

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



SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN *SHARED SERVICE CENTER (SSC)* TERHADAP KEBUTUHAN PELANGGAN
PADA PT JASA ARMADA INDONESIA Tbk**

Oleh :

WINDY AMANDA SEPRIANTI

NRP. 463200584

PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA IV

JAKARTA

2024

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



SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN *SHARED SERVICE CENTER (SSC)* TERHADAP KEBUTUHAN PELANGGAN
PADA PT JASA ARMADA INDONESIA Tbk**

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

Oleh :

WINDY AMANDA SEPRIANTI

NRP. 463200584

**PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA IV
JAKARTA
2024**

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



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : WINDY AMANDA SEPRIANTI
NRP : 463200584
Program Pendidikan : DIPLOMA IV
Program Studi : KETATALAKSANAAN ANGKUTAN LAUT DAN
KEPELABUHANAN
Judul : PENGARUH KUALITAS *LAYANAN SHARED SERVICE*
CENTER (SSC) TERHADAP KEBUTUHAN
PELANGGAN PADA PT JASA ARMADA INDONESIA
Tbk

Pembimbing Utama

Drs. Purnomo, M.M

Pembina (IV/a)

NIP. 19590612 198003 1 002

Jakarta, 22 Juli 2024

Pembimbing Pendamping

Susi Herawati, S.Si., M.Pd

Penata Tk. I (III/c)

NIP. 19840611 200912 2 002

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Kalk**

Dr. Vidya Selasдини, S.Si.T., M.M.Tr.

Penata Tk. I (III/d)

NIP. 19831227 200812 2 002

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



TANDA TANGAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : WINDY AMANDA SEPRIANTI
NRP : 463200584
Program Pendidikan : DIPLOMA IV
Program Studi : KETATALAKSANAAN ANGKUTAN LAUT DAN
KEPELABUHANAN
Judul : PENGARUH KUALITAS *LAYANAN SHARED SERVICE*
CENTER (SSC) TERHADAP KEBUTUHAN
PELANGGAN PADA PT JASA ARMADA INDONESIA
Tbk

Ketua Penguji

Capt. Vega F. Andromeda, S.ST., S.Pd., M.Hum., M.Mar.

Penata Tk.I (III/d)

NIP. 19770326 200212 1 002

Anggota Penguji

Ronald Simanjuntak, M.T.

Pembina (IV/a)

NIP. 19750616 200604 1 001

Anggota Penguji

Susi Herawati, S.Si., M.Pd.

Penata (III/c)

NIP. 19840611 200912 2 002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Kalk

Dr. Vidya Selasдини, S.Si.T., M. M.Tr.

Penata Tk. I (III/d)

NIP. 19831227 200812 2 002

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas karunia, rahmat dan hidayah Allah yang tidak terkira sehingga dengan izin Allah, Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dimana merupakan kewajiban bagi setiap mahasiswa dan mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran Jakarta untuk menyusun skripsi yang telah ditentukan oleh pendidikan, sebagai salah satu persyaratan kelulusan program D-IV tahun ajaran 2024. Penyusunan skripsi ini didasarkan atas pengalaman yang Penulis dapatkan selama menjalani praktek darat di perusahaan pelayaran. 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:

**“PENGARUH KUALITAS LAYANAN *SHARED SERVICE CENTER (SSC)*
TERHADAP KEBUTUHAN PELANGGAN PADA
PT JASA ARMADA INDONESIA Tbk”**

Dalam menyelesaikan skripsi ini, Penulis banyak memperoleh bantuan dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Capt. Tri Cahyadi, M.H., M.Mar selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran Jakarta.
2. Ibu Dr. Vidya Selasdini, M.M.Tr selaku Ketua Jurusan Ketatalaksanaan Angkutan Laut dan Kepelabuhanan.
3. Bapak Titis Ari Wibowo, S.SI.T., M.M.Tr selaku Sekretaris Jurusan Ketatalaksanaan Angkutan Laut dan Kepelabuhanan.
4. Bapak Drs. Purnomo, M.M selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah bersedia memberikan pengarahan, bimbingan serta masukan dalam penulisan penelitian ini.
5. Ibu Susi Herawati, S.Si., M.Pd selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh civitas akademik, staf, dan dosen pengajar Jurusan Ketatalaksanaan Angkutan Laut dan Kepelabuhanan yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis belajar di kampus Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran Jakarta.

7. Seluruh pejabat dan staf PT Jasa Armada Indonesia Tbk yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman kepada penulis.
8. Ibu Yanti selaku mentor selama penulis praktek darat di PT Jasa Armada Indonesia Tbk yang telah memberikan ilmu, khususnya mengenai *Platform SSC*.
9. Kedua orang tua penulis, Ibu Encik Siti Zuhroh dan (Alm) Bapak M. Djupri yang telah mendidik dan membesarkan penulis dengan seluruh cinta serta kasih sayang dan selalu menjadi penyemangat serta inspirasi penulis, terima kasih atas dukungan baik doa, dorongan, materi dan motivasi dalam menjalankan pendidikan di Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran Jakarta.
10. Kakak-kakak penulis, Yoga Wijatmiko, Rico Budi Santoso, Yanthi Prameswari Putri, Dian Wahyu Wulandari, Noufal Andri Mustiko dan Adik penulis Dhimas Nanda Priambudi yang senantiasa selalu menjadi saudara, teman, motivator dan penyemangat penulis dalam menyelesaikan skripsi.
11. Sahabat penulis, Moza, Hana, Moca, Oreo, Moci, dan Moli yang selalu setia menemani penulis mengerjakan skripsi selama penulis berada di rumah.
12. Untuk teman-teman angkatan 63, kelas KALK Foxtrot dan Alpha, dan kamar J 105, terima kasih atas kebersamaan seperjuangan selama di kampus.
13. Serta untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan pendidikan di Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran Jakarta baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih terdapat kekurangan. Maka dengan kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik jika terdapat kekeliruan dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini dari semua pihak yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 22 Juli 2024

Penulis



WINDY AMANDA SEPRRIANTI

NRP. 463200584

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA TANGAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG	1
B. IDENTIFIKASI MASALAH.....	9
C. BATASAN MASALAH	10
D. RUMUSAN MASALAH	10
E. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	10
F. SISTEMATIKA PENULISAN	11
 BAB II : LANDASAN TEORI	
A. PENGERTIAN/ DEFINISI OPERASIONAL	14
B. TEORI	15
C. KERANGKA PIKIRAN	33
D. HIPOTESIS	34
E. TINJAUAN EMPIRIS	34
 BAB III : METODE PENELITIAN	
A. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN	36
B. METODE PENELITIAN	36
C. SUMBER DATA	37
D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	38
E. POPULASI, SAMPEL, TEKNIK <i>SAMPLING</i>	41
F. TEKNIK ANALISIS DATA.....	42

	G. TEKNIK PENGOLAHAN DATA.....	50
BAB IV	: ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
	A. DESKRIPSI DATA.....	51
	B. ANALISIS DATA.....	55
	C. PEMECAHAN MASALAH	75
BAB V	: KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. KESIMPULAN	77
	B. SARAN	78
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan, Beban, dan Laba Usaha	3
Gambar 1.2 Implementasi <i>ERP</i> Berbasis Oracle PT JAI Tbk.....	4
Gambar 1.3 Jumlah Dokumen yang Diproses <i>SSC</i> Per Triwulan Tahun 2023	5
Gambar 1.4 Alur Proses Pembayaran Tagihan Pelanggan	6
Gambar 2.1 <i>EBS Roadmap</i>	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Jasa Armada Indonesia Tbk	53
Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin	53
Gambar 4.3 Diagram Usia	54
Gambar 4.4 Diagram Pekerjaan	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penyebab Tagihan Bermasalah	7
Table 1.2 Rekap Bulanan Dokumen Tagihan <i>Vendor</i> Bermasalah Tahun 2023	8
Tabel 2.1 Defisinisi Operasional Variabel	14
Table 2.2 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Skala Likert.....	39
Tabel 3.2 Skala Penilaian Berdasarkan Skala Likert.....	39
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen variabel X.....	40
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen variabel Y	40
Tabel 3.5 Tabel Rata-rata Jawaban Responden	43
Tabel 3.6 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	47
Tabel 4.1 Tabel Dimensi Keandalan X1.1	55
Tabel 4.2 Tabel Dimensi Keandalan X1.2	56
Tabel 4.3 Tabel Dimensi Bentuk Fisik X1.3	57
Tabel 4.4 Tabel Dimensi Bentuk Fisik X1.4	57
Tabel 4.5 Tabel Dimensi Ketanggapan X1.5	58
Tabel 4.6 Tabel Dimensi Ketanggapan X1.6.....	58
Tabel 4.7 Tabel Dimensi Jaminan X1.7	59
Tabel 4.8 Tabel Dimensi Empati X1.8.....	60
Tabel 4.9 Rekapitulasi hasil jawaban responden pada variable X.....	60
Tabel 4.10 Tabel Dimensi Kepuasan Pelanggan Y1.1	61
Tabel 4.14 Tabel Dimensi Ketersediaan Layanan Y1.5	63
Tabel 4.15 Tabel Dimensi Ketersediaan Layanan Y1.6	64
Tabel 4.16 Tabel Dimensi Ketersediaan Layanan Y1.7	64

Tabel 4.17 Tabel Dimensi Ketersediaan Layanan Y1.8	65
Tabel 4.18 Rekapitulasi hasil jawaban responden pada variable Y	65
Tabel 4.19 r Tabel.....	67
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas.....	68
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan SSC (X)	69
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan SSC (Y)	69
Tabel 4.23 Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	71
Tabel 4.25 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	72
Tabel 4.26 Hasil Koefisien Determinasi	73
Tabel 4.27 Hasil Hipotesis	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Rekapitulasi Kuisisioner Variabel X
Lampiran 3	Rekapitulasi Kuisisioner Variabel Y
Lampiran 4	Uji Validitas Variabel X dan Y
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas SPSS Variabel X
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas SPSS Variabel Y
Lampiran 7	Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y
Lampiran 8	Uji Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis dan Uji T
Lampiran 9	Tabel T_{tabel}
Lampiran 10	Tampilan dari <i>Platform Shared Service Center (SSC)</i>
Lampiran 11	Tampilan dari Aplikasi Oracle

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Saat ini era revolusi industri 4.0 telah terjadi. Revolusi 4.0 merupakan tahap evolusi industri yang ditandai oleh adopsi luas teknologi digital, kecerdasan buatan, konektivitas, dan integrasi sistem dalam berbagai aspek produksi dan kehidupan manusia. Revolusi memiliki peran yang sangat penting dalam membantu perusahaan melakukan transisi digital menuju manajemen berbasis teknologi. Akibatnya, para pelaku usaha dan perusahaan kini harus mengubah model bisnis dan proses bisnisnya untuk bersaing, termasuk BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang juga mengikuti perkembangan revolusi industri.

BUMN menerapkan tata kelola yang baik dengan tujuan untuk mengoptimalkan nilai BUMN agar perusahaan memiliki daya saing yang kuat, baik secara nasional maupun internasional sehingga mampu mempertahankan keberadaannya dan hidup berkelanjutan untuk mencapai maksud dan tujuan BUMN. Untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional bisnis, salah satu strategi pada banyak perusahaan di dunia adalah melalui *Shared Service Center*, yang merupakan model penggabungan fungsi *back office* perusahaan (bertugas mengurus laporan-laporan penjualan, keuangan maupun masalah administrasi dan memberikan pelayanan informasi yang akurat terhadap pelanggan), sehingga perusahaan dapat lebih fokus pada kegiatan strategis dan kegiatan inti (Basoeki, 2018). Untuk selanjutnya, peneliti akan menyingkat *Shared Service Center* menjadi *SSC*.

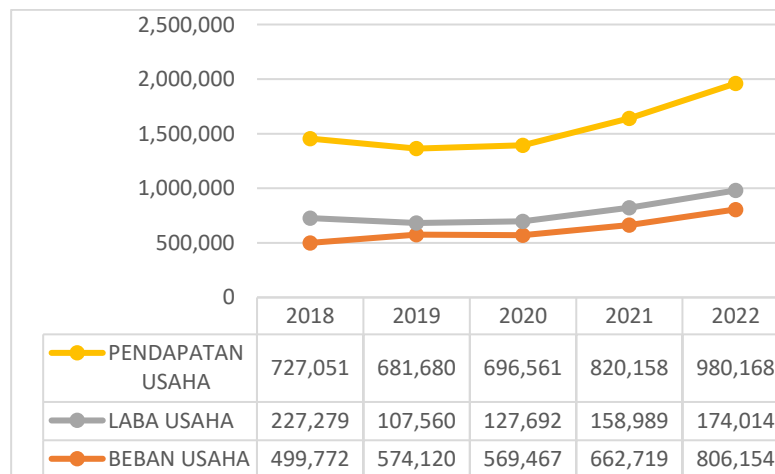
Pada penelitian yang dilakukan oleh Suraya Miskon (2009) menyimpulkan bahwa saat ini perusahaan terus berinovasi untuk menawarkan layanan yang unggul dengan biaya yang lebih rendah. *SSC* menjadi strategi yang telah diadopsi secara luas dalam praktik sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kinerja organisasi. Layanan ini dianggap paling sesuai untuk fungsi pendukung, dan diadopsi secara luas dalam berbagai fungsi manajemen.

PT Pelabuhan Indonesia (Persero) atau yang biasa disebut Pelindo adalah salah satu BUMN yang bergerak dibidang jasa kepelabuhanan. Visi BUMN yaitu menjadi perusahaan pengelola pelabuhan yang terintegrasi, berdaya saing tinggi, dan bertaraf internasional. Visi perusahaan tersebut didukung oleh beberapa misi, salah satunya yaitu penyediaan layanan (pendukung) pelabuhan dan nonpelabuhan terpadu yang berorientasi pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Bisnis utama Pelindo adalah jasa pelayanan untuk kapal, bongkar muat barang dan peti kemas, serta jasa angkutan penumpang, selain itu juga membuka berbagai peluang kerja sama operasional dan kerja sama bisnis dengan berbagai pihak. Salah satu anak perusahaan Pelindo, PT Jasa Armada Indonesia Tbk adalah perusahaan yang bergerak di bidang layanan pemanduan dan penundaan kapal, dengan nama dagang *IPC Marine Service*. Wilayah operasional PT Jasa Armada Indonesia Tbk yang berkantor pusat di Jakarta dan memiliki 11 wilayah operasi di Pelabuhan Tanjung Priok, Banten, Cirebon, Panjang (Bandar Lampung), Bengkulu, Teluk Bayur (Sumatra Barat), Pangkal Balam (Bangka), Tanjung Pandan (Belitung), Palembang, Jambi, Pontianak, dan Terminal Kijing.. Oleh karena itu, strategi penerapan *SSC* bersama Pelindo yang didukung Oracle juga diterapkan untuk meningkatkan bisnis dan keuntungan perseroan pada tahun 2023. Tujuannya agar kantor cabang dan anak perusahaan Pelindo lebih fokus pada efisiensi operasional dan peningkatan pendapatan, sehingga fungsi administrasinya terpusat melalui layanan *SSC*.

Daya tarik konsep *SSC* terletak pada beberapa manfaat utamanya, seperti pengurangan biaya, kualitas layanan yang lebih baik, penyederhanaan proses, berbagi praktik terbaik, transfer pengetahuan, peningkatan produktivitas, skala ekonomi yang lebih baik, penggunaan teknologi, manajemen yang lebih baik, keselarasan yang lebih baik dengan kebutuhan bisnis dan peningkatan keuntungan (Schulman, 1999). Hal ini didukung oleh hasil penelitian Riska Nurmarlia (2015) yang mengungkapkan bahwa perusahaan yang mengadopsi *SSC* mampu mencapai penghematan dan efisiensi waktu, tenaga, dan biaya.

Berikut adalah gambaran pendapatan, beban usaha, dan laba usaha selama 5 tahun terakhir.



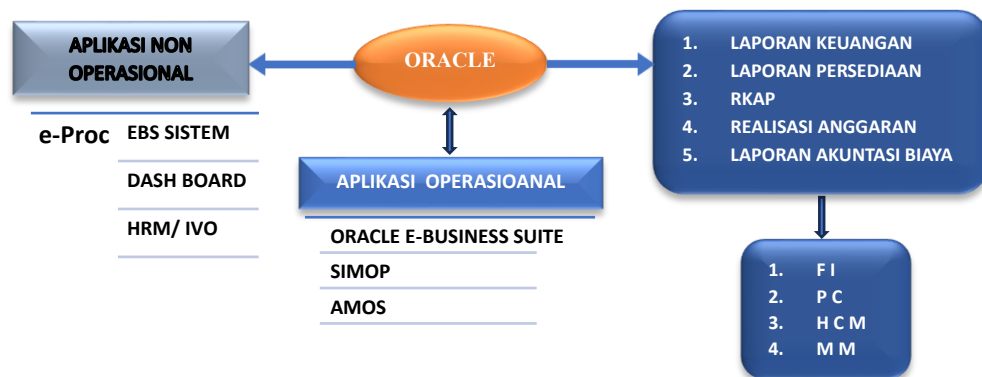
Gambar 1.1
Pendapatan, Beban, dan Laba Usaha

Sumber: Annual Report PT Jasa Armada Indonesia Tbk

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas, beban usaha selama tahun 2018 hingga tahun 2022 mengalami peningkatan, namun dari sisi pendapatan usaha dan laba usaha mengalami penurunan pada tahun 2019. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan beban usaha lebih besar dibandingkan dengan pendapatan. Sehingga diperlukan perbaikan yang dapat menekan jumlah beban usaha agar laba usaha dapat terus meningkat. Hal ini yang menjadi faktor pendukung, strategi SSC perlu diterapkan pada PT Jasa Armada Indonesia Tbk..

Penerapan SSC pada PT Jasa Armada Indonesia Tbk atau yang dapat disingkat menjadi PT JAI Tbk ditujukan untuk menggantikan sistem *back office* yang sebelumnya. Perbedaan sistem *back office* sebelum dan sesudah diterapkannya SSC ini adalah pada penggunaan aplikasi Oracle. Di mana sebelumnya setiap kantor cabang memiliki sistem administrasi pendukung yang berbeda-beda, sehingga pada proses konsolidasi pelaporan di kantor pusat membutuhkan waktu yang lama serta biaya pemeliharaan aplikasi yang tinggi. Selain itu, proses pembayaran tagihan-tagihan perusahaan dan biaya-biaya pegawai dilakukan pada kantor cabang masing-masing. Namun sejak diterapkannya SSC, sistem administrasi antara kantor pusat dan cabang-cabang terintegrasi dalam satu sistem melalui aplikasi Oracle.

Adapun gambaran proses pengelolaan sistem *back office* pada SSC Pelindo dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1.2

Implementasi *ERP* Berbasis Oracle PT JAI Tbk

Sumber: Bahan Presentasi Inovasi PT JAI Tbk

Berdasarkan Gambar 1.2 di atas menunjukkan hubungan antara aplikasi Oracle dengan aplikasi yang menunjang kegiatan operasional dan non operasional perusahaan. Beberapa aplikasi non operasional yaitu EBS Sistem (Sistem Keuangan yang digunakan untuk pencatatatan keuangan perusahaan), *Dashboar*d (aplikasi sistem informasi yang menyajikan informasi mengenai indikator utama dalam layar tunggal), dan HRM/ IVO (Sistem yang digunakan untuk kebutuhan Manajemen SDM Perusahaan). Selanjutnya, untuk beberapa aplikasi operasional seperti SIMOP (Sistem Manajemen Operasi Kapal yang digunakan untuk Nota Pelayanan Kapal), AMOS (Sistem Manajemen untuk Perawatan dan Perbaikan Armada kapal), dan Oracle *E-Business Suite* (Aplikasi *Enterprise Resource Planning (ERP)* untuk mengelola berbagai aspek bisnis, seperti manajemen keuangan, manajemen sumber daya manusia, dan manajemen rantai pasokan agar memudahkan pengguna dalam mengelola berbagai aspek bisnis, meningkatkan efisiensi dan produktivitas, serta memudahkan pengambilan keputusan bisnis yang tepat), adalah aplikasi yang penggunaannya disesuaikan dengan pelayanan yang berbeda-beda jenisnya pada cabang perusahaan. Setelah data dikelola dari tiap aplikasi operasional, kemudian data tersebut direkap dalam aplikasi Oracle, sehingga pelaporannya tercatat dengan menggunakan beberapa modul Oracle antara lain, *FI (Finance)*, *PC (Purchasing)*, *HCM (Human Capital Management)*, dan *MM (Manufacturing Management)*. Melalui modul-modul tersebut, seluruh data dan informasi keuangan perusahaan

diolah dan disajikan dalam laporan keuangan dan laporan manajemen PT JAI Tbk.

