITA LINTAS SAMUDERA	MT KENCANA EXPRESS	7/25
15	PT. MERATUS LINE	MERATUS LEMBATA	7/25
16	PT. MERATUS LINE	MERATUS MALINO	7/25
17	PT. MERATUS LINE	MERATUS WAINGAPU	7/25
18	PT. MERATUS LINE	MERATUS PARIAMAN	7/25
19	PT. MERATUS LINE	MERATUS MEDAN 3	7/27
20	PT. IPC PELINDO	KM. LUMBA LUMBA II	7/30
21	AGENT SURYANA	TB LINTAS PAWAN	7/30

[illegible]

49	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4
50	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
51	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
52	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4
53	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5
54	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
55	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
56	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4
63	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4
68	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
69	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5
70	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
71	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
72	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5

75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
TOTAL	362	369	370	364	368	367	371	369	366	362
RATA-RATA	4,53	4,61	4,63	4,55	4,60	4,59	4,64	4,61	4,58	4,53

VARIABEL Y (PELAYANAN JASA BUNKER)										
RESP	PERNYATAAN									
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5
4	5	3	5	5	2	5	5	5	3	5
5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5
6	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5
10	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
11	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
13	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5

[illegible]

[illegible]

64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5
70	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5
71	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
72	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
TOTAL	363	363	367	371	367	376	370	372	367	380
RATA- RATA	4,54	4,54	4,59	4,64	4,59	4,70	4,63	4,65	4,59	4,75

Lampiran 5 : Uji Validalitas

Uji Validitas Variabel Tingkat Kepuasan Konsumen (X)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	87,1750	54,096	0,773	0,745
A2	87,0875	54,258	0,732	0,746
A3	87,0750	55,235	0,639	0,752
A4	87,1500	55,167	0,601	0,752
A5	87,1000	54,952	0,670	0,750
A6	87,1125	55,266	0,624	0,752
A7	87,0625	56,161	0,548	0,757
A8	87,0875	53,625	0,718	0,743
A9	87,1250	54,744	0,659	0,749
A10	87,1750	52,804	0,725	0,739

Sumber : Data diolah oleh SPSS 25

Uji Validitas Variabel Pelayanan Jasa Bunker (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A11	87,8625	48,500	0,689	0,743
A12	87,8625	48,854	0,642	0,746
A13	87,8125	48,610	0,713	0,743
A14	87,7625	49,880	0,581	0,752
A15	87,8125	48,534	0,637	0,745
A16	87,7000	49,706	0,636	0,750
A17	87,7750	48,759	0,740	0,744
A18	87,7500	49,430	0,652	0,749
A19	87,8125	49,142	0,673	0,747
A20	87,6500	50,256	0,627	0,753

Sumber : Data diolah oleh SPSS 25

Lampiran 6 : Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Kepuasan Konsumen (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,770	10

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan Jasa Bunker (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,768	10

Lampiran 7 : Hasil Customer Satifaction Index

Hasil Perhitungan CSI Tingkat Kepuasan Konsumen akan
Terpenuhinya Kebutuhan Bunker

No Item	Item	Satification Score	Weighted Factor	Weight Score
A11	Harga produk (bahan bakar minyak) yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk	4,54	0,0982	0,445
A12	Tingkat kekentalan/ viscositas dan flash point untuk bahan bakar HSD/MFO sesuai dengan jenis yang diminta oleh konsumen	4,54	0,0982	0,445
A13	Sejauh yang anda ketahui, PT Pelayaran Athalla Putra Cipunagara sangat responsif terhadap kritik yang diberikan konsumen	4,59	0,0992	0,455
A14	Sejauh yang anda ketahui, PT. Pelayaran Athalla Putra Cipunagara selalu berusaha untuk mempunyai reputasi yang terbaik di mata konsumen	4,64	0,1003	0,465
A15	Bahan bakar HSD/MFO tidak terkontaminasi oleh air/ bahan lain yang dapat merusak kualitas produk untuk konsumen	4,59	0,0992	0,455
A16	Petugas bunker memberikan jaminan keamanan saat proses bunker berlangsung	4,70	0,1017	0,478

A17	Ketepatan waktu pelayanan bunker sesuai dengan proses anchorage kapal	4,63	0,1001	0,463
A18	Cepat merespon konsumen yang datang membeli bahan bakar kapal	4,65	0,1006	0,468
A19	Keakuratan petugas/ karyawan dalam melakukan pelayanan jasanya (jadwal pengisian bahan bakar)	4,59	0,0992	0,455
A20	Proses persiapan bunkering menuju konsumen lancar (surveyor melakukan sounding, pengisian dokumen bunker, koneksi hose, persiapan peralatan SOPEP)	4,75	0,1028	0,488
TOTAL		46,20	1,000	4,62
<i>Customer Satifcation Index (CSI)</i>		$4,62 : 5 \times 100\% = 92,40 \%$		