

**STRATEGI PT.PELABUHAN INDONESIA II (PERSERO) CABANG
PANJANG BANDAR LAMPUNG DALAM MENCIPTAKAN *SERVICE
EXCELLENCE***

(Skripsi)

Oleh

**Tri Evita Yani
1846051011**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

STRATEGI PT.PELABUHAN INDONESIA II (PERSERO) CABANG PANJANG BANDAR LAMPUNG DALAM MENCIPTAKAN *SERVICE EXCELLENCE*

Oleh

Tri Evita Yani

Penelitian ini membahas mengenai Strategi PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang dalam menciptakan *service excellence* atau pelayanan prima. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui Strategi PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang dalam menciptakan *service excellence*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa sebagai operator pelabuhan terbesar di Lampung pelabuhan panjang mempunyai visi menjadi kelas dunia yang unggul dalam operasi dan pelayanan, perusahaan menjalankan strategi pengelolaan dengan fokus pada “*World Class Human Resources Management Implementation*” bertujuan untuk mewujudkan pengembangan organisasi yang berkelas dunia, seiring penciptaan kualitas SDM serta pelayanan SDM yang unggul dan berdaya saing, sehingga *service excellence* menjadi solusi bagi perusahaan. *Service Excellence* pelabuhan panjang dalam pelaksanaannya dibantu oleh kelompok kerja Humas & Pelayanan pelanggan pada divisi komersial pelabuhan panjang.

Pada sisi operasional, pelabuhan panjang meluncurkan berbagai program pelayanan berbasis teknologi yaitu *digitalisasi port* pada lini darat dan laut seperti *Autogate, TOS, Auto Tally, VMS, E-Service, MOS, CFS Center, TPS Online, Gate Pass System*. Pelabuhan Panjang juga mengembangkan sistem pada sisi pengelolaan interaksi pelanggan yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pengguna jasa. Yaitu mengaktifkan enam fitur aplikasi digital Customer Relationship Management (CRM)

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

ABSTRACT

STRATEGY OF PT. PELABUHAN INDONESIA II (PERSERO) CABANG PANJANG BANDAR LAMPUNG IN CREATING SERVICE EXCELLENCE

By

Tri Evita Yani

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

The results of this study found that as the largest port operator in Lampung, the port of Panjang has a vision of becoming world-class that excels in operations and services, the company carries out strategic management with a focus on "Implementation of World-Class Human Resource Management" aimed at realizing the development of a world-class organization. , Along with the creation of quality human resources and superior and competitive HR services, so that service excellence becomes a solution for companies. Port of Panjang Service Excellence in its implementation is assisted by the Public Relations & Customer Service working group in the Long Port commercial division.

On the operational side, the port of Panjang launched various technology-based service programs, namely port digitization on land and sea lines such as Autogate, TOS, Auto Tally, VMS, E-Service, MOS, CFS Center, TPS Online, Gate Pass System. Panjang Port is also developing a system on the customer interaction management side that aims to increase service user satisfaction. Namely activating six digital Customer Relationship Management (CRM) application features

Keywords: Service Excellence, Customer Service, Customer Satisfaction

**STRATEGI PT.PELABUHAN INDONESIA II (PERSERO) CABANG
PANJANG BANDAR LAMPUNG DALAM MENCIPTAKAN *SERVICE
EXCELLENCE***

(Skripsi)

Oleh

TRI EVITA YANI

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar
SARJANA ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

Pada

**Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS FAKULTAS ILMU SOSIAL
DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

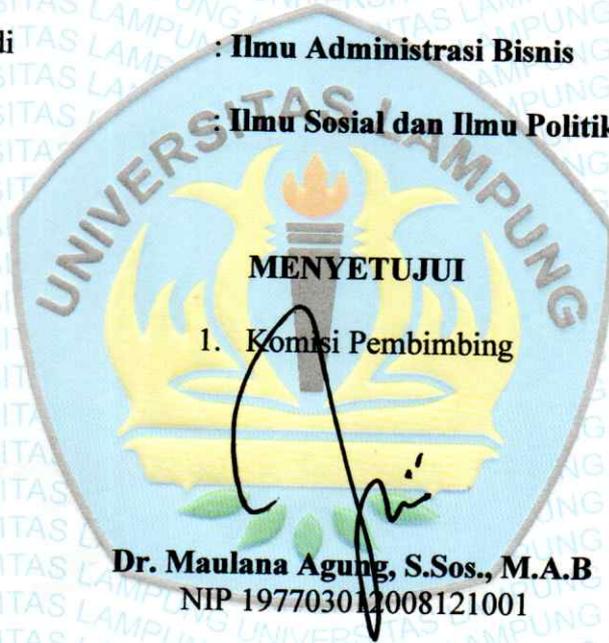
Judul Skripsi : **STRATEGI PT. PELABUHAN INDONESIA II
(PERSERO) CABANG PANJANG BANDAR
LAMPUNG DALAM MENCIPTAKAN SERVICE
EXCELLENCE**

Nama Mahasiswa : **Tri Evita Yani**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1846051011**

Program Studi : **Ilmu Administrasi Bisnis**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



MENYETUJUI

1. **Komisi Pembimbing**

Dr. Maulana Agung, S.Sos., M.A.B
NIP 197703012008121001

2. **Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis**

Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc
NIP.19740918 200112 1 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Maulana Agung, S.Sos., M.A.B.**



Penguji I : **Drs. Dadang Karya Bakti, M.M.**



Penguji II : **Gita Paramita Djausal, S.I.P., M.A.B.**



Dean Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 19610807 198703 2001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **10 Januari 2023**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Lampung, maupun diperguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan sebutan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 17 Januari 2023
Yang Membuat Pernyataan,



Tri Evita Yani
NPM 1846051011

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Tri Evita Yani, dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 10 Maret 2001, Anak bungsu dari pasangan Bapak Hardiansyah dan Ibu Sudarsih. Penulis menyelesaikan pendidikan di TK Amalia pada 2005. Selanjutnya penulis melanjutkan ke Sekolah Dasar Negeri 3 Prumnas Way Kandis, yang lulus pada tahun 2012, kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama Negeri 19 Bandar Lampung. Lulus pada tahun 2015, dan melanjutkan ke Sekolah Menengah Kejuruan Yadika Bandar Lampung. Lulus pada tahun 2018. Penulis diterima di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung pada 2018 dalam program Strata Satu (S1). Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Karang sari, kecamatan jati agung, lampung selatan selama 40 hari sebagai bentuk pengabdian ke masyarakat. Selama menempuh perkuliahan di Universitas Lampung penulis merupakan anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis bidang kesekretariatan. Penulis juga aktif mengikuti organisasi Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung sebagai anggota pada bidang PSDA dan sebagai anggota organisasi *Social Polictical English Club*. Selanjutnya penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan MBKM di PT. Pelabuhan Indonesia Cabang Panjang Bandar Lampung selama 6 bulan pada Agustus 2021 sampai Januari 2022.