Oracle merupakan suatu aplikasi yang bisa melakukan integrasi berbagai kebutuhan dan berbagai hubungan dalam operasional perusahaan dan juga bisnis. Oracle dinilai menjadi alat yang sangat membantu sebab berbagai hal yang berkaitan dengan operasional perusahaan terintegrasi dalam satu software saja sehingga pengaturannya juga akan lebih mudah dibandingkan dengan menggunakan cara yang manual. Sehingga melalui aplikasi ini, proses pelaporan dan konsolidasi menjadi lebih cepat. Kemudian, untuk sistem pembayaran kepada vendor, penggajian atau kesejahteraan pegawai, dan biaya-biaya pegawai lainnya menjadi otoritas subdit SSC. Pelanggan SSC terdiri dari pelanggan internal yaitu pegawai PT JAI Tbk dan pelanggan eksternal yaitu pengguna jasa kepelabuhanan dan pihak ketiga dalam pengadaan barang atau jasa. Penelitian ini berfokus pada fungsi SSC dalam memberikan layanan pembayaran tagihan-tagihan pegawai dan jasa serta barang pada PT JAI Tbk. Di mana setiap triwulannya transaksi dari layanan ini terus meningkat. Berikut adalah jumlah tagihan selama tahun 2023 yang diproses melalui SSC.



Gambar 1.3

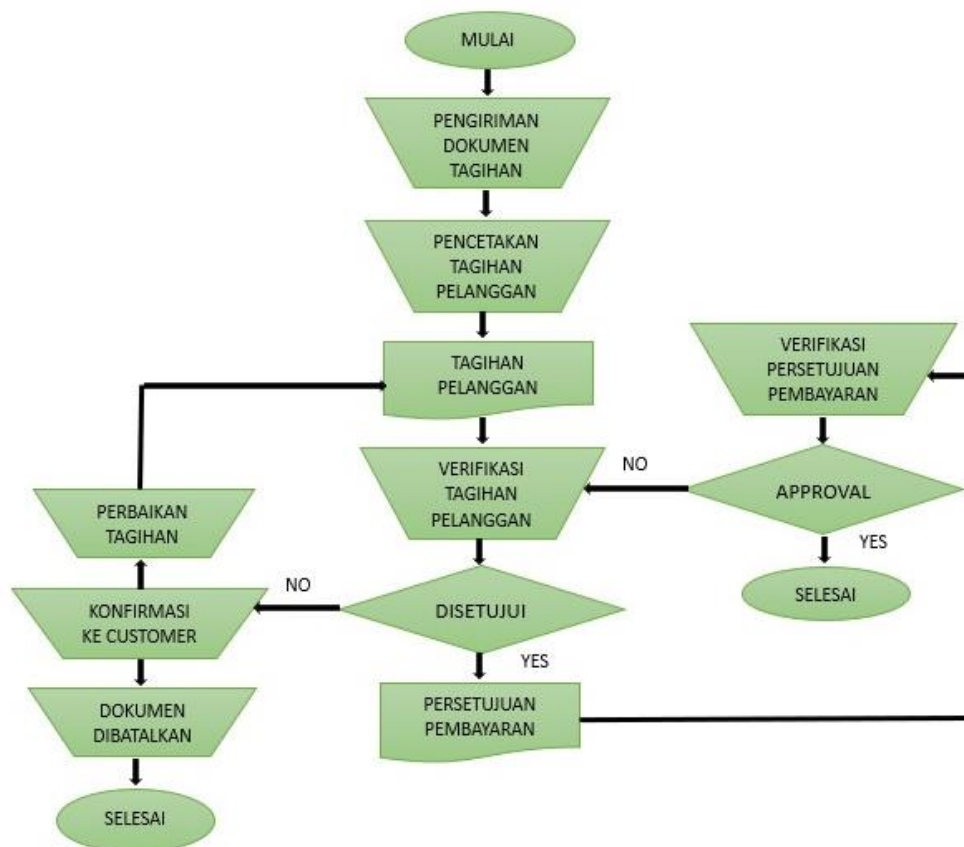
Jumlah Dokumen yang Diproses SSC Per Triwulan Tahun 2023

Sumber: Web SSC PT Jasa Armada Indonesia Tbk

Berdasarkan Gambar 1.3 dapat diketahui pada tahun 2023 jumlah tagihan atau permohonan pembayaran yang harus diproses setiap triwulannya makin meningkat.

Permohonan pembayaran tersebut dikirimkan dari kantor cabang dan kantor pusat dengan menggunakan google form bulanan. Di mana tagihan tersebut berupa tagihan dari vendor, *customer*, dan pegawai Pelindo. Tagihan vendor berupa pekerjaan jasa dan pengadaan barang yang telah direalisasikan. Kemudian tagihan *customer* berupa pengembalian *reimbursement* PPH (pajak penghasilan) Pasal 23, pengembalian uang titipan atau uang pertanggungan atas jasa kepelabuhanan yang diterima. Terakhir adalah tagihan pegawai berupa biaya mutasi pegawai, biaya perjalanan dinas, gaji, dan tunjangan kesejahteraan pegawai lainnya. Hal ini menyimpulkan bahwa pelanggan subdit SSC tidak hanya berasal dari eksternal perusahaan tetapi juga berasal dari internal perusahaan.

Adanya peningkatan jumlah transaksi pada setiap triwulannya, tentu membutuhkan alur proses yang efisien sehingga seluruh transaksi dapat diselesaikan tepat waktu. Lama waktu yang diharapkan pelanggan dari proses pembayaran terutama tagihan insentif, operasional perusahaan, dan tagihan yang sifatnya mendesak adalah sekitar dua hari kerja.



Gambar 1.4

Alur Proses Pembayaran Tagihan Pelanggan

Sumber: Hasil Observasi Penulis, 2024

Gambar 1.4 adalah bagan alur yang menggambarkan proses penyelesaian tagihan dari mulai proses pencetakan tagihan sampai pada proses persetujuan pembayaran. Terdapat empat kegiatan utama pada proses ini yaitu pencetakan, verifikasi, pembuatan persetujuan pembayaran, dan konfirmasi apabila tagihan tidak disetujui untuk dibayarkan. Berdasarkan Gambar 1.4 menunjukkan adanya beberapa masalah sehingga tagihan yang diverifikasi tidak dapat dilanjutkan pada proses berikutnya. Terdapat beberapa hal yang dapat menyebabkan tagihan bermasalah sehingga tidak disetujui atau bahkan dibatalkan terangkum dalam Tabel 1.1. Penyebab yang paling sering terjadi yaitu pengiriman yang berulang, faktur yang salah, dan anggaran yang tidak atau belum tersedia.

Tabel 1.1
Penyebab Tagihan Bermasalah

No.	Penyebab Tagihan Bermasalah
1	Pengiriman berulang
2	Lampiran tagihan tidak lengkap
3	Salah mengirimkan lampiran tagihan
4	Faktur yang salah
5	Anggaran tidak tersedia
6	Nomor rekening penerima bermasalah

Sumber: Hasil Observasi Penulis, 2024

Tabel 1.1 menunjukkan beberapa penyebab tagihan bermasalah dan menyebabkan tagihan tidak dapat dibayarkan. Pada masalah pengiriman berulang, terjadi karena diakibatkan oleh ketidakstabilan jaringan internet. Kemudian masalah lampiran atau bukti pendukung tagihan tidak lengkap seringkali terjadi diakibatkan oleh kurangnya pengetahuan oleh staf pada jaringan kantor PT Jasa Armada Indonesia. Lalu masalah pada penggunaan faktur pajak juga sering terjadi di mana faktur yang dikirimkan telah expire masa berlakunya dan penggunaan kode faktur yang keliru. Selanjutnya, pada masalah anggaran yang tidak tersedia, terjadi karena pengiriman tagihan dilakukan tanpa adanya persetujuan alokasi anggaran tagihan oleh pejabat yang berwenang. Masalah yang terakhir yaitu nomor rekening penerima pembayaran tagihan bermasalah, di mana nomor rekening yang dicantumkan tidak valid atau penerima tidak sesuai dengan yang tercantum dalam rekening bank.

Adanya permasalahan-permasalahan yang menghambat proses layanan SSC dalam pembayaran tagihan menyebabkan keterlambatan pembayaran tagihan. Sehingga keterlambatan tersebut menyebabkan kualitas pelayanan yang tidak optimal. Sejalan dengan hal tersebut, pada penelitian Hai Wang (2007) tentang SSC, menyimpulkan bahwa salah satu aspek penting untuk SSC yaitu mempertahankan tingkat layanan dan waktu respons yang ditentukan untuk setiap organisasi individu. Sebaliknya, pada layanan SSC PT Jasa Armada Indonesia pada tahun 2023 mengalami penurunan waktu respons terhadap tagihan-tagihan vendor.

Berikut adalah rekap jumlah dokumen yang bermasalah dan rata-rata waktu proses tagihan sampai kekasir pada tahun 2023.

Tabel 1.2
Rekap Bulanan Dokumen Tagihan *Vendor*
Bermasalah Tahun 2023

Periode	Jumlah tagihan bermasalah yang tidak terselesaikan dalam bulan pengiriman	Rata-rata jumlah hari dokumen diproses sampai ke kasir
Januari	22	2 hari
Februari	17	2 hari
Maret	10	2 hari
April	14	2 hari
Mei	20	3 hari
Juni	21	3 hari
Juli	11	3 hari
Agustus	25	4 hari
September	14	3 hari
Oktober	19	4 hari
November	15	3 hari
Desember	16	3 hari
Rata-rata	17 Tagihan	3 hari

Sumber: Web SSC PT JAI Tbk, Data Diolah (2023)

Berdasarkan data yang terdapat dalam Tabel 1.2, dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2023, rata-rata terdapat 17 tagihan bermasalah setiap bulannya. Proses pengolahan tagihan dari SSC ke kasir juga menunjukkan peningkatan waktu setiap bulannya. Pada periode Januari 2023 hingga April 2023, tagihan berhasil diproses dalam waktu dua hari, namun mulai bulan Mei 2023 hingga Desember 2023, waktu proses rata-rata meningkat menjadi tiga hari, bahkan mencapai empat hari pada Agustus dan Oktober 2023. Kesimpulannya, penerapan SSC PT JAI Tbk masih menghadapi beberapa kendala yang berpotensi memengaruhi kualitas layanan dan kinerja pelayanan, terutama pada layanan pembayaran tagihan. Menurut Schulman (1999), hambatan dalam penerapan SSC pada dasarnya terkait dengan individu, masalah bisnis, serta kerja sama antar kelompok. Kendala-kendala ini sejalan dengan hambatan yang umumnya dihadapi dalam inisiatif perubahan organisasi, seperti peran individu, kebijakan dan prosedur, teknologi, serta budaya perusahaan dan dinamika organisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Martina Davidson (2005) menekankan bahwa tujuan utama penerapan SSC adalah untuk menghemat biaya. Rekomendasinya adalah agar penelitian selanjutnya lebih memperhatikan aspek pelanggan, karena kepuasan pelanggan memiliki peran penting dalam keberlanjutan SSC. Oleh karena itu, masalah-masalah yang timbul pada proses layanan tagihan pelanggan SSC PT JAI Tbk perlu dianalisis untuk mengevaluasi kualitas layanan, khususnya pada layanan pembayaran tagihan PT JAI Tbk.

Dari penjelasan di atas, Sehubungan dengan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN *SHARED SERVICE CENTER (SSC)* TERHADAP KEBUTUHAN PELANGGAN PADA PT JASA ARMADA INDONESIA Tbk.”**

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Sesuai dari pengalaman penulis selama praktek darat di PT Jasa Armada Indonesia Tbk, penulis mengidentifikasi beberapa hambatan pada layanan SSC terhadap kebutuhan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas layanan SSC yang belum optimal.
2. Kebutuhan pelanggan SSC belum terpenuhi.
3. Belum adanya *Service Blueprint* untuk proses pembayaran tagihan pelanggan di SSC PT Jasa Armada Indonesia Tbk.

4. Banyaknya faktor tagihan bermasalah yang menghambat kelancaran proses pembayaran tagihan pelanggan.
5. Peningkatan jumlah tagihan bermasalah di *SSC*.

C. BATASAN MASALAH

Karena luasnya permasalahan yang akan terjadi, maka penulis memahami perlunya dilakukan pembatasan masalah agar tidak meluasnya permasalahan yang ditulis oleh penulis dan agar tidak menyimpang dari topik yang terdapat di dalam penulisan skripsi ini, sehingga penulis menitik beratkan permasalahan pada:

1. Kualitas layanan *SSC* yang belum optimal.
2. Kebutuhan pelanggan *SSC* belum terpenuhi.

D. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, ditemukan berbagai masalah yang menjadi penyebab terjadinya ketidakmaksimalan pelayanan *SSC* terhadap kebutuhan pelanggan. Dari berbagai masalah tersebut dapat dirumuskan beberapa masalah pokok. Adapun masalah pokok yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas layanan *SSC* terhadap kebutuhan pelanggan PT Jasa Armada Indonesia Tbk ?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas layanan *SSC* terhadap kebutuhan pelanggan PT Jasa Armada Indonesia Tbk ?

E. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Setiap kegiatan penelitian pasti dilandasi dengan tujuan yang hendak dicapai. Untuk mengembangkan data atau sesuatu untuk menguji data yang ada. Demikian juga kegiatan penelitian ini, dimaksudkan untuk memperoleh manfaat baik bagi Penulis maupun pihak lain yang berkompeten dengan penelitian yang dilakukan. Tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas layanan *SSC* terhadap kebutuhan pelanggan PT Jasa Armada Indonesia Tbk.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan *SSC* terhadap kebutuhan pelanggan PT Jasa Armada Indonesia Tbk.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan mengenai penerapan layanan *SSC* dan dapat menjadi acuan, informasi, rujukan, serta referensi dalam penelitian selanjutnya mengenai penerapan *SSC* serta menjadi bahan bacaan yang bermanfaat bagi para peneliti dan masyarakat luas.

b. Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan wawasan kepada karyawan PT Jasa Armada Indonesia Tbk tentang sejauh mana pengaruh kualitas layanan *SSC* terhadap kebutuhan pelanggan.
- 2) Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam menerapkan layanan *SSC* yang sesuai dengan tujuan pembentukan *SSC* dan visi misi perusahaan.
- 3) Menyediakan basis informasi yang kuat untuk memudahkan para pelanggan dalam memahami syarat pembayaran penggunaan jasa PT Jasa Armada Indonesia Tbk.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Agar tujuan yang diharapkan penulis dapat dengan mudah tercapai, maka penulis menyajikan uraian dengan sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab yang berkesinambungan yang dalam pembahasannya merupakan suatu rangkaian yang tidak terpisahkan agar mempermudah dalam membahas permasalahan mengenai **"PENGARUH KUALITAS LAYANAN *SHARED SERVICE CENTER (SSC)* TERHADAP KEBUTUHAN PELANGGAN PADA PT JASA ARMADA INDONESIA Tbk."**

Berikut ini merupakan sistematika penulisan yang penulis gunakan dalam penyusunan skripsi:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, penulis akan menguraikan latar belakang penulisan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penyusunan skripsi, dan sistematika penulisan dari penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang beberapa pengertian mengenai hal yang terkait pada objek penelitian, membahas kerangka teori yang mendukung penelitian ini, termasuk konsep layanan *SSC* dan kebutuhan pelanggan, meninjau penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini, dan menjelaskan landasan konseptual dari hubungan antara kualitas layanan *SSC* dan kebutuhan pelanggan.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang waktu dan tempat penelitian, metode pendekatan, sumber data, teknik pengumpulan data, populasi sampel dan teknik sampling, dan teknik analisis data. Penelitian berlangsung ketika penulis melaksanakan praktek darat selama 6 bulan di perusahaan pelayaran PT Jasa Armada Indonesia Tbk.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang deskripsi data, analisis data, alternatif pemecahan masalah, evaluasi terhadap alternatif pemecahan masalah, pemecahan masalah. Dalam deskripsi data ini, dapat diuraikan masalah-masalah yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dengan memberikan suatu gambaran yang jelas dan mengemukakan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini merupakan bab penutup yang berisi tentang kesimpulan serta saran-saran yang berupa pernyataan singkat dan tepat berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan. Belum maksimalnya kualitas layanan *SSC* yang berdampak pada kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi. Dengan peningkatan kualitas layanan *SSC* diharapkan akan memengaruhi tercapainya kebutuhan pelanggan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. PENGERTIAN/ DEFINISI OPERASIONAL

Menurut Sugiyono (2019) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ada di dalamnya segala bentuk yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.

Untuk menentukan skala pengukuran setiap variabel, pemeriksa harus menggunakan alat statistik sehingga perhitungan variabel dapat dilakukan dengan benar. Definisi operasional merupakan variabel yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini variabel-variabelnya dibagi menjadi dua variabel, yaitu:

1. Variabel tak bebas

Variabel terikat atau variabel resultan adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi, karena variabel independen Sugiono (2019). Tujuan variabel ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel tersebut bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel pengaruh atau dependen adalah Kebutuhan Pelanggan (Y).

2. Variabel bebas

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan atau munculnya variabel terikat, Sugiono (2019). Variabel bebasnya adalah metode yang digunakan Penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel lain. Sebelum menguji hipotesis penelitian, perlu dilakukan pengujian terlebih dahulu mengidentifikasi variabel-variabel yang akan terlibat dalam penelitian ini. Di dalam dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Kualitas Layanan *Shared Service Center (SSC)* (X).

Tabel 2.1
Definisni Operasional Variabel

No.	Variabel Penelitian	Definisi	Dimensi	Indikator	Butir-butir Instrumen
1.	Kualitas Layanan (X)	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan SSC	Keandalan (<i>Reliability</i>)	a) Tepat waktu b) Proses layanan	1,2
			Bentuk Fisik (<i>Tangibles</i>)	a) Kemampuan sistem b) Ketersediaan alat	3,4
			Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	a) Keterampilan staf b) Kemampuan menyelesaikan masalah	5,6
			Jaminan (<i>Assurance</i>)	a) Keamanan data	7
			Empati (<i>Empathy</i>)	a) Komunikasi yang jelas	8
2.	Kebutuhan Pelanggan (Y)	Permintaan atau harapan pelanggan terhadap SSC	Kepuasan pelanggan	a) Harapan pelanggan b) Tingkat kepuasan c) Ketersediaan solusi terhadap masalah pelanggan d) Sikap pelayanan	9, 10, 11,12
			Ketersediaan layanan	a) Kemudahan akses informasi b) Kecepatan layanan c) Responsif terhadap	13,14, 15,16

				pelanggan	
				d) Ketersediaan membantu	

Sumber: Peneliti, data diolah (2024)

B. TEORI

1. Pengaruh

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2015), Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.

Menurut Yosin (2012), Pengaruh merupakan suatu daya ataupun kekuatan yang timbul dari sesuatu, baik itu orang maupun benda serta segala sesuatu yang berada di alam sehingga memengaruhi apa-apa yang ada disekitarnya.

Menurut Surakhmad (2012), Pengaruh adalah kekuatan yang muncul dari sesuatu benda dan orang juga gejala dalam yang dapat memberikan perubahan sehingga membentuk kepercayaan atau perubahan.

Menurut M. Suyanto (2015), Pengaruh berarti nilai kualitas suatu iklan yang disebarkan melalui media tertentu.

Menurut Wiryanto (2012), Pengaruh ialah tokoh formal dan informal di masyarakat yang memiliki ciri-ciri kompeten, inovatif, kosmopolitan dan aksesibel bila dibandingkan dengan pihak yang dipengaruhi.

Menurut Bartram Johannes Otto Schrieke (2016), Pengaruh berarti bentuk dari sesuatu kekuasaan yang tak dapat diukur kepastiannya.

Menurut Uwe Becker (2011), “Pengaruh merupakan kemampuan yang terus berkembang dan tidak terlalu terkait dengan usaha dan memaksakan kepentingan.” Menurut Albert R. Roberts dan Gilbert (2008), Pengaruh diartikan sebagai wajah kekuasaan yang diperoleh oleh seseorang disaat tidak memiliki kewenangan untuk mengambil keputusan.

Dari uraian teoritis di atas dapat disintesis, bahwa pengaruh memiliki arti kekuatan yang berasal dari suatu sumber, dapat berwujud orang atau suatu benda yang memiliki kekuatan untuk memengaruhi sesuatu sehingga mau melakukan sesuai keinginan orang atau benda tersebut. Jadi pengaruh adalah suatu hasil dari sebuah sikap yang dilakukan oleh seseorang dengan sengaja untuk mendapatkan

perubahan sesuai yang diinginkannya, baik dengan diiringi sanksi maupun dilakukan dengan sukarela.

2. Kualitas

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kualitas didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu, derajat, atau mutu.

Menurut Sunyoto, kualitas adalah parameter untuk menilai apakah suatu produk atau layanan telah mencapai tingkat kegunaan yang diharapkan. Dengan kata lain, sebuah produk atau layanan dianggap berkualitas jika berfungsi sesuai dengan keinginan atau memiliki nilai guna yang diinginkan.

Menurut Sunyoto (2018), *American Society for Quality Control* mengungkapkan bahwa kualitas atau mutu adalah totalitas karakteristik dan atribut dari barang dan jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang diungkapkan maupun yang tersirat.

Menurut pandangan Goeth dan Davis, kualitas merupakan suatu keadaan yang dinamis yang terkait dengan produk, layanan, individu, proses, dan lingkungan yang mencapai atau melampaui ekspektasi.

Menurut Juran, Kualitas adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Menurut Crosby, Kualitas adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Standar kualitas meliputi bahan baku, proses produksi dan produk jadi.