MOTTO

"Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah
kesulitan itu ada kemudahan "
(Q.S Al-Insyirah 5-6)

" Jangan membuat seseorang menyesal mengenalmu, tapi buatlah
ia menyesal karena kehilangan sosok dirimu."
(Ali bin Abi Thalib)

“ Bahwa apa yang terbaik untuk mu, tidak akan Allah izinkan pergi, melainkan untuk
diganti dengan yang lebih baik lagi ”
(Ali bin Abi Thalib)

*“ Success is nothing if you don't have the right people to share it with, you're just gonna
end up lonely”*
(Selena Gomez)

“Berbaik hatilah, sebab setiap orang yang kau jumpai sedang menghadapi perjuangan
yang lebih hebat”
(Unknown Person)

“Lebih baik memulai kembali daripada depresi”
(Lalisa Manoban)

SANWACANA

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi dengan judul **“STRATEGI PT. PELABUHAN INDONESIA II (PERSERO) CABANG PANJANG BANDAR LAMPUNG DALAM MENCIPTAKAN *SERVICE EXCELLENCE*”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Lampung. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan umur panjang, kesehatan, serta kemudahan dan petunjuk dalam menyelesaikan skripsi ini. Puji syukur selalu kupersembahkan atas limpahan rahmat dan karunia-Nya.
2. Kedua orang tua tercinta yaitu Ayah Hardiansyah dan Alm. Ibu Sudarsih yang telah memberikan doa dengan tulus, ikhlas dan tiada henti-hentinya, kasih sayang yang teramat besar, dukungan, semangat, nasehat, pengorbanan dalam segi moril dan material untukku. Terimakasih ayah dan ibu yang sudah membesarkan aku dengan segala perjuangan dan pengorbanan besar kalian selama ini. Ayah dan ibu pasti sudah melewati banyak rasa sakit, kalian selalu berusaha dan bekerja keras untuk bisa memenuhi kebutuhan aku tanpa mengeluh sedikit pun, terimakasih selalu memberikan kepercayaan penuh kepada ku untuk menentukan jalan hidup, terimakasih telah hadir didunia ini dan menjadi orang tua terbaik untuk aku dan terimakasih selalu ada untuk ku disetiap kesulitan. Ayah dan ibu telah melalui banyak perjuangan dan rasa sakit. Aku ingin melakukan yang terbaik untuk setiap kepercayaan yang diberikan. Khususnya untuk alm ibuku yang meski sudah tidak bisa aku rasakan lagi oleh pancaindra, tapi akan selalu melekat di hati untuk selamanya. Maaf ya bu, mungkin aku cukup menghabiskan waktu yang lama untuk menyelesaikan perkuliahan ini tapi aku janji tidak akan membiarkan semua itu sia-sia. Aku akan tumbuh menjadi yang terbaik yang ku bisa, berusaha mencapai semua cita-citaku seperti yang sudah sering ku ceritakan sama ibu. Bagiku ibu adalah lagu yang tidak pernah berakhir di hatiku, mungkin terkadang lupa kata-katanya tetapi aku akan selalu ingat nadanya. Sekali lagi terimakasih ayah dan ibu , Karena kalian berdua, hidup terasa begitu mudah dan penuh kebahagiaan.

3. Mba Melin Candra puspita dan Rentiwa Dwi Lestari selaku kakak pertama dan kedua ku yang selalu mendukung ku dalam setiap hal terima kasih untuk kebaikan, perhatian, dan semangat yang kalian tunjukkan untuk adik kalian ini.
4. Ibu Ida Nurhaida, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian
5. Bapak Dr. Deddy Hermawan, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Bapak Dr. Arif Sugiono, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Keuangan dan Umum Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
7. Bapak Dr. Robi Cahyadi K, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
8. Bapak Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
9. Bapak Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.A.B selaku Sekertaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
10. Bapak Dr. Maulana Agung, S.sos., M.A.B. dosen pembimbing utama yang telah menerima saya sebagai mahasiswa bimbingan bapak serta terimakasih karena telah meluangkan banyak waktu dan tenaganya untuk membimbing saya dengan penuh kesabaran, memberikan arahan terbaiknya agar saya dapat menyelesaikan skripsi dengan sebaik mungkin serta membuat saya semangat dan terus memotivasi saya dalam menyelesaikan skripsi. Semoga Bapak selalu diberi kesehatan.
11. Bapak Drs. Dadang Karya Bhakti., M.M. selaku dosen pembimbing akademik sekaligus Dosen Penguji pertama yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk penulis serta telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membantu memberikan saran, kritik, dan masukan sehingga skripsi saya dapat diperbaiki lebih baik lagi demi kesempurnaan skripsi ini hingga akhir.