Menurut Darsini, D., & Triwardana, E. (2021)., Kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar. Apabila Juran mendefinisikan kualitas sebagai *fitness for use* dan Crosby sebagai *conformance to requirement*, maka Deming mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen. Perusahaan harus benar-benar dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan.

Menurut Ilahi, A. A. A., & Arifuddin, A. (2022), Kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk dikatakan berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk.

Menurut Hilary, D., dan Wibowo, I. (2021)., Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah sehingga kualitas produk juga harus berubah atau disesuaikan. Dengan perubahan kualitas produk tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Meskipun tidak ada definisi mengenai kualitas yang diterima secara universal.

3. Pelayanan

Menurut Batinggi dan Badu (2017) mengemukakan bahwa berdasarkan Kamus Umum Bahasa Indonesia; pelayanan kata dasarnya adalah layan dan kata kerjanya adalah melayani, artinya menolong, menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain.

Menurut S.Lukman dan Moenir dalam Batinggi dan Badu (2017) bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Menurut Gronroos dalam Ratminto (2016) pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan pelanggan. Dengan kata lain, Pelayanan merupakan salah satu upaya untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dalam hal kecepatan menangani keluhan dan keramahan terhadap pelanggan.

Menurut Batinggi dan Badu (2017) pelayanan adalah kunci utama untuk mencapai keberhasilan dalam berbagai aspek usaha atau aktivitas bisnis yang bergerak di bidang jasa Pelayanan akan sangat menentukan dalam setiap kegiatan di masyarakat jika di dalamnya terdapat persaingan. Bisa jadi produk yang dijual sama atau jasa yang ditawarkan juga sama tapi kenapa respon dari masyarakat bisa berbeda. Semua itu disebabkan oleh adanya pelayanan terhadap pelanggan yang berbeda.

Prasojo dalam Lukito, R. A. (2023), mengatakan pelayanan merupakan tanggapan terhadap keperluan manajerial yang hanya akan terpenuhi kalau pengguna jasa itu mendapatkan produk yang mereka inginkan.

Menurut Chrismastianto, I. A. W. (2017), definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Gronroos dalam Tjiptono (2019) menyatakan bahwa pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan, jasa dan sumber daya, fisik atau barang, dan sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Menurut Elthainammy dalam Maddy (2018) pelayanan prima adalah suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan.

Menurut Maddy (2018) pengertian tersebut menunjukkan bahwa pelayanan prima atau “*excellence service*” merupakan suatu pelayanan terbaik, melebihi, melampaui, mengungguli pelayanan yang diberikan pihak lain atau daripada pelayanan waktu yang lalu. Secara sederhana, pelayanan prima adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan.

4. Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan merupakan aspek kunci dalam strategi perusahaan, karena memberikan pelayanan berkualitas tinggi tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga meningkatkan minat pelanggan terhadap perusahaan dan berpotensi memberikan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri. Penting untuk memberikan pelayanan yang nyata dan sesuai dengan harapan pelanggan. Perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang komprehensif memiliki keunggulan dalam persaingan, terutama dalam menyediakan layanan yang baik dan berkualitas (Firdiana, 2018).

Fandy dan Chandra menjelaskan bahwa kualitas adalah kondisi dinamis yang terkait dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang

dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan. Mereka juga menyatakan bahwa kualitas adalah totalitas karakteristik dari produk atau jasa yang ditawarkan, bertujuan untuk memuaskan kebutuhan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, kualitas sering diartikan sebagai tingkat kepuasan pelanggan terhadap kebutuhan yang diinginkan (Gaspersz).

Juran memberikan definisi lain mengenai kualitas, yaitu sebagai kecocokan untuk pemakaian (*Fitness for Use*), yang menyiratkan bahwa suatu produk atau jasa harus dapat memenuhi harapan yang telah ditetapkan oleh para pengguna. Juran juga memperkenalkan *The Juran Trilogy* yang terdiri atas:

a. Perencanaan Kualitas

Perencanaan kualitas yaitu perencanaan yang meliputi pengembangan produk, sistem dan proses yang dibutuhkan agar memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Langkah-langkah yang dibutuhkan yaitu:

- 1) Menentukan siapa yang menjadi pelanggan.
- 2) Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan.
- 3) Mengembangkan produk dengan keistimewaan yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.
- 4) Mengembangkan sistem dan proses yang memungkinkan organisasi untuk menghasilkan keistimewaan tersebut.
- 5) Menyebarkan rencana pada level operasional.

b. Pengendalian Kualitas

Pengendalian kualitas meliputi langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Menilai kinerja aktual kualitas.
- 2) Membandingkan kinerja dengan tujuan.
- 3) Bertindak berdasarkan perbedaan antara kinerja dan tujuan.

c. Perbaikan Kualitas

Perbaikan kualitas harus dilakukan secara *on-going* atau terus-menerus. Langkah-langkah yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

- 1) Mengembangkan infrastruktur yang diperlukan untuk melakukan perbaikan kualitas.
- 2) Mengidentifikasi bagian-bagian yang membutuhkan perbaikan dan melakukan proyek perbaikan.
- 3) Membentuk suatu tim proyek yang bertanggung jawab dalam menyelesaikan setiap proyek perbaikan.

- 4) Memberikan tim-tim tersebut apa yang mereka butuhkan agar dapat mendiagnosis masalah guna menemukan solusi, dan melakukan pengendalian yang akan mempertahankan keuntungan yang diperoleh.

Juran juga mengemukakan bahwa terdapat tiga langkah dasar yang harus diambil perusahaan bila mereka ingin mencapai kualitas Tingkat dunia yang dikenal dengan *Juran's Three Steps to Progress* (Juran) yaitu:

- 1) Mencapai perbaikan terstruktur atas dasar kesinambungan yang dikombinasikan dengan dedikasi dan keadaan yang mendesak.
- 2) Mengadakan program pelatihan secara luas.
- 3) Membentuk komitmen dan kepemimpinan pada tingkat manajemen yang tinggi.

Berdasarkan definisi di atas, maka kualitas pelayanan adalah sesuatu yang lebih fleksibel, sehingga setiap perubahan yang terjadi dapat memengaruhi kualitas pelayanan. Hal ini tentunya membutuhkan strategi dalam membuat perubahan dan peningkat kualitas layanan seperti melakukan survei atau *review* dari pelanggan atas pelayanan yang diterima.

Berikut ciri-ciri pelayanan yang baik menurut Kasmir (2005):

- 1) Selalu bertanggung jawab kepada setiap pelanggan atau pengunjung sejak awal hingga selesai.
- 2) Mampu melayani secara cepat dan tepat.
- 3) Mampu berkomunikasi.
- 4) Mampu memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
- 5) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
- 6) Berusaha memahami kebutuhan pelanggan atau pengunjung.
- 7) Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan atau pengunjung.

Kualitas pelayanan sendiri memiliki beberapa definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli. Namun dari beberapa definisi yang dikemukakan terdapat beberapa kesamaan yakni :

- 1) Kualitas merupakan usaha untuk memenuhi harapan pelanggan.
- 2) Kualitas merupakan kondisi mutu yang setiap saat mengalami perubahan.
- 3) Kualitas mencakup proses, produk, barang, jasa, manusia, dan lingkungan.
- 4) Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan proses, produk, barang, jasa, manusia, dan lingkungan yang memenuhi harapan.

5. *Shared Services Center (SSC)*

Shared Service Center (SSC) merupakan konsolidasi dari beberapa fungsi, aktivitas, layanan, dan sumber daya ke dalam satu unit yang berdiri sendiri (Schulman, D. S., Dunleavy, J. R., Harmer, M. J. and Lusk). Berdasarkan pengertian dari *SSC*, maka fungsi utama *SSC* adalah sebagai pusat unit pelayanan. Sehingga bidang ini tentunya membutuhkan otomatisasi dan integrasi keseluruhan bagian proses bisnis perusahaan. Oleh karena itu, *SSC* memerlukan dukungan dari sistem *ERP (Enterprise Resource Planning)* dalam proses otomatisasi dan integrasinya seperti aplikasi Oracle.

a. Prasyarat *Shared Services*

Menurut Schulman, keberhasilan *Shared Services* tidak terlepas dari prasyarat optimal yang perlu ada. Prasyarat tersebut meliputi:

- 1) Fungsi yang sifatnya transaksional, volume transaksi yang tinggi, sifat pekerjaan *simple* dan berulang, serta merupakan *back-end function*.
- 2) Terciptanya iklim kompetisi untuk mendorong biaya yang makin rendah/efisiensi.
- 3) Standardisasi proses bisnis dalam rangka menjaga kualitas pelayanan.
- 4) Penyiapan IT sebagai *enabler Shared Services*.
- 5) Perubahan peraturan untuk mengakomodasi aspek penganggaran dan aspek pertanggungjawaban dan akuntabilitas dalam *Shared Services*, termasuk pengaturan pengukuran kinerja *Shared Services* melalui capaian *service level outcome*.

b. Definisi dan Model *Shared Services*

Shared Services adalah penyatuan berbagai fungsi dan kegiatan yang bukan fungsi dan kegiatan utama, yang dilakukan oleh unit-unit pada suatu organisasi dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas dan pelayanan (Schulman dkk). Fungsi tertentu dalam suatu organisasi dapat di-*Shared Services*-kan, apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

- 1) Proses transaksional.
- 2) Adanya potensi pekerjaan yang dapat distandardisasi.
- 3) Volume transaksi yang tinggi.
- 4) Sifat pekerjaan yang sederhana dan berulang.
- 5). Bersifat *high-cost* karena adanya duplikasi.

Berdasarkan kriteria tersebut, fungsi organisasi yang bisa di-*Shared Services*-kan meliputi fungsi kepegawaian, fungsi keuangan, dan fungsi teknologi informasi, serta fungsi tertentu lain. Pada pelayanan tradisional, fungsi *back office* terdapat pada seluruh unit bisnis dalam suatu organisasi. Sementara itu, pada model pelayanan *Shared Services* fungsi pendukung *back office* dilaksanakan oleh *Shared Services Center (SSC)* dan unit bisnis berkonsentrasi untuk melaksanakan fungsi primer.

Dalam model *Shared Services*, terdapat unit yang berperan menjadi penyedia layanan (*provider*), serta unit lainnya sebagai pelanggan (*client/customer*). Unit penyedia layanan serta unit pelanggan terikat dalam suatu kontrak yang menyampaikan jaminan taraf pelayanan yang dapat diharapkan (*Service Level Agreement*) dan unit pelanggan akan dikenakan biaya atas penggunaan layanan tersebut (Burns, Timothy J. dan Yeaton 2008). Dengan model pendekatan seperti ini, dimungkinkan bagi unit pelanggan untuk berpindah ke penyedia layanan lain yang lebih baik. Oleh karena itu, unit penyedia layanan dituntut untuk memberikan layanan yang terbaik dengan biaya yang kompetitif. Unit penyedia layanan *Shared Services* atau disebut dengan *Shared Services Center (SSC)* atau *Shared Services provider* pada umumnya terpisah dari struktur manajemen pusat dan mempunyai kewenangan independen. Dalam model *Shared Services*, struktur manajemen pusat mempunyai tugas membuat kebijakan, unit kerja/satuan kerja bertugas melaksanakan tugas/fungsi utama organisasi (*core business*) dan *SSC* bertugas melaksanakan fungsi pendukung (*supporting activity*).

c. Faktor-Faktor Kesuksesan Penerapan *SSC*

Menurut Dr. CJ McNair, terdapat tiga faktor dalam memengaruhi kesuksesan penerapan *SSC*, yaitu:

- 1) Strategis, yaitu meliputi:
 - a) Keselarasan antara strategi dengan tujuan entitas gabungan.
 - b) Kepemimpinan yang tegas dan berkomitmen.
 - c) Tingkat perencanaan yang efektif.
 - d) Pengembangan seperangkat prinsip panduan yang jelas.
 - e) Menciptakan tonggak kinerja.

- 2) Taktis, yaitu meliputi:
 - a) Mobilisasi cepat.
 - b) Fokus detail.
 - c) Analisis umum dan kerangka pengambilan Keputusan.
 - d) Fokus pelanggan.
 - e) Harapan praktis.
- 3) Manusia, yaitu meliputi:
 - a) Komunikasi yang efektif dengan para pegawai dan pelanggan.
 - b) Sebuah struktur tim yang disiplin.
 - c) Koordinasi dengan tim integrasi *merger* (studi sinergi).
 - d) Mekanisme perubahan.
 - e) Inisiatif pelatihan komprehensif.
 - f) Mekanisme transfer ilmu pengetahuan.
- d. Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan Penerapan SSC

Menurut Dr. CJ McNair, implementasi struktur SSC rentan terhadap masalah seperti upaya perubahan besar lainnya. Beberapa alasan mengapa implementasi layanan bersama gagal meliputi:

- 1) Kekurangan juara eksekutif yang kuat.
- 2) Memusatkan fungsi tanpa menciptakan jiwa wiraswasta dan tanpa beroperasi seperti bisnis.
- 3) Menentukan biaya garis dasar yang tidak memadai, manfaat yang dicapai dengan buruk, dan sumber daya yang salah arah.
- 4) Terlibat secara tidak memadai atau gagal dalam melibatkan dan memotivasi personel berpengalaman untuk menggunakan praktik terbaik yang mereka tunjukkan.
- 5) Gagal mengatasi paradigma seperti terjebak dalam struktur, proses, dan manfaat lama.
- 6) Gagal untuk menciptakan lingkungan tim yang memelihara rasa kepemilikan dalam melaksanakan SSC.
- 7) Kehilangan fokus pada peningkatan berkelanjutan dalam waktu siklus, biaya unit, tingkat kerusakan, dan peluang layanan, dengan demikian gagal mencapai berbagai manfaat dan layanan pelanggan dari SSC.
- 8) Gagal menetapkan dan/atau menentukan ukuran kinerja dan perjanjian tingkat layanan, yang mengakibatkan ketidakmampuan untuk mencapai

nilai penuh dari struktur *SSC*.

- 9) Gagal mempertimbangkan untuk pindah ke struktur *SSC* sebagai upaya kritis dan gagal untuk membangun dan mempertahankan rasa urgensi untuk transisi.

e. Karakteristik *SSC*

Atribut yang menjadi ciri *SSC* diantaranya berorientasi di proses, memanfaatkan investasi teknologi, dan berfokus pada layanan kepada mitra bisnisnya (Schulman, dkk. 1999). Lebih lanjut, terdapat empat ciri yang secara lebih kongkret menggambarkan jenis operasi *SSC*, yaitu adanya intensitas transaksi, fokus pada nilai tambah, standardisasi proses, dan terakhir, otomatisasi. Apa yang terutama membedakan *SSC*, dan apa yang membedakannya dari fungsi pendukung terpusat biasa, ada tiga hal.

Menurut Schulman, dkk. Pertama, ada fokus pada kemitraan yaitu *SSC* bekerja sama dengan unit bisnis di sekitarnya, pelanggannya, dan dengan demikian melakukan sesuatu 'dengan' mereka, dan bukan 'kepada' mereka. Kedua, layanan yaitu konsepsi kunci di mana *SSC* menjalankan bisnisnya hanya dalam menyediakan layanan, bukan menjalankan *control* atas nama perusahaan induk, yang dapat terjadi dalam lingkungan terpusat di mana fungsi administrasi bisnis merupakan bagian dari kegiatan kantor pusat. Hal ini sejalan dengan karakteristik pembeda ketiga, yaitu kemerdekaan. Di mana *SSC* bertindak sebagai unit bisnis *independent* tempat pelanggannya membeli layanan. Hubungan tersebut sejalan dengan konsep *outsourcing*, dan konsekuensinya, pengertian tentang *insourcing* telah diciptakan, menggambarkan jenis operasi layanan bersama.

Karakteristik *SSC* berhubungan dengan efisiensi, manfaat, dan efektivitas. Misalnya penyatuan sumber daya, pemanfaatan teknologi dan skala ekonomi meningkatkan efisiensi, sedangkan penciptaan proses standar, berbagi keahlian dan peningkatan tingkat layanan terkait dengan masalah efektivitas. Namun, dengan pembentukan *SSC*, seperti dalam situasi apa pun peran perubahan organisasi dalam bisnis diubah, dan karenanya, perusahaan harus secara aktif mengelola individu dan harapan mereka untuk mencapai manfaat yang dicari. Dalam proses manajemen perubahan ini, kepemimpinan yang kuat adalah kuncinya, dan perangkat yang sangat penting adalah pembuatan garis besar dan penggunaan sistem control manajemen, topik yang

dieksplorasi lebih lanjut dalam kerangka acuan teoretis (Schulman, dkk. 1999).

f. Manfaat Implementasi *Shared Services*

Tujuan utama sebuah organisasi menerapkan *Shared Services* yaitu untuk mewujudkan efisiensi biaya. Namun, jika dilihat lebih dalam lagi, alasan suatu organisasi menerapkan *Shared Services* dapat dilihat dari dua motif, yaitu:

- 1) Motif Ekonomi merupakan motif yang ditujukan untuk penghematan biaya dan efisiensi. *Shared Services* dapat mengurangi belanja yang diakibatkan oleh pelayanan dan duplikasi sistem dalam suatu organisasi.
- 2) Motif Strategis merupakan motif yang ditujukan untuk peningkatan dan inovasi dalam organisasi dengan memperbaiki kecepatan, fleksibilitas, dan *responsiveness* pada pelayanan.

Manfaat penerapan *Shared Services* pada sebuah organisasi dapat langsung dirasakan (*tangible*) dan juga tidak langsung (*intangible*). Menurut Van der Linde, Boessenkool, dan Jooste (2006) dalam menguraikan manfaat langsung dan tidak langsung dari *Shared Services* sebagai berikut:

- 1) Manfaat langsung (*tangible*) yaitu penghematan biaya, peningkatan modal kerja (*working capital*), peningkatan produktivitas, peningkatan pelayanan yang lebih profesional, peningkatan nilai perusahaan atau organisasi, dan dapat menghasilkan konsolidasi dan standardisasi transaksi sehingga meningkatkan skala ekonomi.
- 2) Manfaat tidak langsung (*intangible*) yaitu menciptakan tim yang termotivasi untuk memberikan dukungan yang konsisten, andal, dan hemat biaya, menghubungkan pelanggan internal dan eksternal, mengenalkan pendekatan “satu perusahaan”, dan membuat proses transformasi menjadi lebih mudah.

Shared Services berpotensi menyediakan efisiensi yang sangat besar dan penghematan biaya yang signifikan. Namun demikian, perlu diperhatikan bahwa *Shared Services* adalah *long-term game* yang memerlukan periode yang lebih panjang untuk merealisasikan manfaat termasuk efisiensi. Curry (2014) menyatakan “*Shared Services is not a short-term efficiency measure*”. Tantangan *Shared Services* juga mencakup inovasi dan jangka waktu yang panjang yang disyaratkan untuk merealisasikan manfaat penuh dari efisiensi biaya. Bukti empiris yang menunjukkan pengalaman sektor publik yang

melaporkan penghematan signifikan atas penerapan *SSC* seperti pemerintah Queensland di Australia yang menghemat AU\$10 juta pada tahun pertama implementasi *SSC* (Burns, Timothy J. dan Yeaton, 2008).

Menurut Dr. CJ McNair, tujuan *SSC* bergantung pada kemampuan untuk memanfaatkan pengetahuan, teknologi, atau spesialisasi yang ada atau potensial dalam organisasi. *SSC* yang dirancang, diterapkan, dan dikelola dengan baik dapat memberikan berbagai manfaat bagi organisasi yang mengadopsi. Sisi negatifnya, pengeluaran modal yang besar sering kali diperlukan untuk membangun lokasi fisik, memasang sistem telekomunikasi dan data, dan merelokasi karyawan ke staf pusat. Manfaat lain dari penerapan *SSC* meliputi:

- 1) Menerapkan *SSC* sebagai bisnis sendiri dalam menciptakan insentif yang kuat untuk fokus pada pelanggan dan kualitas layanan.
- 2) Proses standardisasi dan integrasi teknologi dapat membantu memastikan data yang andal dan dikelola secara efisien.
- 3) Pengintegrasian teknologi dan proses standardisasi memungkinkan akses yang lebih efisien ke data dan implementasi konsep data *warehousing*.
- 4) Orientasi pelanggan yang tinggi dan keunggulan teknologi terintegrasi memastikan laporan yang disesuaikan yang memenuhi kebutuhan manajemen.
- 5) Mengkonsolidasikan sumber daya sehingga memungkinkan perencanaan beban kerja yang efisien dan optimalisasi kapasitas secara keseluruhan.
- 6) Penerapan *SSC* secara signifikan akan mengurangi ketegangan antara personel pendukung dan personel garis depan.
- 7) Unit bisnis dapat fokus pada peningkatan kinerja di area bisnis inti masing-masing dan redundansi dalam entri data dan proses lain yang tidak memiliki nilai tambah dapat dihilangkan.

Berdasarkan uraian di atas, manfaat dari implementasi *SSC* berhubungan kembali dengan bisnis yang mendasarinya. Seperti, biaya berkurang karena layanan yang berlebihan dan sistem terkait serta biaya orang dihilangkan dan entri data yang berlebihan serta pekerjaan yang tidak menambah nilai berkurang.