12. Ibu Gita Paramita Djausal, SIP., M.A.B. selaku Dosen Penguji kedua saya yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membantu memberikan saran, kritik, dan masukan sehingga skripsi saya dapat diperbaiki lebih baik lagi demi kesempurnaan skripsi ini hingga akhir.
13. Bapak dan Ibu Dosen beserta *Staff* Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, atas bimbingan, nasihat, dan ilmu yang diberikan kepada penulis selama masa studi.
14. Semua keluarga besarku terimakasih telah menjadi keluarga yang terus memberikan support terbaik bagi penulis.
15. My Boyfie Wanda Aditya hiii makaseehh yee dah selalu ngasih semangat, support, perhatian, jadi tempat curhat dan lain-lainnya. Gak kerasa ya dari SMK sampe sekarang udah lulus kuliah kita masih barengan hehe. Semoga hal-hal baik selalu menyertai kita dan bahagia selalu ya!
16. Teman-teman Rchgurls ku sekaligus teman seperjuangan dalam hidup penulis selama masa kuliah Trizka Kinanti, Dwi Aprilia, Witri Azzahro, Winda Hasdita walaupun kita jarang kumpul, kita tetap selalu dekat. Untuk Khofifah Indah Sari Siregar, Salsabila Annisa yang selalu menemaniku dari semester 1 sampai saat ini. Terimakasih ya sudah menjadi kawanku yang selalu sabar , perhatian, dan bisa diandalkan. Maaf ya sering ngerepotin hehe lopyu! Terkhusus Destri Griselda Saragih yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih untuk memberikan arahan untuk penulis selama mengerjakan skripsi ini, terimakasih sudah mau direpotkan dan terimakasih untuk dukungannya. Terimakasih untuk rangkaian canda dan tawa yang telah dilewati bersama-sama dibangku perkuliahan, Terimakasih telah menemani, memberikan banyak bantuan dan memberikan waktu terbaik selama penulis berada di bangku perkuliahan. Terimakasih atas berbagai dukungan dan menjadi tempat berkeluh kesah. Terimakasih kalian sudah menjadi bagian investasi memori terseru dan menyenangkan beberapa tahun terakhir ini. Tetap menjadi pribadi yang membahagiakan kalian. Semoga pertemanan kita tidak berakhir di masa kuliah. Sehat dan bahagia terus ya teman-teman hebatku.

17. Sobat Pelindo ku (Bella, novi, valen dan friska) terimakasih atas kebersamaan, yang kalian berikan selama ini. Terkhusus untuk opi, dinda, raffi, adam terimakasih udah jadi temen yang seru banget! Gak nyangka bisa kenal orang seperti kalian, seneng banget kita bisa jadi teman dekat. Makasih ya udah selalu hibur, dukung dan ngasih semangat. canda tawa kalian itu memori yang gak akan pernah hilang.
18. Teman- teman seperjuangan, terkhusus teman teman paralel, seluruh sobat ruang baca dan seluruh keluarga besar jurusan ilmu administrasi bisnis angkatan 2018 atas hari-hari baik kita selama masa perkuliahan. Terimakasih sudah menemani dan membersamai perjuangan untuk menempuh gelar sarjana, dimulai datang sepagi dan pulang seterakhir mungkin. Terimakasih atas lembaran cerita yang sudah kita lalui. Terimakasih sudah mau menemani dan meluangkan waktu untuk melakukan banyak hal bersama-sama. Kita pasti akan bahagia dimasa depan dan menjadi pemilik usaha paling sukses di muka bumi ini.
19. Sahabat sejak SMP ku Adel dan yeni, juga sahabat dari SMK ku Nur, Niken, Ika, Caroline, anggi dan andrian. Terimakasih untuk tetap berteman dan memberikan lembaran waktu terbaik sejak pertama kita bertemu dan mempertahankan semuanya sampai saat ini. Terimakasih untuk tetap sama dan tidak berubah disetiap pertemuan kita. Tetap langgeng dan terus bersama ya.
20. Kepada pihak Pelindo panjang tempat Magang dan tempat belajar penulis selama 6 bulan, terimakasih ibu bapak telah memberikan banyak pelajaran kepada penulis terimakasih telah membimbing dan menyambut baik kami, terimakasih atas canda tawa selama 6 bulan ini, khususnya untuk pak herba, terimakasih atas segala kebaikan dan perhatian yang bapak berikan. Terimakasih sering mengajak saya makan diluar ketika istirahat serta menjadi sosok ayah bagi saya di pelindo. Sehat sehat terus ya pak
21. Kepada teman-teman UKM Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung dan *Social Polictical English Club* yang telah memberikan banyak pengalaman organisasi kepada penulis dan membantu penulis dalam memperluas relasi.

22. Para Idolaku Selena Gomez, Lisa Blackpink dan Haruto Treasure. Terimakasih telah memberikan banyak vitamin kebahagiaan bagi penulis. Terimakasih hanya dengan lewat virtual dan tanpa saling mengenal kalian tetap memberikan suntikan kebahagiaan bagi kehidupan penulis. Serta menjadi penyemangat untuk terus berjuang walaupun itu sulit, terimakasih telah menjadi *rolemodel* ku selama ini dan mengajarkan terus bekerja keras tanpa mengenal lelah sampai mimpi yang diimpikan menjadi kenyataan.
23. Semua Kucing-kucing kesayanganku baik yang sudah mati dan masih hidup terimakasih sudah menemani penulis saat mengerjakan skripsi dimalam hari, terimakasih telah menghibur ku dikala sedang lelah.
24. Terimakasih untuk pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh peneliti. Terimakasih atas doa dan dukungannya hingga saat ini. Semoga Allah S.W.T membalas kebaikan kalian. Serta Almamaterku tercinta, Universitas Lampung yang telah memberikan banyak sekali pengalaman arti hidup yang sesungguhnya.