6. Tahap-tahap Implementasi SSC

a. Menilai Kelayakan

Pada fase ini sebagian besar organisasi memulai studi kelayakan tanpa visi yang jelas. Pada fase ini harus mengembangkan visi yang jelas dan menentukan bagaimana proses pekerjaan dapat dibagi antara bisnis lokal SSC atau agen *sourcing*.

- 1) Definisikan *baseline* dan visi, melalui:
 - a) Ciptakan visi bersama.
 - b) Kembangkan garis dasar.
- 2) Temukan model pemberian layanan
 - a) Tentukan pemisahan proses.
 - b) Pertimbangkan masalah teknologi.
 - c) Mendefinisikan tingkat tinggi struktur organisasi.
 - d) Lakukan analisa lokasi.
 - e) Tinjau potensi agen *outsourcing*.
- 3) Finalisasi strategi dan kembangkan analisis biaya dan manfaat
 - a) Mampu menilai situasi.
 - b) Mengembangkan peta proyek jalan level tertinggi.
 - c) Melakukan analisis biaya dan manfaat.
 - d) Menentukan sebuah strategi komunikasi.
 - e) Keputusan untuk pergi dan jangan pergi.

b. Desain

Pada tahap ini, perlu untuk membangun gambaran rinci tentang proses masa depan, siapa yang melakukan, apa yang dilakukan, dan bagaimana caranya.

- 1) Mengembangkan kerangka kerja yang jelas
 - a) Temukan ruang lingkup yang jelas.
 - b) Kembangkan sebuah proyek dokumen inisiasi.
 - c) Memperbaiki visi bersama.
- 2) Membuat struktur proyek dan membangun tim
 - a) Membentuk struktur tim.
 - b) Menerapkan manajer proyek yang terampil.
 - c) Mendatangkan orang yang tepat.
 - d) Identifikasi direktur SSC *onboard* sejak awal.

- 3) Mengembangkan rencana yang komprehensif
 - a) Rencanakan secara efektif.
 - b) Kelola risiko.
 - c) Pantau kemajuan.
 - d) Mengukur manfaat.
- 4) Mulai mengaktifkan perubahan
 - a) Fokus pada faktor penentu keberhasilan.
 - b) Identifikasi pemangku kepentingan.
 - c) Libatkan pemangku kepentingan dan mengomunikasikan perubahan.
 - d) Atasi resistensi.
- 5) Proses
 - a) Buat desain proses.
 - b) Tentukan desain prioritas.
 - c) Kembangkan proses rinci desain.
 - d) Menilai hukum dan dampak regulasi.
 - e) Jelaskan teknis persyaratan.
 - f) Siapkan bisnis strategi kontinuitas dan rencana.
- 6) Teknologi
 - a) Menerapkan atau mengkonsolidasikan.
 - b) Terkait *ERP* atau *ERP* sistem.
 - c) Menerapkan memungkinkan teknologi.
- 7) Organisasi
 - a) Kembangkan model operasi.
 - b) Tentukan akuntansi pendekatan.
 - c) Mendefinisikan struktur hukum.
 - d) Review perbankan dan pengaturan perbendaharaan.
 - e) Tentukan dampak pajak dari model operasi.
 - f) Bangun tim.
- 8) Analisis lokasi yaitu menentukan lokasi *SSC*. Desain fisik dan infrastruktur teknis.
- 9) Kembangkan perjanjian layanan singkat dan ukuran kinerja.
- 10) Mengembangkan tata kelola struktur.

c. Bangun dan uji

Pada tahap ini membutuhkan integrasi yang erat antara desain proses alat teknologi yang mendukung dan pengguna yang mengoperasikan *SSC* sehari-hari.

1) Proses

- a) Buat detail peta proses.
- b) Kembangkan dokumenasi.

2) Teknologi

- a) Bangun kebiasaan program dan antarmuka.
- b) Siapkan data untuk konversi.
- c) Uji semua komponen.
- d) Menerapkan teknis infrastruktur.

3) Organisasi atau SDM

- a) Lakukan pelatihan.
- b) Bangun organisasi dan merekrut personil *SSC*.
- c) Buat sistem pendukung.
- d) Melaksanakan fisik infrastruktur.
- e) Menyelesaikan hubungan antara *SSC* dan bisnis lainnya.

d. Menerapkan dan luncurkan

Tahap ini adalah saat memastikan solusi yang diterapkan benar-benar berfungsi, bisnis dalam keadaan siap untuk transisi, dikelola dan dikendalikan.

1) Kembangkan transisi yang jelas

- a) Tentukan transisi pendekatan.
- b) Tentukan migrasi strategi.
- c) Pilih seorang pilot.
- d) Buatlah rencana peluncuran secara total atau implementasi bertahap.

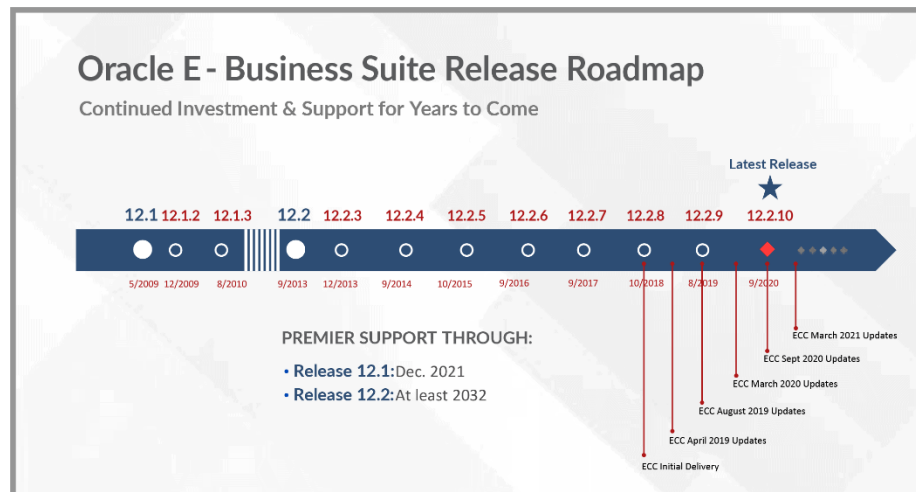
2) Ubah manajemen dan kelola komunikasi

- a) Menilai dampak.
- b) Kelola pekerjaan yang hilang.
- c) Kembangkan komunikasi.
- d) Perluas pelatihan ke bisnis lokal.
- e) Berkomunikasi dengan cepat dan menangkan.
- f) Pertahankan kualitas para karyawan.

- 3) Transfer pengetahuan
 - a) Menerapkan pekerjaan bayangan.
 - b) Mendapat dukungan paska migrasi.
 - 4) Kelola transisi untuk setiap bisnis
 - a) Menerapkan kriteria “*Go-Live*”.
 - b) Paling pertama lengkapi penutupan akhir bulan.
 - 5) Kelola hubungan dengan mitra bisnis
 - a) Menandatangani SLA.
 - b) Memulai layanan pengelolaan pemerintahan.
- e. Optimalkan
- Mendirikan *SSC* bukanlah akhir perjalanan, selalu ada peluang baru mengoptimalkan praktik kerja. Dengan berfokus pada peningkatan berkelanjutan dan secara berkala menilai kembali model layanan bersama serta memastikan untuk terus menuai manfaat untuk tahun-tahun mendatang.
- 1) Menjalankan peta kinerja benchmark
 - 2) Proses
 - a) Membangun peningkatan kemampuan.
 - b) Lakukan kunjungan *LBU* (*Local Business Unit*) secara teratur.
 - c) Merancang ulang proses yang singkat.
 - d) Memperbaiki kebijakan dan proses.
 - e) Memperluas cakupan dan *foodprint SSC*.
 - 3) Teknologi
 - a) Perbaiki sistem control dan konfigurasi.
 - b) Menyederhanakan pelaporan.
 - c) Otomatisasi.
 - 4) Organisasi atau SDM
 - a) Bangun terus-menerus komunikasi strategi.
 - b) Pantau perubahan peran keuangan *LBU*.
 - c) Mengoptimalkan model sumber daya.
 - d) Memotivasi dan mempertahankan para karyawan.
 - e) Identifikasi dan kembangkan keterampilan karyawan *SSC*.
 - f) Perbarui *SLA* dan model harga.
 - g) Pengoptimalan lokasi globalisasi dan *outsourcing*.

7. Oracle *E-Business Suite*

Oracle *E-Business Suite* merupakan aplikasi yang mendukung evolusi model bisnis saat ini, meningkatkan efisiensi, dan memenuhi kebutuhan pengguna seluler modern. EBS, juga dikenal sebagai Oracle *Enterprise Resource Planning (ERP)*, Oracle *Apps*, Oracle *Applications*, dan Oracle *Financials*, adalah kumpulan aplikasi bisnis *on-premise* yang komprehensif untuk mengelola serta mengotomatisasi proses perusahaan. Produk ini dikenal sebagai rangkaian aplikasi bisnis global yang terintegrasi dengan lengkap, menawarkan portofolio intelijen bisnis terintegrasi, *platform* bisnis global yang dapat disesuaikan, dan strategi aplikasi yang berorientasi pada kebutuhan pelanggan.



Gambar 2.1

EBS Roadmap

Sumber: Optima Data Internasional, 2022

Berdasarkan Gambar 2.1, Oracle menerapkan konsep "Inovasi Berkelanjutan" pada rilis Oracle *E-Business Suite* 12.2, memberikan pembaruan aplikasi dan teknologi dasar secara berkelanjutan tanpa memerlukan peningkatan besar. Selain itu, rilis ini merupakan versi dukungan jangka panjang untuk Oracle *E-Business Suite*. Berikut beberapa jenis modul yang umumnya ditemukan pada sistem Oracle di Indonesia, antara lain:

a. Modul *FI (Finance)*

Oracle *General Ledger* menyediakan pemrosesan keuangan yang sangat otomatis. Dapat mengimpor dan memposting 42 juta baris jurnal per jam, menjadikannya buku besar umum tercepat dan paling terukur di pasar. Oracle

juga menyediakan alat untuk kontrol manajemen yang efektif dan visibilitas *real-time* pada hasil keuangan. yang dibutuhkan perusahaan untuk memenuhi kepatuhan keuangan dan meningkatkan laba.

b. Modul *PC (Purchasing)*

Oracle *Purchasing* merupakan aplikasi yang dirancang khusus untuk para pembeli profesional dengan tujuan menyederhanakan proses pesanan pembelian dan memperkuat kepatuhan terhadap kebijakan. Untuk mencapai kinerja pengadaan kelas dunia harus memanfaatkan teknologi untuk mengotomatisasi tugas-tugas rutin. Dengan mengotomatisasi pembelian, Oracle *Purchasing* tidak hanya meningkatkan produktivitas pembeli, tetapi juga memungkinkan karyawan fokus pada tugas strategis terkait sumber daya dan manajemen pemasok. Aplikasi ini memberikan akses ke penyimpanan yang kaya akan kebijakan dan informasi pemasok, dan *platform* otomatisasi tingkat perusahaan.

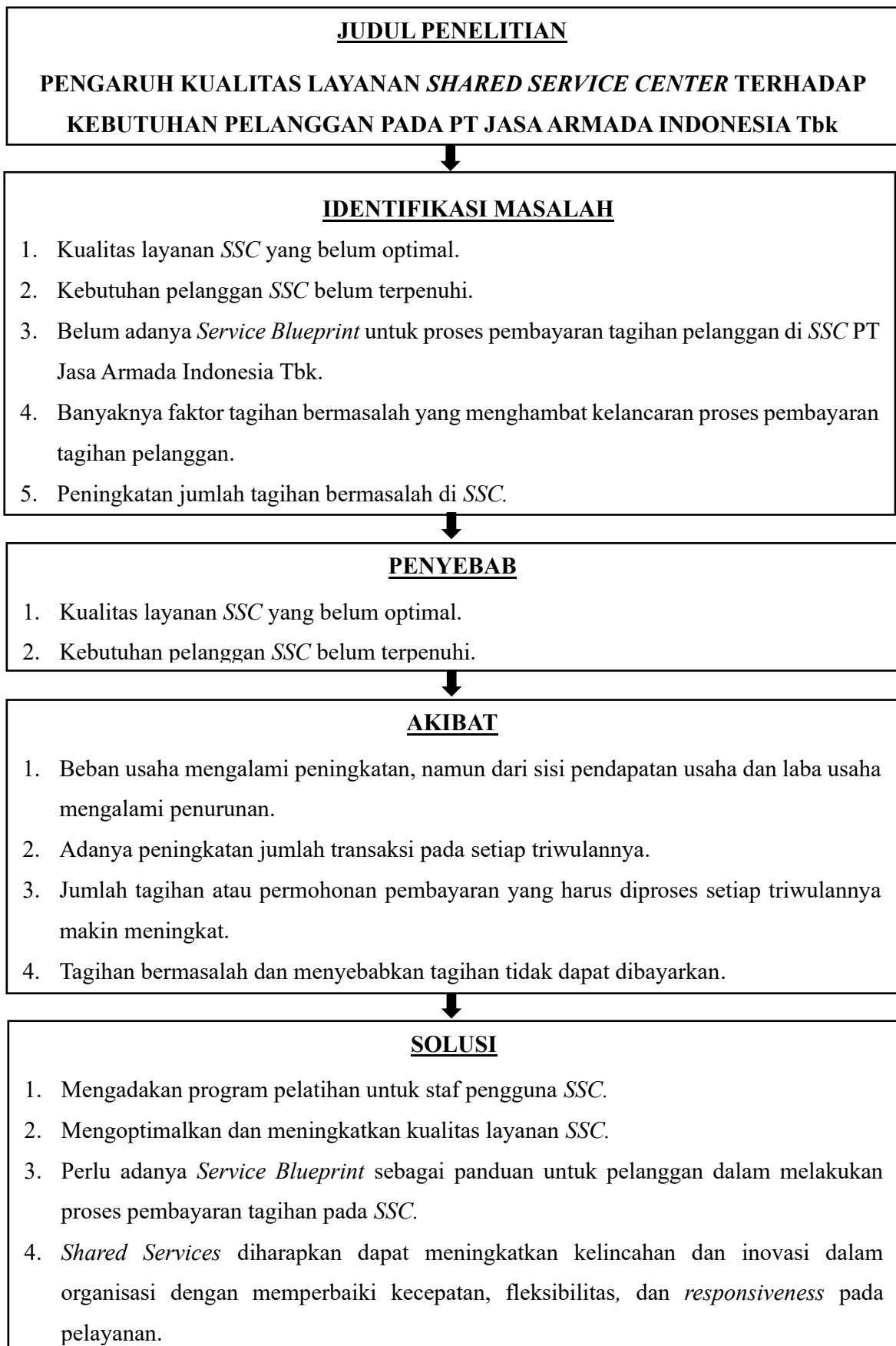
c. Modul *HCM (Human Capital Management)*

Modul ini berfungsi untuk meningkatkan produktivitas dan mempercepat kinerja bisnis. Manajemen Sumber Daya Manusia *E-Business Suite* Oracle memungkinkan pengguna merancang fondasi global untuk data SDM dan proses bisnis yang lebih baik. *E-Business Suite Human (HCM)* menghadirkan serangkaian fungsionalitas sumber daya manusia terbaik di kelasnya yang memungkinkan pengguna meningkatkan produktivitas, mempercepat kinerja bisnis, dan menurunkan biaya kepemilikan.

d. Modul *MM (Manufacturing Management)*

Oracle *Process Manufacturing* memastikan konsistensi manufaktur sepanjang siklus produksi dengan memberikan kontrol yang ketat atas bahan dan proses, diimbangi dengan fleksibilitas untuk merespons perubahan kondisi pabrik. Oracle *Process Manufacturing* adalah bagian dari Oracle *E-Business Suite*, kumpulan aplikasi terintegrasi yang dirancang untuk bekerja bersama.

C. KERANGKA PEMIKIRAN



D. HIPOTESIS

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara dari masalah yang diteliti berdasarkan kajian teori dan kerangka pikir yang sudah dibuat. Hipotesis dibedakan menjadi 2 (dua) yakni hipotesis alternatif/ asli (H_a) dan hipotesis observasi (H_o).

Sesuai dengan kerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas, model pendekatan layak untuk menjelaskan pengaruh kualitas layanan *Shared Service Center* terhadap kepuasan pelanggan PT Jasa Armada Indonesia Tbk. Maka dari itu hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:



H_0 : Tidak ada pengaruh kualitas layanan *SSC* terhadap kebutuhan pelanggan

H_a : Ada pengaruh kualitas layanan *SSC* terhadap kebutuhan pelanggan

E. TINJAUAN EMPIRIS

Beberapa penelitian terdahulu telah melakukan kajian untuk menganalisis dan upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dan juga mengenai pelayanan *SSC*. Hasil penelitian tersebut terangkum dalam tabel sebagai berikut ini:

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Hasil Penelitian
1.	Riska Nurmarlia	Evaluasi Penerapan <i>Shared Service Center</i> : Studi pada Perusahaan Pipa Minyak	2015	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa perusahaan berhasil mencapai penghematan dan efisiensi sejak dibentuknya <i>SSC</i> melalui relokasi serta penghilangan duplikasi.

2.	Suraya Miskon, Wasana Bandara, Erwin Fielt	<i>Understanding Shared Services: An Exploration of the IS Literature</i>	2009	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Layanan bersama dianggap paling sesuai untuk fungsi pendukung, dan diadopsi secara luas dalam Manajemen Sumber Daya Manusia, Keuangan dan Akuntansi serta baru-baru ini digunakan di seluruh fungsi Sistem Informasi.
3.	Martina Davidsson	<i>Shared Service Centers, A successful Solution for Swedish Companies</i>	2005	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tujuan utama penerapan <i>Shared Service Centers (SSC)</i> adalah penghematan biaya. Tugas yang sulit bagi manajemen, terkait penerapannya, dan menyakinkan staf tentang keuntung berubah menjadi SSC.
4.	Hai Wang	<i>Performance Analysis for Shared Services</i>	2007	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa salah satu aspek penting untuk layanan bersama yang berhasil adalah mempertahankan tingkat layanan dan waktu respons yang ditentukan untuk setiap organisasi individu

BAB III

METODE PENELITIAN

A. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN

1. Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian pengaruh kualitas layanan SSC terhadap kebutuhan pelanggan di PT Jasa Armada Indonesia Tbk, pada waktu praktek darat (Prada) selama kurang lebih 6 (enam) bulan terhitung mulai 01 Februari sampai dengan 01 Agustus 2023.

2. Tempat Penelitian

Adapun tempat penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Penulis mengambil tempat penelitian PT Jasa Armada Indoneisa Tbk. Data kantor PT Jasa Armada Indoneisa Tbk adalah sebagai berikut:

Nama : PT Jasa Armada Indonesia Tbk
Alamat : Ciputra Citra Tower, Jl. Benyamin Suaeb, Lt.21 RT. 13/RW.6,
Kebon Kosong, Kecamatan Kemayoran, Kota Jakarta Pusat, DKI
Jakarta 10630.
Telepon : (021) 430 6789
Faksimal : (021) 430 6789

B. METODE PENELITIAN

Menurut Dr. Ani Purwati (2020), Penelitian merupakan penyelidikan yang dilakukan secara terstruktur untuk meningkatkan pengetahuan manusia. Proses ini melibatkan identifikasi dan pemeriksaan fakta atau masalah dengan tujuan memperoleh wawasan atau menemukan solusi yang sesuai. Pendekatan sistematis digunakan ketika seorang peneliti mengikuti metode ilmiah tertentu. Sesuai dengan yang dijelaskan oleh Dr. Muhammad Ramdhan (2021), metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pengertian lainnya, menurut Purba (2021), menyebutkan bahwa metode penelitian adalah cara atau teknik yang disusun secara terstruktur yang digunakan oleh

peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi dalam konteks penelitian yang disesuaikan dengan subjek atau objek yang diteliti.

Dalam penelitian ini, pendekatan yang diterapkan adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), penelitian kuantitatif merupakan sebuah pendekatan penelitian yang bersumber dari filsafat positivisme. Hal ini dianggap sebagai metode ilmiah karena mematuhi prinsip-prinsip ilmiah secara konkret dan berdasarkan pengalaman empiris, objektif, dapat diukur, rasional, dan sistematis. Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Sedangkan, menurut Saragih (2021) metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

C. SUMBER DATA

Sumber data merujuk kepada tempat atau asal-usul di mana data diperoleh. Sumber data diperlukan untuk mendukung pelaksanaan penelitian dan sekaligus memastikan keberhasilan. Dalam konteks ini, data yang diperlukan dalam penelitian berasal dari dua sumber utama, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dengan menggunakan kuesioner (angket) kepada responden (pengguna). Sumber primer adalah sumber data yang secara langsung menyediakan informasi kepada peneliti sebagai penerima data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi lapangan secara langsung. Pengguna *Platform Shared Service Center (SSC)* menjadi sumber data primer dalam penelitian ini.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau melalui perantara. Sumber data sekunder tidak memberikan data secara langsung kepada peneliti, misalnya melalui dokumen atau orang lain. Sumber data sekunder dalam penelitian ini mencakup berbagai referensi seperti buku-buku, skripsi, jurnal, dan dokumen-dokumen terkait yang mendukung proses penelitian

mengenai "Pengaruh Kualitas Layanan *Shared Service Center (SSC)* terhadap Kebutuhan Pelanggan pada PT Jasa Armada Indonesia Tbk.