Bandar Lampung, 03 Januari 2023
Penulis

Tri Evita Yani

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Deskripsi Teori	8
2.1.1 Pengertian Strategi	8
2.1.2 Pengertian Pelayanan Prima (Service Excellence).....	8
2.1.3 Konsep Dimensi Standar Pelayanan Prima (Service Excellence).....	10
2.1.4 Kualitas Pelayanan (Service Quality).....	11
2.1.5 Strategi Pelayanan Prima (Service Excellence).....	12
2.1.6 Tujuan Pelayanan Prima	14
2.1.7 Pemasaran Jasa	16
2.1.8 Pemasaran Jasa Pelabuhan	16
2.2 Kajian Pustaka	18
2.3 Penelitian Pendahuluan	20
2.4 Kerangka Berfikir.....	23
III. METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Fokus Penelitian.....	25
3.3 Lokasi Penelitian.....	25
3.4 Informan	25
3.5 Jenis Data dan Sumber Data.....	27
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.7 Teknik Pengolahan Data.....	29

3.8 Teknik Keabsahan Data.....	30
3.9 Teknik Analisis Data.....	31
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.1.1 Organisasi Divisi Komersial.....	33
4.2 Profil Perusahaan	34
4.3 Hasil Penelitian.....	40
4.4 Pembahasan.....	49
4.4.1. Strategi Pelayanan Prima (Service Excellence)	55
V. SIMPULAN & SARAN	71

DAFTAR TABEL

<u>Tabel</u> 1. Penelitian Terdahulu.....	18
<u>Tabel</u> 2. Informan.....	26
<u>Tabel</u> 3. Kriteria <i>World class por</i>	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Perbandingan.....	4
Gambar 2. Kerangka Pikir.....	22
Gambar 3. Struktur Organisasi Divisi Komerial	33
Gambar 4. Gedung Pelabuhan Panjang.....	36
Gambar 5. Struktur Organisasi Pelabuhan Panjang	37
Gambar 6. Informasi Umum.....	40
Gambar 7. Roadmap perusahaan.....	42
Gambar 8. <i>E-Service</i>	60
Gambar 9. Portal <i>E-Service</i>	67
Gambar 10. Kapal MV Balthasar Schulte.....	70

I . PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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

Mengoperasikan 12 Pelabuhan yang terletak di 10 Provinsi Indonesia. Dari Sumatera Barat hingga Jawa Barat, PT. Pelabuhan Indonesia II menjadi salah satu BUMN strategis dimana seluruh pelabuhan yang dikelola memiliki posisi yang signifikan dalam keterhubungan jaringan perdagangan internasional berbasis transportasi laut.

PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang adalah Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dibidang logistik, secara spesifik pada pengelolaan dan pengembangan pelabuhan. Pelabuhan panjang mampu berkembang menjadi pelabuhan samudera yang tidak hanya melayani pelayaran antar pulau tetapi juga melayani pelayaran internasional. Pembangunan pelabuhan panjang disertai penambahan fasilitas dan peralatan akan terus dilakukan secara bertahap sesuai kebutuhan pengguna jasa dan perkembangan perdagangan internasional.

Banyak kegiatan yang dilakukan oleh PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang seperti halnya :

1. Pelayanan Kapal

Pelayanan kapal merupakan jasa kegiatan operasional kapalmulai dari masuk hingga keluar pelabuhan. Pelayanan kapal meliputi:

- a. jasa Tambat : jasa yang diberikan untuk kapal yang merapat ke dermaga untuk melakukan kegiatan bongkar muat
- b. jasa Pandu : jasa yang diberikan untuk kapal keluar masuk menuju dermaga melalui alur pelabuhan, agar navigasi pelayaran dapat dilaksanakan dengan selamat, tertib, dan lancar demi keselamatan kapal dan lingkungan;
- c. jasa Tunda : jasa yang diberikan oleh kapal tunda untuk mendorong atau menarik kapal menuju atau keluar dermaga
- d. jasa Pelayanan air, sampah dan limbah : jasa yang diberikan untuk pelayanan air, pengelolaan sampah dan limbah kapal

2. Pelayanan Barang

Pelayanan barang merupakan pelayanan bongkar muat mulai dari kapal hingga penyerahan ke pemilik barang. Pelayanan barang meliputi:

- a. dermaga : Bangunan yang dirancang khusus pada suatu pelabuhan yang digunakan atau tempat kapal untuk ditambatkan atau merapat untuk melakukan kegiatan bongkar muat barang dan penumpang kapal
- b. gudang Penumpukan : suatu bangunan atau tempat tertutup yang digunakan untuk menyimpan barang-barang yang berasal dari kapal atau yang akan dimuat ke kapal
- c. lapangan Penumpukan: sebuah lahan terbuka di dalam area terminal yang digunakan untuk menempatkan atau menumpuk petikemas atau barang lainnya yang disusun secara berencana baik barang yang akan dimuat ke kapal ataupun barang setelah dibongkar dari kapal
- d. *Receiving/Delivery* : Pekerjaan memindahkan barang dari timbunan atau tempat penumpukan di gudang/lapangan penumpukan dan menyerahkan sampai tersusun di atas kendaraan di pintu gudang/lapangan penumpukan atau sebaliknya

3. Pelayanan Rupa-rupa

Merupakan jasa pelayanan yang menunjang kegiatan yang ada di pelabuhan. Pelayanan rupa-rupa meliputi:

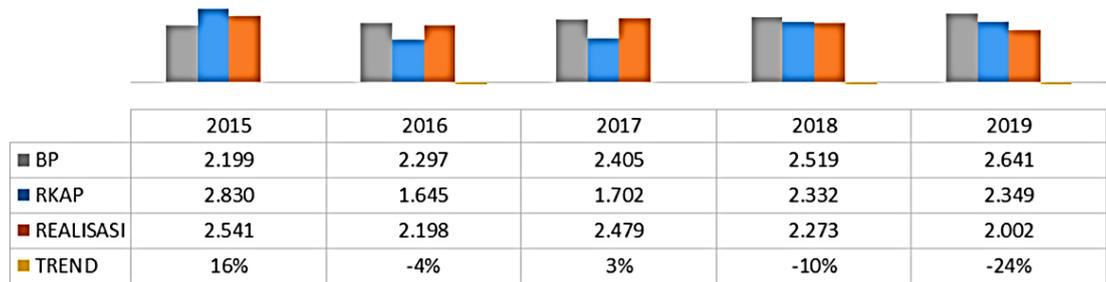
- a. Pas Pelabuhan : Biaya masuk area pelabuhan untuk perseorangan dan kendaraan bermotor
- b. jasa Pemeliharaan alat-alat Pelabuhan : jasa yang diberikan, berupa persewaan *forklift*, kran (darat, apung dan listrik), kapal tunda, motor boat dan alat pemadam kebakaran
- c. jasa Penyewaan Tanah, Bangunan, air, dan listrik (TBal): merupakan jasa persewaan lahan, bangunan, air bersih serta energi listrik.

PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) cabang Panjang merupakan satu-satunya Pelabuhan Modern berskala International di Lampung. Pelabuhan panjang disebut sebagai gerbang ekonomi atau pintu utama bagi perekonomian warga masyarakat Kota Bandar Lampung khususnya dan segenap warga masyarakat Provinsi Lampung umumnya. Kini, pelabuhan panjang terus berkembang menjadi pelabuhan terbesar di Provinsi Lampung Pulau Sumatra dan berperan sebagai urat nadi pertumbuhan ekonomi di Provinsi Lampung hingga saat ini.

Luas areal lahan pelabuhan masih dapat dikembangkan untuk kerjasama pembangunan berbagai terminal guna melayani kebutuhan pengguna jasa kepelabuhanan. Disamping itu lahan pertanian dan perkebunan yang membentang di provinsi Lampung sangat subur untuk kegiatan agrobisnis. Tersedianya jalan akses yang menghubungkan lokasi pelabuhan dengan hinterlandnya memudahkan transportasi dan distribusi berbagai komoditi hasil pertambangan dan agrobisnis baik untuk keperluan ekspor, impor maupun domestik.

Walaupun pelabuhan panjang dikenal minim pesaing, terdapat pula ancaman yang memerlukan strategi matang agar bisnis kepelabuhanan PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang panjang terus berjalan dengan baik.

Berikut salah satu *threat* Pelabuhan Panjang :



Gambar 1. Grafik Perbandingan

Sumber: *Business Plan Cabang Pelabuhan Panjang PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Tahun 2020-2024*

Dari data *BusinessPlan* Cabang Pelabuhan Panjang PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Tahun 2020-2024, Pada BAB II Bagian EVALUASI BP PERIODE SEBELUMNYA (2015-2019). Pelabuhan Panjang menunjukkan trend penurunan jika dibandingkan dengan tahun 2015. Perubahan ini salah satunya disebabkan karena adanya perpindahan kargo milik PT Sinar Indah Perkasa dan PT Bukit Asam (Persero) yang semulanya melakukan kegiatan kepelabuhanan di PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang ditahun 2015, untuk tahun berikutnya sampai dengan saat ini perusahaan tersebut tidak melakukan kegiatan kepelabuhanan di PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang, dikarenakan sudah memiliki Terminal Untuk Kebutuhan Sendiri (TUKS).

Hal ini memungkinkan pelabuhan panjang untuk menyusun strategi dengan bijak untuk memastikan bahwa perusahaan yang dioperasikan dapat bertahan dalam berbagai situasi dan memenangkan banyak pelanggan. Kepuasan kebutuhan dan keinginan serta nilai kualitas sangat ditentukan oleh kepentingan dan kepuasan pelanggan sebagai pengguna, jika sebuah bisnis berhasil mempertahankan pelanggannya, maka akan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan.

Sebagai sebuah perusahaan penyedia jasa kepelabuhanan dan logistik terkemuka di Indonesia, dengan visi perusahaan untuk menjadi pengelola pelabuhan kelas dunia yang unggul dalam operasional dan pelayanan berlandaskan atas lima pilar

utama, yaitu *Customers Centric, Integrity, Nasionalism, Team Work, dan Action*. Perusahaan berfokus untuk mengoptimalkan kinerja yang berkelanjutan (*Sustainable*) memposisikan diri sebagai *World Class Port*, dimana untuk menuju kesana perlu kepuasan dan keterikatan dari pelanggan kepada PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang sehingga Perusahaan dapat menjaga keberlangsungan bisnisnya.

Sebuah instansi perlu mengetahui bagaimana memperlakukan pelanggan dengan kebutuhan yang berbeda dengan cara yang berbeda sehingga bisnis dapat menjangkau kepuasan pelanggan. Perusahaan perlu membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk dapat mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Tantangan yang dihadapi setiap perusahaan saat ini umumnya terfokus pada pelayanan kebutuhan pelanggan (*Customer*) yang berorientasi pada kepuasan (*Customer Satisfaction*) yang salah satunya dengan cara membangun kepercayaan.

Cara membangun kepercayaan adalah memberikan jaminan bahwa perusahaan akan selalu menepati janji yang telah mereka berikan kepada pelanggan melalui peningkatan kualitas pelayanan salah satunya dengan mengembangkan strategi perusahaan dalam menciptakan pelayanan prima (*Service Excellence*)

Produk jasa berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha atau organisasi.

Pelayanan terhadap pelanggan bukan hanya dalam hal pemenuhan dan memberikan kepuasan tentang apa yang dijual, akan tetapi juga kepuasan pelanggan dalam memperoleh informasi dan menyampaikan keluhan (Yanti, 2013). Saat kepuasan pelanggan terpenuhi maka *customer service* telah mencapai *service excellence*.

Maka penelitian ini, peneliti memfokuskan pada strategi PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang dalam membina hubungan baik dengan pelanggan yaitu dengan upaya perusahaan dalam menciptakan *Service Excellence*.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang Dalam Menciptakan *Service Excellence* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui Strategi PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang dalam Menciptakan Strategi *Excellence*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang teoritis dan kegunaan yang bersifat praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi, dan masyarakat secara keseluruhan. Manfaat dengan dilakukan penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini di harapkan menjadi salah satu rujukan atau memberikan informasi kepada pembaca terkait masalah tentang strategi menciptakan *service excellence* pada PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang

2. Manfaat praktis

1) Bagi Pembaca Hasil

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa yang akan melanjutkan penelitian tentang *service excellence* menggunakan teknik analisis secara kualitatif.