D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Informasi dan data yang diperlukan untuk penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data berikut:

1. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan agar peneliti dapat menguasai teori maupun konsep dasar yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti. Studi ini dilakukan dengan membaca dan mempelajari beberapa referensi seperti literatur laporan-laporan ilmiah, serta tulisan ilmiah lain yang dapat mendukung terbentuknya landasan teori, sehingga dapat digunakan sebagai landasan yang kuat dalam analisis penelitian.

2. Observasi

Metode ini dilakukan dengan tujuan untuk mencari, melihat kemudian mencatat secara sistematis tentang hal-hal yang sesuai dengan topik yang diteliti.

3. Kuesioner (Angket)

Kuesioner disebut dengan angket yang merupakan suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi atau mengajukan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (Herlina, 2019). Metode dengan memberikan sejumlah pertanyaan tertulis terstruktur kepada responden mengenai tanggapan mereka terhadap berbagai variabel yang diteliti (Muchlis, Christian, & Sari, 2019).

Pada penelitian ini, kuesioner atau angket diberikan kepada staf SSC PT Jasa Armada Indonesia Tbk, pengguna jasa (pelanggan) *Shares Service Center (SSC)*, dan penyedia jasa. Setiap kuesioner yang disebar kepada responden terdiri dari dua bagian pertanyaan, yaitu:

- a. Bagian pertama berisi 8 pertanyaan mengenai kualitas layanan SSC.
- b. Bagian kedua berisi 8 pertanyaan mengenai kebutuhan pelanggan.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau masyarakat terhadap fenomena sosial (Bahrin, Alifah, & Mulyono, 2017). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert 5 poin. Menurut (Hartanto, 2017) kelebihan instrumen angket yang menggunakan skala likert dengan lima skala yaitu kuesioner tersebut mampu menampung jawaban

netral responden atau ragu. Hal ini tidak ditemukan pada skala lima poin dimana jawaban yang bersifat netral atau ragu-ragu dihilangkan dalam kuesioner. Dengan menggunakan skala likert maka variabel-variabel yang akan diukur dimensinya diterjemahkan ke dalam variabel. Kemudian dimensi dibuat sebagai pembanding, susunlah item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Tabel 3.1
Skala Likert

No.	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (ST)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Setiap pilihan jawaban diberi skor dan responden harus menggambarkan atau menjelaskan pemilihan jawaban mereka. Berdasarkan skala Likert, variabel yang akan diukur dijelaskan menjadi indikator variabel. Selanjutnya, indikator-indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berguna dalam pertanyaan atau pernyataan. Skala penilaian untuk pernyataan diatur sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Penilaian Berdasarkan Skala Likert

No.	Keterangan	Skor Positif	Skor Negatif
1	Sangat Setuju (ST)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Kurang Setuju (KS)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

a. Kuesioner variabel X (Kualitas Layanan *SSC*)

Kuesioner variabel kualitas layanan *SSC* terdiri dari 8 butir pernyataan atau pertanyaan. Skala yang digunakan untuk variabel ini adalah skala Likert: 1-5. Kisi-kisi kuesioner variabel kualitas layanan *SSC* adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3

Kisi-kisi Instrumen variabel X

No.	Dimensi	Butiran Instrumen	
		Nomor butir	Jumlah butir
1.	Keandalan (<i>Reliability</i>)	1,2	2
2.	Bentuk Fisik (<i>Tangibles</i>)	3,4	2
3.	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	5,6	2
4.	Jaminan (<i>Assurance</i>)	7	1
5.	Empati (<i>Empathy</i>)	8	1
		Jumlah	8

b. Kuesioner variabel Y (Kebutuhan Pelanggan)

Kuesioner variabel kebutuhan pelanggan yang terdiri dari 8 butir pernyataan atau pertanyaan. Skala yang digunakan pada variabel ini adalah skala Likert: 1-5. Adapun kisi-kisi kuesioner variabel kontrak PKL sebagai berikut:

Tabel 3.4

Kisi-kisi Instrumen variabel Y

No.	Dimensi	Butiran Instrumen	
		Nomor butir	Jumlah butir
1.	Kepuasan pelanggan	9, 10, 11,12	4
2.	Ketersediaan layanan	13,14, 15,16	4
		Jumlah	8

E. POPULASI, SAMPEL, TEKNIK *SAMPLING*

Penelitian subjek penelitian dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling. *Purposive* sampling merupakan pengambilan sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti nantinya (Sugiyono, 2018). Untuk mendapatkan hasil dari analisis masalah, diperlukan topik yang menjadi tekni penelitian yang ditulis untuk mengumpulkan data dan informasi dengan menggunakan teknik subjek penelitian sebagai berikut:

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2010). populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian adalah pegawai PT Jasa Armada Indonesia Tbk, pengguna jasa PT Jasa Armada Indonesia Tbk, dan pihak pengadaan barang dan jasa PT Jasa Armada Indonesia Tbk

2. Sampel Jenuh

Menurut Sugiyono (2019) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Maka dari itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif atau mewakili.

Dalam penelitian ini populasi dan sampel jenuh yang diambil adalah seluruh pengguna *platform Shared Service Center (SSC)* yang jumlah populasi sebanyak 30 orang akan dijadikan sampel jenuh dalam penelitian ini, diantaranya 5 orang staf *SSC*, 17 orang pengguna jasa dan 8 orang penyedia jasa.

Menurut Sugiyono (2019), Sampling Jenuh adalah teknik pemilihan sampel apabila semua anggota populasi dijadikan sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik Sampling Jenuh, Dimana semua populasi dalam penelitian ini dijadikan sampel.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling dalam penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* yang masuk dalam kelompok *non probability sampling*. Kelompok *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik *purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama kepada seluruh anggota populasi, serta menetapkan tujuan tertentu pada sampelnya (Sugiyono, 2010). Karakteristik subjek yang ditetapkan sebagai kriteria sampel adalah pengguna layanan SSC PT Jasa Armada Indoneisa Tbk.

F. TEKNIK ANALISIS DATA

Menurut Sugiyono (2019), analisis dimulai dari merumuskan atau menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan dan berlanjut hingga penulisan hasil penelitian yang ditentukan berdasarkan diperolehnya data yang relevan.

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab perumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Dengan demikian Teknik analisis data yang diperlukan adalah sebagai berikut

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau melampirkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013:206). Analisa deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri responden dan variabel penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependen yang selanjutnya dilakukan pengklarifikasian terhadap jumlah skor dari kuisioner yang telah diperoleh dari responden.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban diberi nilai dari 1-5 yaitu:

- a. Sangat Setuju (SS) = Skor 5
- b. Setuju (S) = Skor 4
- c. Kurang Setuju (KS) = Skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) = Skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor 1

Dalam mengukur penelitian per responden menjawab mengenai seluruh item pernyataan variabel yang telah diberi bobot, dengan menggunakan rumus penilaian interval kelas rata-rata sebagai berikut :

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas Interval}}$$

Keterangan :

Rentang = Nilai Tertinggi – Nilai Terendah

Banyaknya kelas interval = 5

Berdasarkan rumus diatas, maka kita dapat menghitung panjang kelas interval sebagai berikut:

Tabel 3.5

Tabel Rata-rata Jawaban Responden

4,20-5,00	Sangat Baik (SB)
3,40-4,19	Baik (B)
2,60-3,39	Kurang Baik (KB)
1,80-2,59	Tidak Baik (TB)
1,00-1,79	Sangat Tidak Baik (STB)

Untuk menyusun skripsi ini, penulis menggunakan Teknik analisis data secara deskriptif kuantitatif, yaitu Teknik yang menganalisis data dengan cara menyampaikan data-data yang ada dengan sejelas-jelasnya beserta masalah yang ada di dalam skripsi ini.

2. Analisis Verifikatif

Analisis verikatif digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang mengungkapkan hubungan dan pengaruh antar variabel yang diteliti dengan menggunakan perhitungan statistik. Adapun alat verikatif yang digunakan adalah program SPSS 27.00.

3. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang diperoleh setelah penelitian adalah data yang valid atau tidak dari alat ukur (kuesioner). Menurut Sugiono (2019) Validitas adalah tingkat keakuratan antara data yang terjadi pada objek penelitian dan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.

Uji Validitas merupakan tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrument dapat dikatakan valid, artinya alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data tersebut valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sugiyono (2018) hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan ialah kuesioner atau angket. Untuk mencari validitas, harus mengkorelasikan skor dari setiap persoalan dengan skor total seluruh pertanyaan. Dalam mencari nilai korelasi, maka penulis menggunakan rumus Pearson Product Moment, dengan rumus sebagai berikut :

Rumus Validitas = Rumus Koefisien Korelasi

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2 - (\sum X)^2)] \cdot [n (\sum Y)^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor item instrument

ΣY = Jumlah total skor jawaban

ΣX^2 = Jumlah kuadrat skor item

ΣY^2 = Jumlah kuadrat total skor jawaban

ΣXY = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *SPSS* dengan membandingkan nilai r hitung dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n-2 dimana n adalah jumlah sampel.

Jika r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} maka data bisa dikatakan valid. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis butir.

Pengambilan keputusan :

- 1) Jika r hitung positif dan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka pernyataan penelitian tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika r hitung negatif dan $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka pernyataan penelitian tersebut dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019) reliabilitas adalah derajat konsistensi dan uji data atau temuan. karena datanya tidak reliabel, tidak dapat diproses lebih lanjut, yang dapat menimbulkan kesimpulan yang bias. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat menunjukkan seberapa jauh instrument dapat memberikan sebuah hasil yang konsisten walaupun pengukuran dilakukan lebih dari satu kali. Menurut Suharsimi Arikunto (2006) “reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data”. Pengujian reliabilitas instrumen dengan rentang skor 1-5 menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Adapun rumus yang dipakai dalam uji reliabilitas ini adalah :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\Sigma \sigma^2_b}{\sigma^2_t} \right]$$

Keterangan :

r_{ii} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\Sigma \sigma^2_b$ = Jumlah butir varian

σ^2_t = Varian total

Dengan *degree of freedom* (df) = (n-2) dan = 0,60 maka :

- 1) Jika nilai Cronbach's Alpha $\alpha > 0,60$ maka instrument memiliki realibilitas yang baik atau terpercaya.
- 2) Jika nilai Cronbach's Alpha $\alpha < 0,60$ maka instrument yang diuji tersebut adalah tidak reliabel.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

- 1) *Repeated measure* atau pengukuran ulang

Objek penelitian akan disodori soal yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah jawabannya sama atau tidak.

- 2) *One Shot* atau pengukuran sekali saja

Pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. *Software* SPSS menyediakan fasilitas ini dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 .

4. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan untuk tujuan menilai dan mengevaluasi data dalam suatu kelompok apakah berdistribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas ini dilakukan dengan menggunakan *statistic non parametric* dengan memakai metode *One-Sample Kalmohorov Smirnov* dengan pedoman pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Sig* atau Probabilitas $<$ dari $\alpha = 0,05$ maka sebaran data tidak berdistribusi normal.
- b. Jika nilai *Sig* atau Probabilitas $>$ dari $\alpha = 0,05$ maka sebaran data berdistribusi normal.

5. Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk menemukan hubungan atau keeratan suatu hubungan antar variabel yang mempengaruhi (*independent variable*) dengan variabel terikat atau yang dipengaruhi (*dependent variable*) yang dinyatakan dengan rumus:

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X)^2 - (\sum X)^2]} \cdot \sqrt{[n (\sum Y)^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Sampel

X = Independen Variabel (Kualitas Layanan *SSC*)

Y = Dependen Variabel (Kebutuhan Pelanggan)

Kuat atau tidaknya hubungan anatar variabel nilai Kualitas Layanan *SSC* terhadap Kebutuhan Pelanggan dapat dinyatakan dalam nilai sistematis yang berkisar $-1 < r < 1$ yang artinya:

- Bila $r = 0$ atau mendekati 0, maka korelasi antar dua variabel tidak terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y atau hubungan antar variabel sangat lemah.
- Bila $r = +1$ atau mendekati +1, maka korelasi antara variabel X dengan variabel Y sangat kuat dan searah serta dikatakan positif.
- Bila $r = -1$ atau mendekati -1, maka korelasi antara variabel X dengan variabel Y sangat kuat dan berlawanan arah serta dikatakan negatif.

Sebagai penafsiran akan koefisien korelasi yang ditentukan besar dan kecilnya, maka berpedoman yang digunakan adalah:

Tabel 3.6

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.19	Korelasi Sangat Rendah
0.20 – 0.39	Korelasi Rendah
0.40 – 0.59	Korelasi Sedang
0.60 – 0.79	Korelasi Kuat
0.80 – 1.00	Korelasi Sangat Kuat

6. Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2019 : 299) regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal antara satu variabel independen dengan variabel dependen. Maka rumus yang digunakan adalah :

$$Y = a + bX$$

Untuk menentukan nilai a dan b maka ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X)^2 - (\sum X)(\sum XY)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Keterangan :

Y = Nilai dalam variabel dependen (Kualitas Layanan SSC)

X = Nilai dalam variabel independen (Kebutuhan Pelanggan)

n = Banyak sampel

a = Titik atau nilai konstan

b = Angka atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang berdasarkan variabel independen.

7. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi dari variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi antara nol atau satu. Nilai koefisien yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat sedangkan jika mendekati nol maka variabel bebas tidak dapat memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. Adapun rumus koefisien determinasi yaitu:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Besarnya koefisien korelasi

Kriteria untuk analisis Koefisien Determinasi sebagai berikut:

- Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat lemah.
- Jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat kuat.

8. Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh variable independen terhadap variabel terkait secara parsial (Uji T). Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian, yang dapat diartikan bahwa keputusan tersebut dapat atau salah sehingga menimbulkan risiko, besar kecilnya risiko dinyatakan dalam bentuk probabilitas. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah :

a. Uji T (Secara Parsial)

Menurut Ghozali (2016:98) penerapan uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Uji statistik t dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel tertentu (Y). Uji hipotesis yang penulis gunakan adalah uji hipotesis berbanding terbalik dan pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} terhadap t_{table} untuk mengetahui nilai thitung digunakan rumus:

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Dapat diambil kesimpulan:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{table}$, maka H_0 = diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara X dan Y. ($H_0: \rho = 0$).
(Jika nilai signifikansi $t \geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel Kualitas Layanan SSC dan Kebutuhan Pelanggan pada PT Jasa Armada Indonesia Tbk).
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{table}$, maka H_0 = ditolak dan H_a diterima, artinya ada hubungan signifikan antara X dan Y. ($H_a: \rho \neq 0$) ρ = nilai korelasi dalam formulasi yang dihipotesiskan.
(Jika nilai signifikansi $t \leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti adanya pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Layanan SSC dan Kebutuhan Pelanggan pada PT Jasa Armada Indonesia Tbk).

G. TEKNIK PENGOLAHAN DATA

Data yang diperoleh selanjutnya diolah agar memperoleh hasil sesuai tujuan penelitian. Pengolahan data dalam penelitian dilakukan dengan beberapa tahapan berikut ini :

1. Penyebaran, pengumpulan dan pengolahan kuesioner (memilah kuesioner untuk menentukan jumlah kuesioner yang layak dan dapat diterima) meliputi kelengkapan jawaban, konsistensi jawaban pada tiap pertanyaan (cukup satu jawaban pada setiap pertanyaan) dan relevansi jawaban. Selanjutnya jawaban responden yang masuk kriteria dan sah, merupakan data mentah yang akan diolah dan ditabulasikan ke dalam tabel.
2. Menggunakan seluruh total populasi sebagai sampel jenuh.
3. Tahap selanjutnya pengujian alat ukur (kuesioner) dengan uji validitas dan reliabilitas, hal ini untuk mengetahui apakah kuesioner sudah valid dan reliabel sehingga layak digunakan sebagai alat ukur secara statistik. Pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS*.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. DESKRIPSI DATA

Dalam bab ini penulis akan membahas tentang permasalahan atau fakta fakta yang terjadi di lapangan sesuai dengan peristiwa yang terjadi pada saat penulis melaksanakan praktek darat (Prada). Penulis akan menyampaikan data yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini antara lain :

1. Profil Perusahaan PT Jasa Armada Indonesia Tbk.

Mulai beroperasi pada tahun 1960 sebagai Unit Usaha Perusahaan Nasional (PN) Pelabuhan, PT Jasa Armada Indonesia Tbk dengan merk dagang IPCM merupakan anak usaha subholding PT Pelindo Jasa Maritim salah satu subholding PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Grup yang bergerak pada bidang layanan pemanduan & penundaan kapal, angkutan laut dan layanan maritim. Pada Desember 2017, Perusahaan melakukan *Initial Public Offering (IPO)* dan secara resmi mencatatkan sahamnya pada Bursa Efek Indonesia untuk menjadi perusahaan publik terbesar, paling berpengalaman dan paling dapat diandalkan di bidangnya.

PT Jasa Armada Indonesia Tbk yang berkantor pusat di Jakarta memiliki 11 wilayah operasi di Pelabuhan Tanjung Priok, Banten, Cirebon, Panjang (Bandar Lampung), Bengkulu, Teluk Bayur (Sumatera Barat), Pangkal Balam (Bangka), Tanjung Pandan (Belitung), Palembang, Jambi serta Pontianak & Terminal Kijing.

IPCM menyediakan layanan pemanduan & penarik untuk memastikan berlabuh dengan lancar dan aman bagi kapal yang masuk dan keluar Pelabuhan Laut, Jalur Perairan Darat, dan Kegiatan Kapal-ke-Kapal Lepas Pantai (STS) Minyak & Gas. Berdasarkan peraturan Kementerian Perhubungan (Kemenhub) yang sesuai dengan peraturan internasional, semua kapal di atas 500 GT tunduk pada pemanduan dan penundaan, di mana operator pelabuhan yang diamanatkan

dan operator STS harus menyediakan aktivitas tersebut berdasarkan hukum maritim Indonesia. Pilotage pada dasarnya adalah kegiatan di bawah Otoritas Negara, di mana didelegasikan dan diamanatkan kepada masing-masing operator pelabuhan sebagai perwakilan negara.

2. Visi dan Misi Instansi

Visi : Menjadi fasilitator pertumbuhan perdagangan melalui pelayanan pemanduan dan penundaan berkelas dunia dalam ekosistem kepelabuhanan.

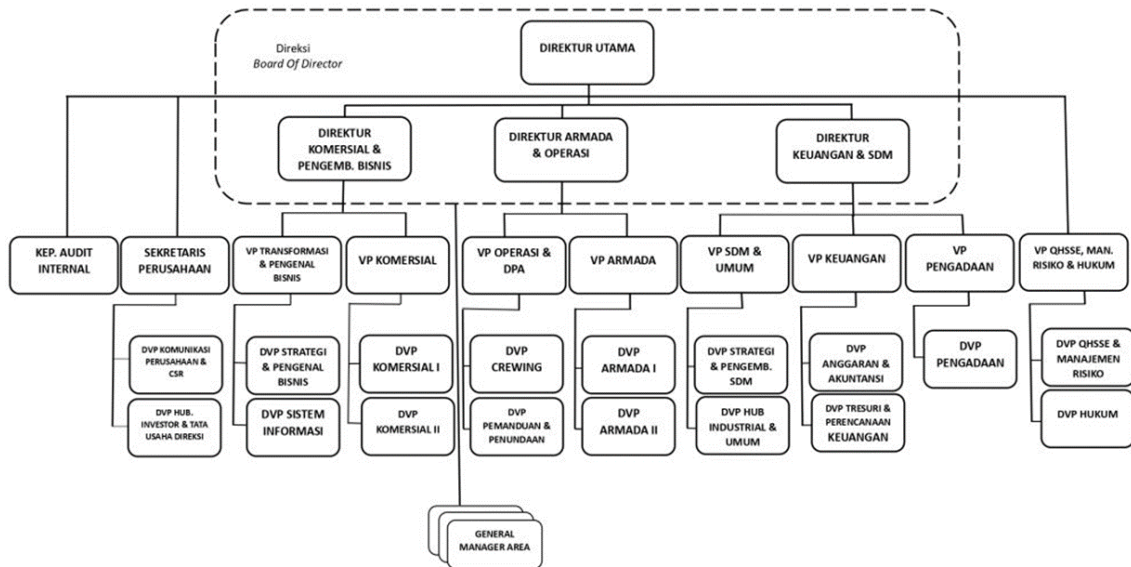
Misi : Memaksimalkan nilai tambah untuk pemangku kepentingan/*Stakeholders*.

3. Struktur Perusahaan

Struktur Organisasi merupakan suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan diinginkan. Struktur organisasi menggambarkan secara jelas tentang pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang, siapa melapor kepada siapa, jadi ada satu pertanggung jawaban apa yang akan dikerjakan.

Maksud dan tujuan dari struktur organisasi adalah :

- a. Struktur organisasi merupakan sumber informasi bagian atau divisi yang bersangkutan mengenai tugas dan tanggung jawab yang harus dilakukan.
- b. Tujuannya agar setiap bagian atau departemen dapat mengetahui tugas dan tanggung jawab masing-masing. Untuk terciptanya suatu perpaduan semua aktivitas dalam mencapai usaha dan tujuan perusahaan, PT Jasa Armada Indonesia Tbk membentuk struktur organisasi yang sesuai dengan karakteristik perusahaan sebagai berikut :



Gambar 4.1

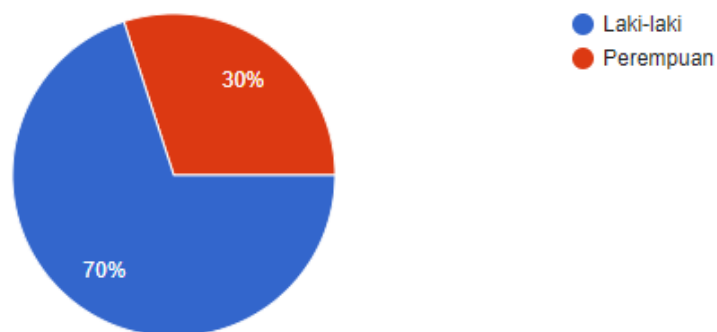
Struktur Organisasi PT Jasa Armada Indonesia Tbk

Sumber data : PT Jasa Armada Indonesia Tbk

4. Karakteristik Responden

Gambaran umum responden ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik karakteristik dari pengguna jasa yang menjadi responden berkaitan dengan objek penelitian. Penggolongan terhadap pengguna jasa didasarkan pada usia, status perkawinan, dan lama masa bekerja. Berdasarkan penggolongan ini akan diperoleh suatu kesimpulan mengenai keadaan responden.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



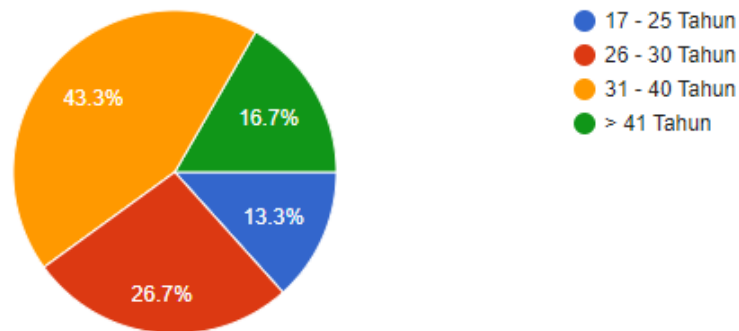
Gambar 4.2

Diagram Jenis Kelamin

Sumber: Peneliti, data diolah (2024)

Berdasarkan gambar 4.2 di atas dapat diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 70% dan perempuan berjumlah 30% dari keseluruhan responden yang berjumlah 30 orang.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



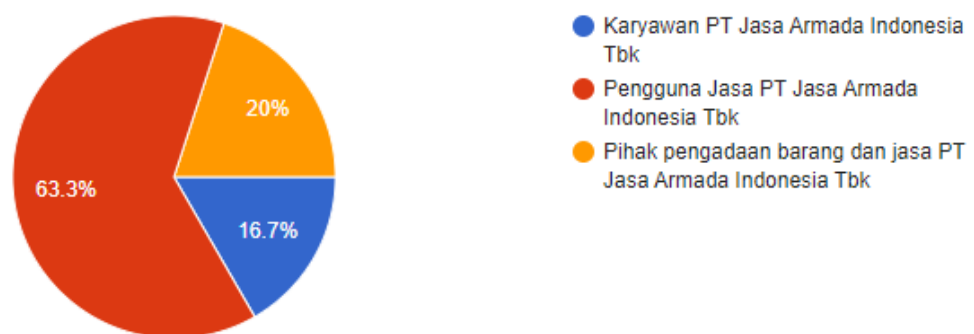
Gambar 4.3

Diagram Usia

Sumber: Peneliti, data diolah (2024)

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada 30 responden, dapat dinyatakan bahwa sebanyak 43,3% responden berusia antara 31-40 tahun, 26,7% responden berusia antara 26-30 tahun, 16,7% responden berusia di atas 41 tahun, dan 13,3% responden berusia antara 17-25 tahun.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Gambar 4.4

Diagram Pekerjaan

Sumber: Peneliti, data diolah (2024)

Berdasarkan gambar di atas, hasil pengolahan yang didapat dari kuesioner menunjukkan bahwa 63,3% responden berstatus sebagai Pengguna Jasa PT Jasa Armada Indonesia Tbk, 20% responden sebagai Pihak Pengadaan Barang dan Jasa PT Jasa Armada Indonesia, dan 16,7% responden sebagai Karyawan PT Jasa Armada Indonesia Tbk.

B. ANALISIS DATA

1. Analisis Statistika Deskriptif

Deskripsi penelitian adalah tanggapan responden mengenai pengaruh antara variabel Kualitas Layanan SSC (X) terhadap variabel Kebutuhan Pelanggan (Y) yang diberikan kepada 30 orang dari berbagai bagian yang mengalami langsung terkait kualitas layanan SSC dan kebutuhan Pelanggan, dengan menggunakan metode kuesioner. Untuk mengolah data yang diperoleh dari jawaban-jawaban pertanyaan yang berasal dari kuesioner, maka hasil jawaban responden diolah berdasarkan indikator dari masing-masing variabel untuk nilai variabel Kualitas Layanan SSC (X) terhadap variabel Kebutuhan Pelanggan (Y). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel:

a. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan SSC

Berikut ini merupakan tanggapan dari analisis variable X (Kualitas Layanan SSC) berdasarkan dimensi dan indikator yang telah ditentukan. Kuisisioner yang telah dibagikan berjumlah 8 pernyataan kepada 30 responden.

Tabel 4.1

Tabel Dimensi Keandalan X1.1

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Layanan SSC selalu tepat waktu dalam melaksanakan pembayaran tagihan pelanggan.	17	10	3	0	0
	Presentase	56,7%	33,3%	10%	0%	0%

Sumber : Peneliti, data diolah (2024)

Dari data pada tabel di atas, diketahui jawaban responden untuk dimensi keandalan. Pada pertanyaan nomor 1 terdapat jawaban responden pada sangat setuju (SS) terdapat 17 orang atau sebesar 56,7%, setuju (S) berjumlah 10 orang atau sebesar 33,3%, kurang setuju (KS) berjumlah 3 orang atau sebesar 10%, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju (TS) maupun sangat tidak setuju (STS). Maka artinya, mayoritas responden memilih sangat setuju (SS) terhadap pernyataan X1.1.

Tabel 4.2**Tabel Dimensi Keandalan X1.2**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
2.	Kualitas layanan SSC sangat berpengaruh dalam proses pembayaran yang mudah dan jelas.	17	10	3	0	0
	Presentase	56,7%	33,3%	10%	0%	0%

Sumber : Peneliti, data diolah (2024)

Dari data pada tabel di atas, diketahui jawaban responden untuk dimensi keandalan. Pada pertanyaan nomor 2 terdapat jawaban responden pada sangat setuju (SS) terdapat 17 orang atau sebesar 56,7%, setuju (S) berjumlah 10 orang atau sebesar 33,3%, kurang setuju (KS) berjumlah 3 orang atau sebesar 10%, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju (TS) maupun sangat tidak setuju (STS). Maka artinya, mayoritas responden memilih sangat setuju (SS) terhadap pernyataan X1.2.

Tabel 4.3**Tabel Dimensi Bentuk Fisik X1.3**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
3.	Layanan SSC selalu membantu pelanggan dalam mengakses <i>platform</i> dengan mudah.	15	12	3	0	0
	Presentase	50%	40%	10%	0%	0%

Sumber : Peneliti, data diolah (2024)

Dari data pada tabel di atas, diketahui jawaban responden untuk dimensi bentuk fisik. Pada pertanyaan nomor 3 terdapat jawaban responden pada sangat setuju (SS) terdapat 15 orang atau sebesar 50%, setuju (S) berjumlah 12 orang atau sebesar 40%, kurang setuju (KS) berjumlah 3 orang atau sebesar 10%, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju (TS) maupun sangat tidak

setuju (STS). Maka artinya, mayoritas responden memilih sangat setuju (SS) terhadap pernyataan X1.3.

Tabel 4.4

Tabel Dimensi Bentuk Fisik X1.4

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
4.	Kualitas layanan SSC sudah ditunjang oleh komputer, printer, scanner, dan jaringan internet yang baik.	18	9	3	0	0
	Presentase	60%	30%	10%	0%	0%

Sumber : Peneliti, data diolah (2024)

Dari data pada tabel di atas, diketahui jawaban responden untuk dimensi bentuk fisik. Pada pertanyaan nomor 4 terdapat jawaban responden pada sangat setuju (SS) terdapat 18 orang atau sebesar 60%, setuju (S) berjumlah 9 orang atau sebesar 30%, kurang setuju (KS) berjumlah 3 orang atau sebesar 10%, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju (TS) maupun sangat tidak setuju (STS). Maka artinya, mayoritas responden memilih sangat setuju (SS) terhadap pernyataan X1.4.

Tabel 4.5

Tabel Dimensi Ketanggapan X1.5

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
5.	Kualitas layanan SSC selalu berpengaruh pada kesigapan dalam merespon pelanggan.	20	6	4	0	0
	Presentae	66,7%	20%	13,3%	0%	0%

Sumber : Peneliti, data diolah (2024)

Dari data pada tabel di atas, diketahui jawaban responden untuk dimensi ketanggapan. Pada pertanyaan nomor 5 terdapat jawaban responden pada sangat setuju (SS) terdapat 18 orang atau sebesar 60%, setuju (S) berjumlah

10 orang atau sebesar 33,3%, kurang setuju (KS) berjumlah 2 orang atau sebesar 6,7%, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju (TS) maupun sangat tidak setuju (STS). Maka artinya, mayoritas responden memilih sangat setuju (SS) terhadap pernyataan X1.5.

Tabel 4.6

Tabel Dimensi Ketanggapan X1.6

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
6.	Kualitas staf SSC sangat berpengaruh dalam memahami kebutuhan pelanggan.	14	15	1	0	0
	Presentase	46,7%	50%	3,3%	0%	0%

Sumber: Peneliti, data diolah (2024)

Dari data pada tabel di atas, diketahui jawaban responden untuk dimensi ketanggapan. Pada pertanyaan nomor 6 terdapat jawaban responden pada sangat setuju (SS) terdapat 14 orang atau sebesar 46,7%, setuju (S) berjumlah 15 orang atau sebesar 50%, kurang setuju (KS) terdapat 1 orang atau sebesar 3,3%, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju (TS) maupun sangat tidak setuju (STS). Maka artinya, mayoritas responden memilih setuju (S) terhadap pernyataan X1.6.

Tabel 4.7

Tabel Dimensi Jaminan X1.7

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
7.	Data pelanggan yang ditangani melalui layanan SSC selalu terjamin keamanannya dan tidak akan disalahgunakan.	18	10	2	0	0
	Presentase	60%	33,3%	6,7%	0%	0%

Sumber : Peneliti, data diolah (2024)

Dari data pada tabel di atas, diketahui jawaban responden untuk dimensi jaminan. Pada pertanyaan nomor 7 terdapat jawaban responden pada sangat setuju (SS) terdapat 20 orang atau sebesar 66,7%, setuju (S) berjumlah 6 orang atau sebesar 20%, kurang setuju (KS) berjumlah 4 orang atau sebesar 13,3%, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju (TS) maupun sangat tidak setuju (STS). Maka artinya, mayoritas responden memilih sangat setuju (SS) terhadap pernyataan X1.7.

Tabel 4.8

Tabel Dimensi Empati X1.8

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
8.	Komunikasi antara staf SSC dan pelanggan selalu dilakukan dengan cara yang ramah dan empatik.	13	16	1	0	0
	Presentase	43,3%	53,3%	3,3%	0%	0%

Sumber: Peneliti, data diolah (2024)

Dari data pada tabel di atas, diketahui jawaban responden untuk dimensi empati. Pada pertanyaan nomor 8 terdapat jawaban responden pada sangat setuju (SS) terdapat 13 orang atau sebesar 43,3%, setuju (S) berjumlah 16 orang atau sebesar 53,3%, kurang setuju (KS) berjumlah 1 orang atau sebesar 3,3%, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju (TS) maupun sangat tidak setuju (STS). Maka artinya, mayoritas responden memilih setuju (S) terhadap pernyataan X1.8.

Tabel 4.9
Rekapitulasi hasil jawaban responden pada variable X
(Kualitas Layanan SSC)

No. Pertanyaan	Jawaban					Total Bobot	Presentase
	SS	S	KS	TS	STS		
1.	17	10	3	0	0	134	89,3%
2.	17	10	3	0	0	134	89,3%
3.	15	12	3	0	0	132	88%
4.	18	9	3	0	0	135	90%
5.	20	6	4	0	0	20	90,6%
6.	14	15	1	0	0	133	88,6%
7.	18	10	2	0	0	136	90,6%
8.	13	16	1	0	0	132	88%
Total	132	88	20	0	0	1072	89,3%

Sumber: Peneliti, data diolah (2024)

Dari data pada tabel di atas, diketahui jawaban responden untuk variabel Kualitas Layanan SSC (X). Jawaban responden yang menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 132, setuju (S) sebanyak 88, tidak setuju (TS) sebanyak 20, dan tidak ada yang menjawab kurang setuju (KS) maupun sangat tidak setuju (STS). Dari keseluruhan data jawaban yang dipilih oleh responden menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih sangat setuju (SS) dengan jumlah 132. Maka berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden didominasi oleh pilihan skala sangat setuju (SS).

b. Analisis Kebutuhan Pelanggan

Berikut ini merupakan tanggapan dari analisis variable Y (Kebutuhan Pelanggan) berdasarkan dimensi dan indikator yang telah ditentukan. Kuisioner yang telah dibagikan berjumlah 8 pernyataan kepada 30 responden.

Tabel 4.10**Tabel Dimensi Kepuasan Pelanggan Y1.1**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pelanggan membutuhkan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial dan jabatan.	17	10	3	0	0
	Presentase	56,7%	33,3%	10%	0%	0%

Sumber: Peneliti, data diolah (2024)

Dari data pada tabel di atas, diketahui jawaban responden untuk dimensi kepuasan pelanggan. Pada pertanyaan nomor 1 terdapat jawaban responden pada sangat setuju (SS) terdapat 17 orang atau sebesar 56,7%, setuju (S) berjumlah 10 orang atau sebesar 33,3%, kurang setuju (KS) berjumlah 3 orang atau sebesar 10%, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju (TS) maupun sangat tidak setuju (STS). Maka artinya, mayoritas responden memilih sangat setuju (SS) terhadap pernyataan Y1.1.

Tabel 4.11**Tabel Dimensi Kepuasan Pelanggan Y1.2**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
2.	Pelanggan membutuhkan <i>Service Level Agreement</i> (jaminan tingkat pelayanan yang dapat diharapkan).	18	10	2	0	0
	Presentase	60%	33,3%	6,7%	0%	0%

Sumber: Peneliti, data diolah (2024)

Dari data pada tabel di atas, diketahui jawaban responden untuk dimensi kepuasan pelanggan. Pada pertanyaan nomor 2 terdapat jawaban responden pada sangat setuju (SS) terdapat 18 orang atau sebesar 60%, setuju (S) berjumlah 10 orang atau sebesar 33,3%, kurang setuju (KS) berjumlah 2 orang atau sebesar 6,7%, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju (TS) maupun

sangat tidak setuju (STS). Maka artinya, mayoritas responden memilih sangat setuju (SS) terhadap pernyataan Y1.2.

Tabel 4.12

Tabel Dimensi Kepuasan Pelanggan Y1.3

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
3.	Petunjuk kelengkapan dokumen tagihan sangat dibutuhkan oleh pelanggan.	16	12	2	0	0
	Presentase	53,3%	40%	6,7%	0%	0%

Sumber: Peneliti, data diolah (2024)

Dari data pada tabel di atas, diketahui jawaban responden untuk dimensi kepuasan pelanggan. Pada pertanyaan nomor 3 terdapat jawaban responden pada sangat setuju (SS) terdapat 16 orang atau sebesar 53,3%, setuju (S) berjumlah 12 orang atau sebesar 40%, kurang setuju (KS) berjumlah 2 orang atau sebesar 6,7%, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju (TS) maupun sangat tidak setuju (STS). Maka artinya, mayoritas responden memilih sangat setuju (SS) terhadap pernyataan Y1.3.

Tabel 4.13

Tabel Dimensi Kepuasan Pelanggan Y1.4

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
4.	Kebutuhan pelanggan selalu direspon dengan sigap oleh staf SSC.	16	11	3	0	0
	Presentase	53,3%	36,7%	10%	0%	0%

Sumber: Peneliti, data diolah (2024)

Dari data pada tabel di atas, diketahui jawaban responden untuk dimensi kepuasan pelanggan. Pada pertanyaan nomor 4 terdapat jawaban responden pada sangat setuju (SS) terdapat 16 orang atau sebesar 53,3%, setuju (S) berjumlah 11 orang atau sebesar 36,7%, kurang setuju (KS) berjumlah 3 orang atau sebesar 10%, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju (TS) maupun

sangat tidak setuju (STS). Maka artinya, mayoritas responden memilih sangat setuju (SS) terhadap pernyataan Y1.4.

Tabel 4.14

Tabel Dimensi Ketersediaan Layanan Y1.5

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
5.	Pelanggan membutuhkan akses informasi terkait pembayaran tagihan yang mudah.	18	10	2	0	0
	Presentase	60%	33,3%	6,7%	0%	0%

Sumber : Peneliti, data diolah (2024)

Dari data pada tabel di atas, diketahui jawaban responden untuk dimensi ketersediaan layanan. Pada pertanyaan nomor 5 terdapat jawaban responden pada sangat setuju (SS) terdapat 18 orang atau sebesar 60%, setuju (S) berjumlah 10 orang atau sebesar 33,3%, kurang setuju (KS) berjumlah 2 orang atau sebesar 6,7%, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju (TS) maupun sangat tidak setuju (STS). Maka artinya, mayoritas responden memilih sangat setuju (SS) terhadap pernyataan Y1.5.

Tabel 4.15

Tabel Dimensi Ketersediaan Layanan Y1.6

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
6.	Pengolahan data dan tagihan pelanggan sudah dikelola dengan baik.	18	9	3	0	0
	Presentase	60%	30%	10%	0%	0%

Sumber : Peneliti, data diolah (2024)

Dari data pada tabel di atas, diketahui jawaban responden untuk dimensi ketersediaan layanan. Pada pertanyaan nomor 6 terdapat jawaban responden pada sangat setuju (SS) terdapat 18 orang atau sebesar 60%, setuju (S) berjumlah 9 orang atau sebesar 30%, kurang setuju (KS) berjumlah 3 orang atau sebesar 10%, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju (TS) maupun

sangat tidak setuju (STS). Maka artinya, mayoritas responden memilih sangat setuju (SS) terhadap pernyataan Y1.6.

Tabel 4.16

Tabel Dimensi Ketersediaan Layanan Y1.7

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
7.	Penanganan terhadap keluhan pelanggan sudah baik.	21	7	2	0	0
	Presentase	70%	23,3%	6,6%	0%	0%

Sumber : Peneliti, data diolah (2024)

Dari data pada tabel di atas, diketahui jawaban responden untuk dimensi ketersediaan layanan. Pada pertanyaan nomor 7 terdapat jawaban responden pada sangat setuju (SS) terdapat 21 orang atau sebesar 70%, setuju (S) berjumlah 7 orang atau sebesar 23,3%, kurang setuju (KS) berjumlah 2 orang atau sebesar 6,67%, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju (TS) maupun sangat tidak setuju (STS). Maka artinya, mayoritas responden memilih sangat setuju (SS) terhadap pernyataan Y1.7.

Tabel 4.17

Tabel Dimensi Ketersediaan Layanan Y1.8

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
8.	SSC selalu memahami kebutuhan dan kekhawatiran pelanggan dengan baik, serta memberikan solusi yang tepat.	20	6	4	0	0
	Presentase	66,7%	20%	13,3%	0%	0%

Sumber : Peneliti, data diolah (2024)

Dari data pada tabel di atas, diketahui jawaban responden untuk dimensi ketersediaan layanan. Pada pertanyaan nomor 8 terdapat jawaban responden

pada sangat setuju (SS) terdapat 20 orang atau sebesar 66,7%, setuju (S) berjumlah 6 orang atau sebesar 20%, kurang setuju (KS) berjumlah 4 orang atau sebesar 13,3%, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju (TS) maupun sangat tidak setuju (STS). Maka artinya, mayoritas responden memilih sangat setuju (SS) terhadap pernyataan Y1.8.

Tabel 4.18
Rekapitulasi hasil jawaban responden pada variable Y
(Kebutuhan Pelanggan)

No. Pertanyaan	Jawaban					Total Bobot	Presentase
	SS	S	KS	TS	STS		
1.	17	10	3	0	0	134	89,3%
2.	18	10	2	0	0	136	90,6%
3.	16	12	2	0	0	134	89,3%
4.	16	11	3	0	0	133	88,6%
5.	18	10	2	0	0	136	90,6%
6.	18	9	3	0	0	135	90%
7.	21	7	2	0	0	139	92,6%
8.	20	6	4	0	0	136	90,6%
Total	144	75	21	0	0	1083	90,2%

Sumber : Peneliti, data diolah (2024)

Dari data pada tabel di atas, diketahui jawaban responden untuk variabel Kebutuhan Pelanggan (Y). Jawaban responden yang menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 144, setuju (S) sebanyak 75, kurang setuju (KS) sebanyak 21, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju (TS) maupun sangat tidak setuju (STS). Dari keseluruhan data jawaban yang dipilih oleh responden menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih sangat setuju (SS) dengan jumlah 144. Maka berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden didominasi oleh pilihan skala sangat setuju (SS).