2) Terhadap Perusahaan

Penelitian ini diharapkan Sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan pelayanan prima, kualitas layanan, kepercayaan yang diberikan dan kepuasan pelanggan sehingga bisa mempertahankan jumlah pelanggan dan bisa meningkatkan jumlah pengguna jasa perusahaan tersebut.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1 Pengertian Strategi

Strategi pada hakekatnya merupakan gambaran dari serangkaian kegiatan perusahaan untuk menciptakan, mempertahankan produk yang dihasilkan. Menurut Craig & Grant (1996) Strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang (*targeting and long-term goals*) sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan (*achieve the goals and objectives*).

Stephane K. Marrus, mendefinisikan strategi sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut tercapai. Strategi menurut Chandler merupakan tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.

2.1.2 Pengertian Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Service Excellence (Pelayanan Prima) adalah kemampuan maksimal seseorang dalam berhubungan dengan orang lain dalam hal pelayanan. Pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun eksternal berdasarkan standar dan prosedur pelayanan. *Service Excellence* (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/masyarakat (Maddy, 2009)

Pendapat lain mengemukakan bahwa *Service Excellence* adalah kepedulian terhadap pelanggan. Jadi pelayanan prima pada dasarnya adalah rasa kepedulian organisasi yang berorientasi keuntungan (*profit oriented*) atau organisasi yang berorientasi sosial (*nonprofit*) terhadap pelanggan yang ditunjukkan dengan adanya sikap, perhatian, dan Tindakan nyata, sehingga pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan prima yang diberikan (Pratomo & Shaff, 2000).

Menurut Judiardi (2010) dikatakan bahwa *Service Excellence* ialah:

- a. Memperbaiki barang yang rusak atau using
- b. Memberikan layanan yang menyenangkan

Pelayanan Prima (*Service Excellence*) dapat dipahami sebagai melayani lebih dari yang diharapkan, dengan memberikan perhatian kepada waktu, ketepatan, keamanan, kenyamanan, kualitas, biaya, proses, dan kepuasan.

Adapun pendapat lain yang menyatakan layanan prima adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (Rahmayanty, 2010). Menurut Khairul Maddy (2009), terdapat definisi tentang kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Kualitas merupakan usaha untuk memenuhi harapan pelanggan
- b. Kualitas merupakan kondisi mutu yang setiap saat mengalami perubahan
- c. Kualitas itu mencakup proses, produk, barang, jasa, manusia, dan lingkungan
- d. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

2.1.3 Konsep Dimensi Standar Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya. Konsep pelayanan prima berdasarkan A6 (Barata, 2003), yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan konsep-konsep Sikap (*Attitude*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), Kemampuan (*Ability*), Penampilan (*Appearance*), dan Tanggung jawab (*Accountability*).

a) Sikap (*Attitude*)

Sikap adalah perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan, yang meliputi penampilan yang sopan dan serasi, berpikir positif, sehat dan logis, dan bersikap menghargai.

b) Perhatian (*Attention*)

Perhatian (*Attention*) adalah kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya, yang meliputi mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan, dan mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan.

c) Tindakan (*Action*)

Tindakan (*Action*) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan, yang meliputi mencatat setiap pesanan para pelanggan, mencatat kebutuhan para pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan, mewujudkan kebutuhan para pelanggan, dan menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan mau kembali.

d) Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan (*Ability*) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan mengembangkan public relation sebagai instrument dalam membina hubungan kedalam dan keluar organisasi atau perusahaan.

e) Penampilan (*Appearance*)

Penampilan (*Appearance*) adalah penampilan seseorang baik yang bersifat fisik saja maupun fisik atau non fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.

f) Tanggung Jawab (*Accountability*)

Tanggung Jawab (*Accountability*) adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

2.1.4 Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Service quality atau kualitas pelayanan adalah pencapaian dalam upaya menjawab semua kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang diberikan pihak perusahaan kepada pelanggan bertujuan untuk mengambil hati pelanggan tersebut supaya bersedia untuk membeli produk yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Keller (2016), Kualitas Layanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Menurut Parasuraman, Leonard L. Berry, Valarie A. Zeithaml (1988) terdapat 5 dimensi yang dapat menjadi acuan dalam memerikan pelayanan yang berkualitas yaitu :

a. *Realibility* (Kehandalan)

Kemampuan perusahaan untuk melakukan layanan yang dijanjikan yang dapat diandalkan dan akurat

b. *Tangible* (Bukti Fisik)

Penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana komunikasi serta penampilan dari karyawan tersebut

c. *Responsiveness* (Kepekaan)

Kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat

d. *Assurance* (Jaminan)

Pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan dari karyawan untuk menyampaikan rasa percaya dan percaya diri

e. *Empathy* (Empati)

Perhatian khusus yang diberikan kepada pelanggan

2.1.5 Strategi Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Dalam suatu perusahaan di perlukan adanya strategi dalam menentukan pelayanan yang berkualitas yaitu dengan strategi pelayanan prima.

Pelayanan dalam bahasa inggris disebut *service*. Catherine DeVrye (1997) mengolah kata *service* ke dalam 7 Strategi yaitu:

1. *Self Esteem* (Memberi nilai pada diri)
2. *Exceed Expectations* (Melampaui harapan konsumen)
3. *Recover* (memperbaiki)
4. *Vision* (Visi)
5. *Improve* (Melakukan Peningkatan Perbaikan)
6. *Care* (Memberi Perhatian)
7. *Empower* (Pemberdayaan)

Dalam hal ini peneliti menambahkan beberapa uraian kata “*SERVICE*” sehingga menjadi lebih bermakna dan sesuai dengan penelitian ini yaitu:

a. *S – elf Awareness & Self Esteem*

Self Awareness & Self Esteem yaitu menanamkan kesadaran diri bahwa melayani adalah tugasnya dan melaksanakannya dengan baik serta menjaga martabat diri dan orang lain adalah kehormatan.

b. *E – mpathy & Enthusiasm*

Empathy & Enthusiasm yaitu melayani dengan penuh kepedulian dan penuh kegairahan sehingga dapat melampaui harapan konsumen.

c. *R – eform & Recover*

Reform & Recover yaitu selalu berusaha untuk memperbaiki dan meningkatkan pelayanannya.

d. *V – alue & Victory*

Value & victory yaitu pelayanan mampu memberikan nilai tambah dan memberikan kemenangan bagi semua pihak.

e. *I – nitiative & Impressive*

Initiative & Impressive yaitu memberikan pelayanan dengan penuh inisiatif dan mengesankan bagi customer.

f. *C – are & Corporativeness*

Care & Corporativeness yaitu menunjukkan perhatian kepada customer dengan sungguh-sungguh dan membina kerja sama yang baik.

g. *E – valuation & Empowerment*

Evaluation & Empowerment yaitu melakukan penilaian, perenungan dan mengupayakan selalu untuk memberdayakan seluruh asset yang ada pada diri *customer service*.

Tujuan Pelayanan Prima

Terdapat beberapa tujuan pelayanan prima menurut (Daryanto 2017) yaitu :

1. Untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan.
2. Untuk menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan agar segera membeli barang atau jasa yang ditawarkan pada saat itu juga.
3. Untuk membutuhkan kepercayaan pelanggan terhadap pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan.
4. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan yang tidak perlu dikemudian hari terhadap produsen.
5. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan.
6. Untuk menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya

2.1.6 Pengertian Jasa

Jasa sangat dibutuhkan dalam setiap aspek kehidupan manusia. Berikut ini merupakan pengertian jasa menurut 3 pakar :

Definisi jasa menurut Phillip Kotler (Lupiyoadi 2006): Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya.

Definisi jasa menurut Rangkuti (2006): Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tidak kasat mata dari suatu pihak ke pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan sehingga interaksi antara pemberi dengan penerima jasa saling mempengaruhi hasil jasa tersebut. Jasa memiliki karakteristik unik yang membedakannya dengan barang, yakni (Tjiptono, 2000):

1. Tidak berwujud (*intangibles*):
Jasa bersifat tidak berwujud, artinya tidak dapat dilihat, diraba, diraba, atau didengar sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian,

konsumen memperhatikan tanda-tanda atau bukti-bukti kualitas jasa tersebut dari tempat, orang, peralatan, materi komunikasi, simbol dan harga yang mereka amati. Oleh karena itu perusahaan jasa menghadapi tantangan untuk mengelola keterangan atau informasi untuk mewujudkan produk yang tidak berwujud.

2. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*):

Jasa tidak dapat dipisahkan dari proses produksi dan konsumsinya. Jasa biasanya dijual terlebih dahulu, kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan konsumen mempengaruhi hasil dari jasa tersebut, sehingga perusahaan jasa perlu memperhatikan proses rekrutmen, kompensasi sertapelatihan dan pengembangan karyawan. Selain itu juga memberi perhatian khusus kepada tingkat partisipasi konsumen dalam proses jasa, penyediaan fasilitas jasa dan pemilihan lokasi yang tepat.

3. Keanekaragaman (*variability*):

Jasa bersifat sangat beraneka ragam karena merupakan nonstandardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Para pembeli jasa sangat peduli terhadap variabilitas yang tinggi ini dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih penyedia jasa.

4. Tidak tahan lama (*perishability*):

Jasa merupakan komunitas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan, dengan demikian bila suatu jasa tidak dapat digunakan maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja. Jika permintaan jasa dari konsumen tidak konstan, karena biasanya sangat bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman, maka hal ini akan menjadi masalah. Oleh karena itu, perusahaan jasa harus mengevaluasi kapasitasnya untuk menyeimbangkan penawaran dan permintaan.

2.1.7 Pemasaran Jasa

Ahli pemasaran dunia, Kotler mendefinisikan pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, menawarkan, dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. Konsep pemasaran berorientasi pada pelanggan (lingkungan eksternal), dengan anggapan bahwa konsumen hanya akan bersedia membeli produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya serta memberikan kepuasan, implikasinya, fokus aktifitas pemasaran dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan adalah berusaha memuaskan pelanggan melalui pemahaman perilaku konsumen secara menyeluruh dan dijabarkan dalam kegiatan pemasaran yang mengintegrasikan kegiatan fungsional.

Menurut Sulaiman dan Zakaria konsep 4P (*Product, Price, Promotion, Place*) lebih fokus pada strategi dalam memasarkan suatu produk, sedangkan 2P (*Process, People*) adalah tambahan penyempurna yang fokus utamanya adalah pada praktik bisnis jasa (pelayanan). Pendekatan pemasaran 4P yaitu *Product, Price, Place and Promotion*, sering berhasil untuk barang, tetapi berbagai elemen tambahan memerlukan perhatian dalam bisnis jasa. Booms dan Bitler menyarankan tambahan 3P yang terlibat dalam pemasaran jasa yaitu *people, physical evidence* dan *process*. Dari uraian tersebut, peneliti lebih setuju pada pendapat yang dikemukakan oleh Booms dan Bitler dengan menambahkan 3P pada bauran pemasaran yang sebelumnya hanya 4P. Sehingga jumlahnya menjadi 7P.

2.1.8 Pemasaran Jasa Pelabuhan

Fungsi pemasaran bagi suatu perusahaan merupakan elemen yang sangat penting. Terutama di dalam lingkungan bisnis dengan persaingan yang sangat kompetitif seperti jasa kepelabuhanan. Jasa kepelabuhanan yang ditawarkan

tidak akan banyak dikenal dan tidak akan laku di pasaran bila kegiatan pemasaran yang dilakukan kurang baik.