2. Pengujian Intrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur tingkat kevalidan suatu instrumen yang terdapat pada suatu kuesioner dalam bentuk pernyataan. Dalam penelitian ini, teknik yang dilakukan untuk mengukur validitas dari kuesioner, yaitu dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* pada setiap data dalam masing-masing pernyataan kuesioner. Setiap data instrumen dapat dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{table}$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,05 (5%), yang dimana dengan jumlah responden sebanyak 30 responden yang berada dalam nilai r_{table} sebesar 0,374. Berikut hasil uji validitas pada penelitian sebagai berikut :

Rumus mencari r_{tabel} :

Degree of freedom	: $n-2$
Df	: $n(30)-2$
Df	: $30-2 = 28$

Keterangan:

n = kuantitas responden

Tabel 4.19

r Tabel

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Tabel 4.20
Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pertanyaan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Layanan SSC (X)	1	0,790	0,374	Valid
	2	0,864	0,374	Valid
	3	0,753	0,374	Valid
	4	0,817	0,374	Valid
	5	0,812	0,374	Valid
	6	0,764	0,374	Valid
	7	0,742	0,374	Valid
	8	0,707	0,374	Valid
Kebutuhan Pelanggan (Y)	1	0,827	0,374	Valid
	2	0,856	0,374	Valid
	3	0,847	0,374	Valid
	4	0,854	0,374	Valid
	5	0,856	0,374	Valid
	6	0,813	0,374	Valid
	7	0,872	0,374	Valid
	8	0,822	0,374	Valid

Sumber : Peneliti, data diolah (204)

Berdasarkan hasil dari pengujian validitas tabel 4.20 variabel Kualitas Layanan SSC (X) dan variabel Kebutuhan Pelanggan (Y) di atas, maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan yang di isi oleh responden dinyatakan valid karena memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} sebesar 0,374.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini bertujuan untuk menguji tingkat reliabel (konsistensi) dalam kuesioner, dengan kriteria atas pernyataan dalam setiap variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai kriteria *Cronbach Alpha* $> 0,60$, sedangkan jika pernyataan setiap variabel dinyatakan tidak reliabel, apabila nilai kriteria *Cronbach Alpha* $< 0,60$. Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.21
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan SSC (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.909	8

Sumber : Peneliti, data diolah (2024)

Tabel 4.22
Hasil Uji Reliabilitas Kebutuhan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.941	8

Sumber : Peneliti, data diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada kedua tabel di atas, penulis menyimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang telah diuji dari 16 pernyataan dapat dinyatakan reliabel, karena nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan dapat melebihi nilai kriteria *Cronbach Alpha* yang telah ditentukan sebesar 0,60.

3. Pengujian Normalitas

Tabel 4.23
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.84087594
Most Extreme Differences	Absolute		.139
	Positive		.097
	Negative		-.139
Test Statistic			.139
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.142
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.139
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.130
		Upper Bound	.148

Sumber : Peneliti, data diolah (2024)

Berdasarkan hasil pengujian di atas dengan menggunakan aplikasi SPSS di dapatkan nilai uji Normalitas sebesar 0,142. Dengan ketentuan jika nilai uji Normalitas di atas 0,05 maka berdistribusi normal, jika di bawah 0,05 maka berdistribusi tidak normal. Maka nilai signifikansi menunjukkan **0.142 > 0.05**, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

4. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi ini bertujuan untuk menyatakan derajat dan arah hubungan linear antara dua variabel. Ketika terdapat hubungan linear sempurna, setiap perubahan pada variabel Kebutuhan Pelanggan (Y).

Korelasi antara dua variabel dinyatakan dengan koefisien korelasi yang dihitung dengan r (*Pearson's correlation*). Berikut ini merupakan hasil pengujian analisis yang dilakukan dengan menggunakan SPSS sebagai berikut :

Tabel 4.24
Hasil Uji Koefisien Korelasi

Correlations			
		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.769**
	Sig. (2-tailed)		<,001
	N	30	30
Y	Pearson Correlation	.769**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	30	30

Sumber : Peneliti, data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.24 di atas, hasil analisis koefisien korelasi di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel pengaruh Kualitas Layanan SSC (X) dengan variabel Kebutuhan Pelanggan (Y) diperoleh hasil perhitungan korelasi di atas 0,769 yang memiliki pengaruh yang kuat yaitu berada pada interval 0.60-0,80.

Berdasarkan analisis koefisien korelasi di atas, variabel Kualitas Layanan SSC (X) terhadap variabel Kebutuhan Pelanggan (Y) mempunyai pengaruh yang signifikan pada taraf (*Alpha*) yaitu variabel Kualitas Layanan SSC (X) dengan nilai signifikan sebesar 0,769 terhadap variabel Kebutuhan Pelanggan (Y). Dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan SSC (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kebutuhan Pelanggan (Y).

5. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana ini di lakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan SSC (X) terhadap Kebutuhan Pelanggan (Y), maka perhitungan regresi linear sederhana yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.25
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.206	4.726		1.313	.200
	X	.837	.131	.769	6.365	<.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Peneliti, data diolah (2024)

Berdasarkan hasil analisis regresi tersebut, maka model regresi yang mengatakan Kualitas Layanan SSC (X) terhadap Kebutuhan Pelanggan (Y) dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = 6,206 + 0,837X$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat diketahui nilai konstantanya sebesar 6,206 secara matematis, nilai konstanta ini menyatakan bahwa nilai konsisten variabel Kualitas Layanan SSC (X) adalah sebesar 6,206. Koefisien regresi X sebesar 0,837 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai Kualitas Layanan SSC (X), maka nilai Kebutuhan Pelanggan (Y) akan bertambah sebesar 0,837. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel Kualitas Layanan SSC (X) terhadap variabel Kebutuhan Pelanggan (Y) adalah positif.

6. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur hubungan antar variabel bebas dalam penelitian ini (Kualitas Layanan *SSC*) terhadap variabel terikat (Kebutuhan Pelanggan) yang diukur dengan menggunakan nilai *Adjusted R-Square* dengan nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 – 1 atau 0 – 80%. Kriteria dalam pengujian ini yaitu semakin besar nilai *Adjusted R-Square* yang dihasilkan sehingga mendekati angka 1, maka dapat dikatakan hubungan antar variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) akan semakin kuat. Berikut ini merupakan hasil pengujian koefisien determinasi yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.26
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.769 ^a	.591	.577	2.891

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Peneliti, data diolah (2024)

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi pada tabel 4.13, penulis dapat menyimpulkan bahwa nilai *R* dalam penelitian ini sebesar 0.769, Untuk nilai *R-Square* dalam penelitian ini sebesar 0.591, dan nilai *Adjusted R-Square* (R^2) yang dihasilkan sebesar 0.577. Berdasarkan hasil ini peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa variabel Kualitas Layanan *SSC* (X) dapat mempengaruhi variabel Kebutuhan Pelanggan (Y) sebesar 59,1% sedangkan 40,9% berasal dari faktor-faktor penyebab yang lain.

7. Uji Hipotesis (Uji T)

Uji Statistik T dilakukan untuk mengetahui Kualitas Layanan *SSC* (X) secara individu terhadap variabel Kebutuhan Pelanggan (Y). Pengujian hipotesis secara parsial antara variabel independen dan variabel dependent dilakukan dengan menggunakan *t* hitung. Kriteria pengujian :

- a) Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (signifikan).
 b) Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak (tidak signifikan).

Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai signifikansi (Sig.) dengan tingkat kepercayaan (α) sebesar 5%, atau 0,05. Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak, tetapi jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak, dan H_a diterima. Berikut ini merupakan hasil pengujian statistik t, yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.27
Hasil Hipotesis

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.206	4.726	1.313	.200
	X	.837	.131	.769	<.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Peneliti, data diolah (2024)

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini yang menyebutkan variabel pengaruh Kualitas Layanan SSC (X) memiliki pengaruh positif terhadap variabel Kebutuhan Pelanggan (Y), dimana untuk hipotesis ini memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,01 yang dimana lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Selain dengan nilai signifikansinya, dapat dilakukan juga dengan membandingkan nilai t_{hitung} terhadap t_{tabel} .

Dalam mencari t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

Nilai sign. < 0,05

Nilai $t_{hitung} > \text{Nilai } t_{tabel}$

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= t(\alpha/2; n-k-1) \\
 &= t(0,05/2; 30-1-1) \\
 &= (0,025; 28) \\
 &= 2,04841
 \end{aligned}$$

Dengan demikian t_{tabel} yang didapatkan sebesar 2,04841. Untuk perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu $6,365 > 2,04841$. Berdasarkan hasil tersebut, nilai signifikansi yang dihasilkan untuk hipotesis tersebut adalah $0,01 < 0,05$ dan perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu $6,365 > 2,04841$ sehingga H_0 ditolak dan H_a di terima yang berarti terdapat pengaruh variabel Kualitas Layanan SSC (X) terhadap variabel Kebutuhan Pelanggan (Y) pada hasil penelitian ini lebih mengarah kepada pengaruh positif.

C. PEMECAHAN MASALAH

Pemecahan masalah merupakan solusi yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah. Dalam beberapa hal, pihak yang terkait dalam masalah ini melakukan pemecahan masalah yang terbaik untuk mengatasi permasalahan dalam Pengaruh Kualitas Layanan SSC terhadap Kebutuhan Pelanggan pada PT Jasa Armada Indonesia Tbk. Pada umumnya pengambilan keputusan akan menggunakan pengetahuan, pertimbangan, dan pengalaman untuk memutuskan mana yang paling baik digunakan untuk memecahkan masalah.

Adapun pemecahan masalah setelah menganalisis data di atas antara lain :

1. Dari hasil analisis variabel, dari keseluruhan variabel, sebanyak 30 variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,7 sehingga semua variabel dapat digunakan.
2. Dari tabel rekapitulasi hasil jawaban responden, diketahui untuk variabel (X) Kualitas Layanan SSC, jawaban responden yang paling mendominasi ada pada butir pertanyaan ke-5 yaitu pada skala sangat setuju (SS) sebanyak 20, setuju (S) sebanyak 6, kurang setuju (KS) sebanyak 4, dengan persentase 90,6%. Sedangkan untuk variabel (Y) Kebutuhan Pelanggan, jawaban responden yang paling mendominasi ada pada butir pertanyaan ke-7 yaitu pada skala sangat setuju (SS) sebanyak 21, setuju (S) sebanyak 7, kurang setuju (KS) sebanyak 2, dengan persentase 92,6%.
3. Uji Hipotesis pertama dalam penelitian ini untuk mengetahui signifikansi antara Kualitas Layanan SSC dengan Kebutuhan Pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,01 < 0,05$ yang dibuktikan dengan r_{hitung} *Pearson Correlation* = $0,769 > r_{tabel} = 0,374$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh Kualitas Layanan SSC terhadap Kebutuhan Pelanggan pada PT Jasa Armada Indonesia Tbk.

4. Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui terdapat pengaruh signifikan pada variabel Kualitas Layanan *SSC* terhadap Kebutuhan Pelanggan dengan nilai t_{hitung} sebesar $6,365 > t_{tabel} 2,04841$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh Kualitas Layanan *SSC* terhadap Kebutuhan Pelanggan pada PT Jasa Armada Indonesia Tbk.
5. Kualitas Layanan *SSC* ada keterkaitan dengan Kebutuhan Pelanggan yang ditunjukkan pada koefisien regresi sebesar 0,837. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan Kualitas Layanan *SSC* 1 satuan maka Kebutuhan Pelanggan mengalami kenaikan sebesar 0,837 satuan, demikian pula sebaliknya. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik Kualitas Layanan *SSC*, akan meningkatkan Kebutuhan Pelanggan pada PT Jasa Armada Indonesia Tbk.
6. Kualitas Layanan *SSC* memiliki nilai r^2 (*R Square*) sebesar 59,1%. Artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) berpengaruh sebesar 59,1% sedangkan sisanya sebesar 40,9% bersumber dari faktor-faktor lainnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Dari uraian pembahasan yang telah ditemukan dan hasil analisis data yang sudah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, peneliti menguraikan kesimpulan yang merupakan suatu hasil analisis mengenai Pengaruh Kualitas Layanan *Shared Service Center (SSC)* terhadap Kebutuhan Pelanggan pada PT Jasa Armada Indonesia Tbk sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis pertama dalam penelitian ini untuk mengetahui signifikansi antara Kualitas Layanan *SSC* dengan Kebutuhan Pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,01 < 0,05$ yang dibuktikan dengan $r_{hitung} \text{ Pearson Correlation} = 0,769 > r_{tabel} = 0,374$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh Kualitas Layanan *SSC* terhadap Kebutuhan Pelanggan pada PT Jasa Armada Indonesia Tbk.
2. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi, Kualitas Layanan *SSC* memiliki nilai r^2 (*R Square*) sebesar 59,1%, artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) berpengaruh sebesar 59,1% sedangkan sisanya sebesar 40,9% bersumber dari faktor-faktor lainnya.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang menyangkut seluruh permasalahan yang diuji, maka peneliti memberikan saran masukan yang dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Peningkatan Pelatihan dan Pengetahuan Staf

Banyak masalah yang terkait dengan layanan SSC, seperti pengiriman berulang dan lampiran tagihan yang tidak lengkap, disebabkan oleh kurangnya pengetahuan staf. SSC PT Jasa Armada Indonesia Tbk harus menyediakan pelatihan berkelanjutan bagi stafnya untuk memastikan mereka memahami prosedur dan teknologi yang digunakan dalam SSC.

2. Peningkatan Sistem Komunikasi

Untuk menghindari masalah seperti pengiriman berulang atau tagihan bermasalah, sistem komunikasi antara staf SSC dan pelanggan perlu diperbaiki. Penggunaan *platform* komunikasi *digital* yang terintegrasi dapat membantu memastikan informasi tersampaikan dengan benar dan tepat waktu.

3. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Internal dan Eksternal

Fokus pada kebutuhan pelanggan, baik internal maupun eksternal, sangat penting untuk keberlanjutan layanan SSC. PT Jasa Armada Indonesia Tbk harus melakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala untuk mengumpulkan umpan balik dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan membangun tim khusus untuk menangani masalah dan penyelesaian konflik dapat membantu mengatasi hambatan yang dihadapi dalam proses layanan SSC. Tim ini harus dilatih untuk menyelesaikan masalah dengan cepat dan efisien.

4. Penyesuaian Anggaran dan Sumber Daya

Memastikan bahwa anggaran yang diperlukan untuk setiap tagihan tersedia sebelum pengiriman adalah langkah penting untuk menghindari penundaan. PT Jasa Armada Indonesia Tbk harus melakukan penyesuaian anggaran secara berkala berdasarkan analisis kebutuhan dan prioritas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A., Sufyati, H. S., Muniarty, P., Nanda, I., Retnandari, S. D., Wulandari, W., & Sina, I. (2021). *Metode Penelitian Dan Analisis Data Comprehensive* (Vol. 1). Penerbit Insania.
- Afrini, Ida Mardiah. (2017). “*Analisis Kualitas Layanan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) Dan Service Blueprint Pada Instalasi Rawat Jalan RSUD Bahteramas Provinsi Sulawesi Tenggara.*” Universitas Hasanuddin.
- Basoeki, Tri Indra. (2018). “*Shared Service Sebagai Salah Satu Solusi BUMN Untuk Meningkatkan Daya Saing Menuju World Class Company.*” *sharedvis.co.id*. https://www.sharedvis.co.id/news/news_details/shared-service-sebagai-salahsatu-solusi-bumn-untukmeningkatkan-daya-saing-menuju-world-classcompany.
- Ani Purwati, S. H., MH, C., CPCLE, C., CLA, C., & CLI, C. (2020). *Metode Penelitian Hukum Teori dan Praktek*. Jakad Media Publishing.
- Basoeki, Tri Indra. (2018). “*Shared Service Sebagai Salah Satu Solusi BUMN Untuk Meningkatkan Daya Saing Menuju World Class Company.*” *sharedvis.co.id*. <https://www.sharedvis.co.id/news/newsdetails/sharedservicesebagaisalahsatusolusibumnuntukmeningkatkandayasaingmenujuworldclasscompany>.
- Burns, T. J., & Yeaton, K. (2008). *Success Factors for Implementing Shared Services in Government*. IBM Center for the Business of Government.
- Chaeriah, E. S. (2016). *Manajemen berbasis mutu*. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 4(2), 7.
- Chandra, F., Tjiptono, G., & Gregorius. (1996). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta.
- Chrismastianto, I. A. W. (2017). *Analisis swot implementasi teknologi finansial terhadap kualitas layanan perbankan di indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 133-144.
- Curry, Joan. (2014). “*National Shared Service Office*” 25 (2013): 1–17.
- Darsini, D., & Triwardana, E. (2021). *Pengendalian Kualitas Proses Produksi Beton Bantalan Jalan Rel di PT. ABC*. Metrik Serial Teknologi dan Sains, 40-46.
- Daviddson, Martina. 2005. “*Shared Service Centers A Successful Solution for Swedish Companies?*” *School of Economics and Commercial Law*.

- DILA, G. F. (2021). *Analisis Alasan Tiongkok Bertahan Dalam Paris Agreement Sebagai Negara Penyumbang Emisi Gas Terbesar Di Dunia Pada Tahun 2017*.
- Dr. CJ McNair, CMA. 2000. *“Statements on Management Accounting Practice Of Management Accounting Implementing Shared Services Centers Statements on Management Accounting.”* United States: Institut Akuntan Manajemen 10 Paragon Drive.
- Firdiana, Arini. 2018. *“Analisis Atribut Kualitas Pelayanan Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan Service Quality Dan Kano, Studi Kasus: Alive Fusion Dining, Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia*.
- Gaspersz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gunasach, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Perusahaan Jasa Pengiriman TIKI, Tiki Raden Saleh Jakarta Pusat)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Hadiah, N. *Pengaruh Metode Pembelajaran Jigsaw Terhadap Peningkatan Keaktifan Siswa Pada Kelas V Mata Pelajaran PPKn di MI Attaqwa 27 Bekasi*, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Herlina, V. (2019). *Panduan praktis mengolah data kuesioner menggunakan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Hia, A. M., Ali, H., & Sumartyo, F. D. S. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan: Analisis Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk dan Kepuasan Konsumen(Literature Review)*. Jurnal Ilmu Multidisplin, 1(2), 368-379.
- Hilary, D., & Wibowo, I. (2021). *Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk PT Menjangan Sakti*. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 9(1), 19-26.
- Ilahi, A. A. A., & Arifuddin, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank*. Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir, 1(1), 25-37.
- Ilham, H. M. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Eden Kitchen Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19*. Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Juran, J. M. (1989). *Juran on Leadership for Quality*. Mac Milan: The Free Press.
- Kasmir. (2005). *Etika Customer Service*. Jakarta: Raja Grafindi Persada.

- Kurniawan, b. (2022). *Hubungan & Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Layanan Indihome dari PT. Telkom Indonesia di Kota Semarang*.
- Linde, T. N. Van der, A. L. Boessenkool, and C. J. Jooste. 2006. "Understanding Shared Services." *Acta Commercii* 6 (1): 173–87. <https://doi.org/10.4102/ac.v6i1.108>.
- Lukito, R. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Komunikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Supra Gading Raya Money Changer*: Jakarta.
- Maghfirah, N. (2023). *Pengaruh Meditasi Peningkatan Nilai-Nilai Keagamaan Dalam Agama Buddha*. Studi Kasus Umat Vihara Buddha Sakyamuni Gampong Peunayong Banda Aceh (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Nurhasanah, N., Fatikah, S. I., Arifah, S. A., & Suryandari, M. (2023). *Pendekatan Media Sosial Terhadap Aktivitas Dakwah Kalangan Milenial Di Era Digital*. Aladalah: *Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 1(1), 63-76.
- Nurmarlia, R. (2015). *Evaluasi Penerapan Shared Service Center*: Studi pada Perusahaan Pipa Minyak (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Panggalo, N. (2021). *Analisis Kualitas Layanan Shared Service Center Pada PT Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Analysis Of Service Quality On Shared Service Center PT Pelabuhan Indonesia IV (Persero)* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Pusat Bahasa. (2015). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.
- Putro, S. W. (2014). *Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen Restoran Happy Garden*. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Rahman, M. L. (2020). *Model Pengembangan Mutu Pendidikan Dalam Perspektif Philip*.
- Sagita, N. R., Octaviani, V., & Indria, I. (2023). *Pengaruh Kualitas Barang Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee*. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 2(3), 401-404.
- Saputra, S., & Sihombing, T. Y. (2020). *Analisis Kualitas Pelayanan Pergudangan Pada PT Agility International Cabang Surabaya*. *Pro Mark*, 10(2).
- Saragih, M. G., Saragih, L., Purba, J. W. P., & Panjaitan, P. D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dasar–Dasar Memulai Penelitian*. Yayasan Kita Menulis.
- Schulman, D. S., Dunleavy, J. R., Harmer, M. J. and Lusk, J. S. 1999. *Shared Service - Adding Value to the Business Units*. New York: John Wiley & Sons.

- Sihotang, S. Y., & Naibaho, D. (2023). *Pengaruh Profesi Guru Pendidikan Agama Kristen Terhadap Kedisiplinan Peserta Didik*. Merdeka: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(1), 7-13.
- Sugiyono, D. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Perss.
- Suraya Miskon, Wasana Bandara, Erwin Fielt, Guy Gable. 2009. “*Understanding Shared Services: An Exploration of the IS Literature.*” *Proceedings of 20th Australasian Conference on Information Systems*. Monash University.
- Tarigan, L. S. E. B. (2023). *Pengaruh Model Pembelajaran Make A Match Berbantuan Media Puzzle Terhadap Keaktifan Belajar Siswa pada Mata Pelajaran IPA Kelas IV UPT SD Negeri 060903 Medan Helvetia TA 2022/2023* (Doctoral dissertation, Universitas Quality).
- Wang, Hai. 2007. “*Performance Analysis for Shared Services.*” *Communications of the IIMA* 7 (2).
- Yosin, A. (2012). *Pengaruh dan Persuasi Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

LAMPIRAN

LAMPIRAN I: Kuesioner Penelitian

Perkenalkan, Saya Windy Amanda Seprianti dengan NRP 463200584. Saya adalah Taruni STIP Jakarta Jurusan Ketatalaksanaan Angkutan Laut dan Kepelabuhanan (KALK). Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Layanan *Shared Service Center (SSC)* terhadap Kebutuhan Pelanggan pada PT JasaArmada Indonesia Tbk**” untuk skripsi sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Diploma IV (D-IV) KALK.

Informasi yang anda berikan sangat membantu dalam penyusunan penelitian dan penyelesaian studi kami. Kami menjamin kerahasiaan informasi yang anda berikan melalui pengisian kuesioner ini.

Petunjuk Pengisian : Silahkan anda memberikan pilihan pada salah satu jawaban padakolom yang tersedia untuk jawaban yang paling tepat menurut anda. Alternatif jawabanseperti berikut ini :

Pernyataan	Kode	Nilai
- Sangat Setuju	SS	5
- Setuju	S	4
- Kurang Setuju	KS	3
- Tidak Setuju	TS	2
- Sangat Tidak Setuju	STS	1

X: Kualitas Layanan *Shared Service Center (SSC)*

No	Dimensi	Indikator	PERTANYAAN	STS	TS	KS	S	SS
				1	2	3	4	5
1.	Keandalan	Tepat waktu	Layanan <i>SSC</i> selalu tepat waktudalam melaksanakan pembayaran tagihan pelanggan.					

		Proses layanan	Kualitas layanan SSC sangat berpengaruh dalam proses pembayaran yang mudah dan jelas.					
2.	Bentuk Fisik (<i>Tangibles</i>)	Kemampuan sistem	Layanan SSC selalu membantupelanggan dalam mengakses <i>platform</i> dengan mudah.					
		Ketersediaan alat	Kualitas layanan SSC sudah ditunjang oleh komputer, printer, scanner,dan jaringan internet yang baik.					
3.	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	Keterampilan staf	Kualitas layanan SSC selalu berpengaruh pada kesigapan dalam meresponpertanyaan pelanggan.					
		Kemampuan menyelesaikan masalah	Kualitas staf SSC sangat berpengaruh dalam memahami kebutuhan pelanggan.					
4.	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Keamanan data	Data pelangganyang ditangani melalui layananSSC selalu terjamin keamanannya dan tidak akan disalahgunakan.					

5.	Empati (<i>Empathy</i>)	Komunikasi yang jelas	Komunikasi antara staf SSC dan pelanggan selalu dilakukandengan cara yang ramah dan empatik.					
----	------------------------------	-----------------------	--	--	--	--	--	--

Y: Kebutuhan Pelanggan

No	Dimensi	Indikator	PERTANYAAN	STS	TS	KS	S	SS
				1	2	3	4	5
1.	Kepuasan pelanggan	Harapan pelanggan	Pelanggan membutuhkan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial dan jabatan.					
		Tingkat kepuasan	Pelanggan membutuhkan <i>Service Level Agreement</i> (jaminan tingkatpelayanan yang dapat diharapkan).					
		Ketersediaan solusi terhadap masalah pelanggan	Petunjuk kelengkapan dokumen tagihan sangat dibutuhkan oleh pelanggan.					
		Sikap pelayanan	Kebutuhan pelanggan selalu direspon dengan sigap oleh staf SSC.					
2.	Ketersediaan layanan	Kemudahan akses informasi	Pelanggan membutuhkan akses informasi terkait					

			pembayaran tagihan yang mudah.					
		Kecepatan layanan	Pengolahan data dan tagihan pelanggan sudah dikelola dengan baik.					
		Responsif terhadap pelanggan	Penanganan terhadap keluhan pelanggan sudah baik.					
		Kesediaan membantu	SSC selalu memahami kebutuhan dan kekhawatiran pelanggan dengan baik, serta memberikan solusi yang tepat.					

LAMPIRAN 2: Rekapitulasi Kuisisioner Variabel X

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
4	5	5	4	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	4	5
5	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5
4	5	4	5	5	5	4	4
5	4	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4	4	4
5	5	4	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4
4	4	4	5	4	4	5	4
4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	5	4	4	5	4
5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4
3	3	3	3	3	4	4	4
3	3	4	3	3	3	3	4
4	4	3	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5
3	4	3	3	3	4	4	4

LAMPIRAN 3: Rekapitulasi Kuisisioner Variabel Y

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8
4	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	4	5	5	5
4	4	5	4	5	5	5	5
4	5	5	4	5	4	5	5
5	4	4	4	5	4	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5	4	5
5	4	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	3	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	3	4	3	4
3	4	4	3	4	4	3	3
4	4	3	3	4	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	3	4	4	3	4	3

LAMPIRAN 4 : Uji Validitas

□ **Variabel X**

[illegible]

□ Variabel Y

		Correlations								
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.687**	.520**	.740**	.687**	.593**	.752**	.591**	.827**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.003	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.687**	1	.657**	.732**	.826**	.563**	.791**	.561**	.856**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	.001	<.001	.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.520**	.657**	1	.641**	.744**	.804**	.636**	.716**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.003	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.740**	.732**	.641**	1	.652**	.707**	.641**	.631**	.854**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.687**	.826**	.744**	.652**	1	.563**	.791**	.561**	.856**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		.001	<.001	.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.593**	.563**	.804**	.707**	.563**	1	.534**	.692**	.813**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.001	<.001	<.001	.001		.002	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.752**	.791**	.636**	.641**	.791**	.534**	1	.758**	.872**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.002		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	.591**	.561**	.716**	.631**	.561**	.692**	.758**	1	.822**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.001	<.001	<.001	.001	<.001	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.827**	.856**	.847**	.854**	.856**	.813**	.872**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

□ Uji Koefisien Korelasi X dan Y

		Correlations	
		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.769**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	30	30
Y	Pearson Correlation	.769**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	30	30

Kriteria r_{hitung} harus $> r_{table}$.

LAMPIRAN 5 : Hasil Uji Validitas SPSS Variabel X

Validitas Butir-Butir Pernyataan Kuesioner			
No Item	Corrected Item Total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Validitas
X1	0,790	0,374	Valid
X2	0,864	0,374	Valid
X3	0,753	0,374	Valid
X4	0,817	0,374	Valid
X5	0,812	0,374	Valid
X6	0,764	0,374	Valid
X7	0,742	0,374	Valid
X8	0,707	0,374	Valid

LAMPIRAN 6 : Hasil Uji Validitas SPSS Variabel Y

Validitas Butir-Butir Pernyataan Kuesioner			
No Item	Corrected Item Total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Validitas
Y1	0,827	0,374	Valid
Y2	0,856	0,374	Valid
Y3	0,847	0,374	Valid
Y4	0,854	0,374	Valid
Y5	0,856	0,374	Valid
Y6	0,813	0,374	Valid
Y7	0,872	0,374	Valid
Y8	0,822	0,374	Valid

LAMPIRAN 7 : Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y

□ Variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	8

□ Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.941	8

Kriteria nilai *Cronbach alpha* (α) minimal 0,60.

LAMPIRAN 8 : Uji Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis Uji T

□ Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.769 ^a	.591	.577	2.891

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Kriteria: nilai r square semakin mendekati 1 semakin baik, atau jika minimal nilai 0,5 masih bisa dikatakan baik.

□ Uji Hipotesis Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.206	4.726		1.313	.200
	X	.837	.131	.769	6.365	<.001

a. Dependent Variable: Y

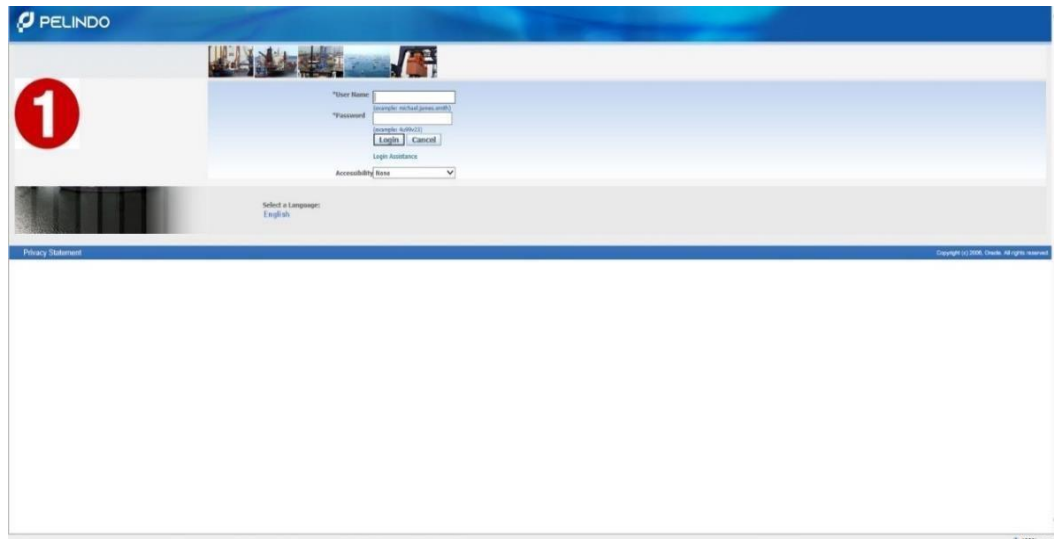
Kriteria: t hitung harus > dari t_{table} dan signifikansi harus < 0,05

LAMPIRAN 9 : Tabel T_{tabel}

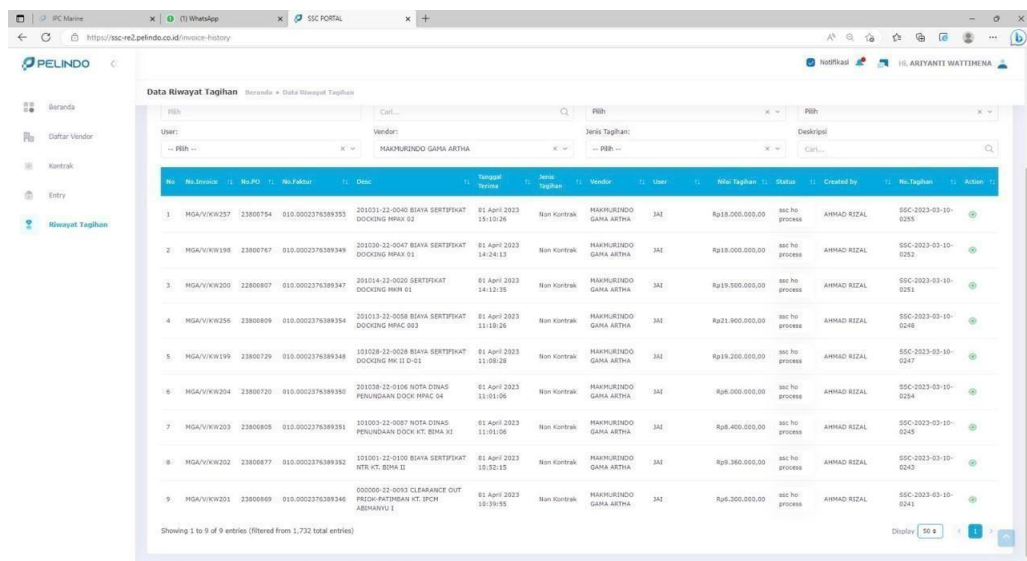
dk	α untuk Uji Satu Pihak (<i>one tail test</i>)					
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
	α untuk Uji Dua Pihak (<i>two tail test</i>)					
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	0,692	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,691	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,690	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	0,689	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,688	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878
19	0,687	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
120	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617
∞	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576

LAMPIRAN 10 : Tampilan dari *Platform Shared Service Center (SSC)*

- Halaman sebelum login *Platform Shared Service Center (SSC)*

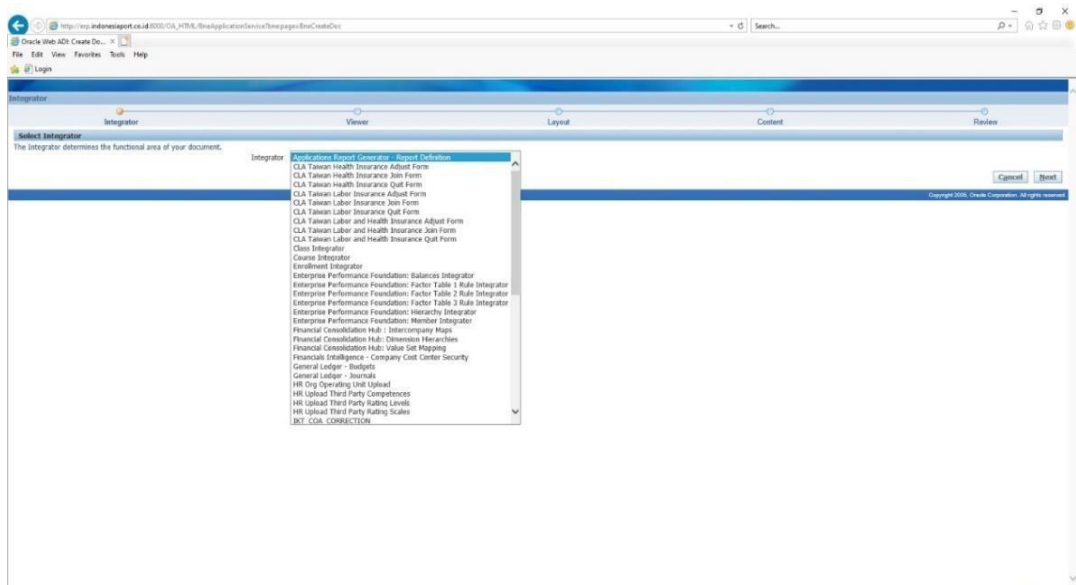
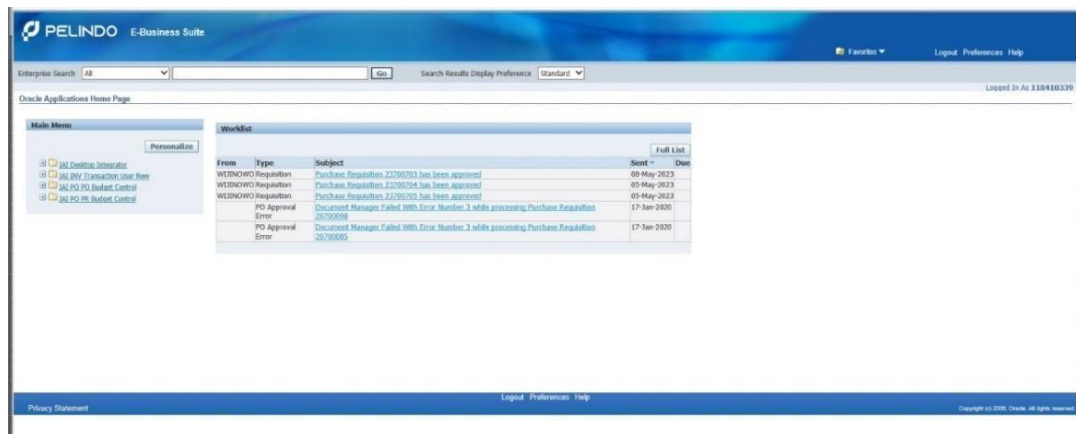
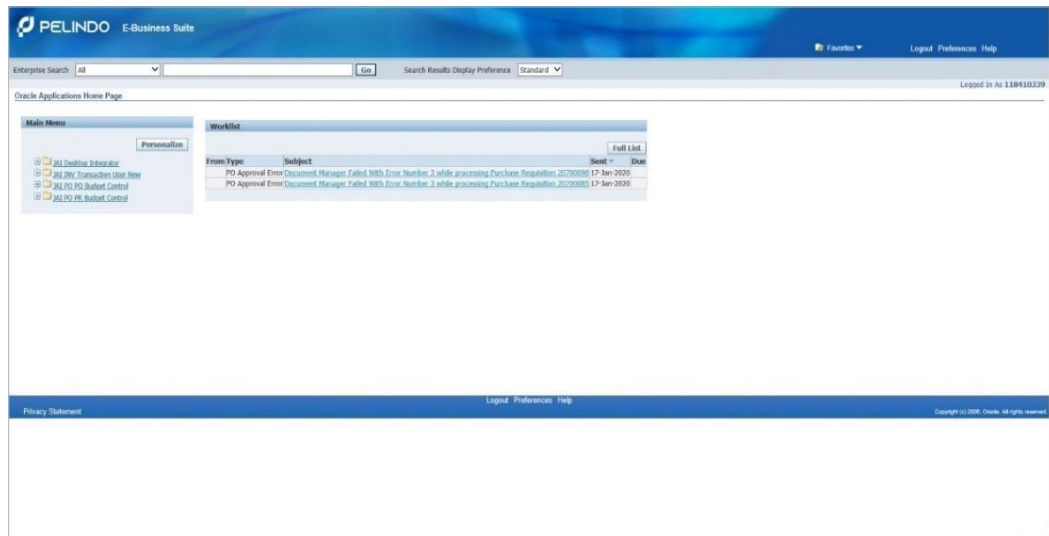


- Halaman setelah login *Platform Shared Service Center (SSC)*



LAMPIRAN 11 : Tampilan dari Aplikasi Oracle

- Halaman setelah login Aplikasi Oracle



- Halaman untuk proses input data *Purchase Requisition (PR)*

This screenshot shows the 'Add Request Lines' window in the Oracle Procurement system. The window is titled 'Add Request Lines' and has a tabbed interface with 'Line' selected. The 'Line' tab contains several input fields: 'Request Line' (set to 1), 'Request Number' (set to 10), 'Request Type' (set to 'Standard'), 'Request Date' (set to 10/10/2010), 'Request Source' (set to 'Standard'), 'Line Type' (set to 'Standard'), 'Item' (set to '1000'), 'Category' (set to '1000'), 'Description' (set to '1000'), and 'Supplier Item' (set to '1000'). There are also buttons for 'Line', 'Item', and 'Find'. The 'Results' pane on the right shows a list of items with columns for 'Item', 'Category', 'Description', and 'Supplier Item'.

- Halaman untuk proses input data *Purchase Order (PO)*

This screenshot shows the 'Add Purchase Order Lines' window in the Oracle Procurement system. The window is titled 'Add Purchase Order Lines' and has a tabbed interface with 'Line' selected. The 'Line' tab contains several input fields: 'Purchase Order' (set to 10), 'Purchase Order Type' (set to 'Standard'), 'Purchase Order Date' (set to 10/10/2010), 'Purchase Order Source' (set to 'Standard'), 'Line Type' (set to 'Standard'), 'Item' (set to '1000'), 'Category' (set to '1000'), 'Description' (set to '1000'), and 'Supplier Item' (set to '1000'). There are also buttons for 'Line', 'Item', and 'Find'. The 'Results' pane on the right shows a list of items with columns for 'Item', 'Category', 'Description', and 'Supplier Item'.

- Halaman untuk proses input data Berita Acara Serah Terima (BAST)

This screenshot shows the 'Add Supplier and Internal' window in the Oracle Procurement system. The window is titled 'Add Supplier and Internal' and has a tabbed interface with 'Supplier and Internal' selected. The 'Supplier and Internal' tab contains several input fields: 'Supplier and Internal' (set to 'Supplier and Internal'), 'Supplier and Internal Type' (set to 'Supplier and Internal'), 'Supplier and Internal Date' (set to 10/10/2010), 'Supplier and Internal Source' (set to 'Supplier and Internal'), 'Supplier and Internal Line Type' (set to 'Supplier and Internal'), 'Item' (set to '1000'), 'Category' (set to '1000'), 'Description' (set to '1000'), and 'Supplier Item' (set to '1000'). There are also buttons for 'Supplier and Internal', 'Item', and 'Find'. The 'Results' pane on the right shows a list of items with columns for 'Item', 'Category', 'Description', and 'Supplier Item'.