Wang (2011) menjabarkan proses pemasaran (marketing process) dalam industri kepelabuhanan ini menjadi tiga aspek utama, yaitu :

1. Membentuk loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) melalui kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan kerangka dasar dari terciptanya hubungan yang baik dalam jangka panjang antara perusahaan dengan para pelanggannya. Kemampuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan secara efektif inilah yang akan menjadi fondasi dari terciptanya hubungan semacam ini. Hal ini menjadi penting karena kini semakin disadari bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat vital dalam dunia bisnis (Irawan 2003).
2. Membangun kepercayaan (*mutual trust*) dengan pelabuhan lain. Persaingan antarpelabuhan di dunia internasional saat ini sangat ketat. Seluruh perusahaan semakin menyadari bahwa mereka perlu menggunakan kekuatan inti mereka untuk membuat kerjasama multilateral dengan perusahaan lain dalam rangka mewujudkan kerja sama yang menguntungkan diantara mereka. Tujuan utama dari kerjasama ini tentunya untuk memenuhi kebutuhan layanan pelanggan, meningkatkan kualitas layanan untuk memenangkan kepuasan pelanggan.
3. Menciptakan karyawan yang memiliki loyalitas kepada perusahaan. Sikap saling percaya yang dijawantahkan dalam bentuk dukungan antara perusahaan dan karyawan adalah dasar bagi hubungan jangka panjang perusahaan dan pelanggan eksternal. Tanpa dasar ini, hubungan antara klien dan perusahaan tidak akan efektif sama sekali. Oleh karena itu, dedikasi karyawan akan menjadi faktor kunci keberhasilan pengembangan perusahaan. Dengan kata lain, perusahaan perlu memperlakukan para karyawannya secara istimewa dengan membangkitkan antusiasme dan potensi mereka, meningkatkan kepuasan dan loyalitas karyawan, serta memberikan kesejahteraan yang baik bagi mereka. Untuk menentukan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang akan dipuaskan bukanlah hal yang

mudah, hal ini disebabkan karena kebutuhan dan keinginan pelanggan selalumengalami perubahan dari waktu ke waktu.

Jika pelanggan merasa puas, maka ada kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang (Semuel 2006). Hal ini juga terbukti berdasarkan hasil penelitian yang menyatakan bahwa persepsi pelanggan terhadap pemberian pelayanan kualitas jasa (*service quality*) yang baik dapat diprediksi adanya kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) secara keseluruhan dan pelanggan akan mengulang untuk menggunakan jasa tersebut (Mushi 2013).

2.2 Kajian Pustaka

Untuk menghindari kesamaan terhadap penelitian yang sudah ada, penulis mencoba melakukan penelusuran terhadap penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya, antara lain sebagai berikut :

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

1.	Nama Penulis	Lynda Silviani Wati
	Tahun Penelitian	2018
	Judul Penelitian	Penerapan service excellent terhadap pelayanan digaleri indosat cabang solo
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil Penelitian	Secara keseluruhan dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah bahwa PT. Indosat telah menerapkan service excellen untuk pelayanan galeri dengan baik. Dan sebagai saran hendaknya PT. Indosat Untuk menjaga loyalitas pelanggan, perlu sekali ditingkatkan pengadaan event di galeri indosat dengan pemberian reward terhadap pelanggan. Tata ruang dan dekorasi galeri dibuat lebih menarik dan nyaman dengan

		tidak lupa untuk menonjolkan ciri khas dari indosat
2	Nama Penulis	Ruth Retno Dewi
	Tahun Penelitian	2019
	Judul Penelitian	Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Ekuitas Pelanggan Melalui Loyalitas
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil Penelitian	Adanya pendapat yang signifikan terhadap pelayanan prima. 90% Sangat berpengaruh pelayanan prima terhadap meningkatnya ekuitas pelanggan
3	Nama Penulis	Nada Akrobin
	Tahun Penelitian	2019
	Judul Penelitian	Pengaruh Service Excellence Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pda Nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Yogyakarta)
	Metode Penelitian	Kuantitatif
	Hasil Penelitian	Semua variabel bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Yogyakarta. Secara parsial, variabel kehandalan/kemampuan dan tanggung jawab berpengaruh positif dan signifikan, variabel daya tanggap/tindakan tidak berpengaruh negative dan signifikan, sedangkan variabel bukti fisik, jaminan, empati/perhatian, sikap dan penampilan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di kota Yogyakarta.
4	Nama Penulis	Alif Arfian Syah
	Tahun Penelitian	2020

	Judul Penelitian	Implementasi Service Excellence Oleh Customer Service Pada BMT Bismillah Sukorejo.
	Metode Penelitian	Kualitatif deskriptif
	Hasil Penelitian	Penelitian ini membahas : bagaimana Implementasi service excellence oleh customer service pada BMT Bismillah Sukorejo.
5	Nama Penulis	Ernawati
	Tahun Penelitian	2020
	Judul Penelitian	Peran Pelayanan Prima Kasir Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.Aeon Indonesia Tangerang
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil Penelitian	Mengetahui penerapan pelayanan prima kasir pada PT AEON Indonesia dan mengetahui apa saja hambatan dalam penerapan pelayanan prima kasir di PT AEON.

2.3 Penelitian Pendahuluan

PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang atau sering disebut sebagai Pelabuhan Panjang merupakan BUMN yang bergerak di bidang usaha pelayanan jasa kepelabuhan dan sebagai pendukung utama transportasi laut yang secara langsung maupun tidak langsung berperan aktif dalam pembangunan ekonomi Provinsi Lampung. Berdasarkan hierarkinya Pelabuhan Panjang ditetapkan sebagai pelabuhan utama.

Pelabuhan utama adalah pelabuhan yang fungsi pokoknya melayani kegiatan angkutan laut dalam negeri dan internasional, alih muat angkutan laut dalam negeri dan internasional dalam jumlah besar, dan sebagai tempat asal tujuan penumpang dan/atau barang, serta angkutan penyebrangan dengan jangkauan

antar provinsi. Kecamatan Panjang merupakan salah satu kecamatan di Kota Bandar Lampung dan berada di wilayah pesisir Kota Bandar Lampung.

Selain itu di Kecamatan Panjang terdapat pelabuhan internasional yaitu Pelabuhan Panjang dan perusahaan-perusahaan multinasional seperti perusahaan industri dan pergudangan sesuai dengan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Bandar Lampung tahun 2011-2030 dimana Kecamatan Panjang ditetapkan sebagai kawasan industri dan pergudangan.

Pada mulanya Pelabuhan Panjang hanyalah pelabuhan kecil di Teluk Betung yang disinggahi kapal-kapal motor dan perahu layar yang mengangkut hasil perikanan dan pertanian keluar daerah lampung atau sebaliknya mengangkut barang barang dari daerah lain ke daerah lampung untuk memenuhi kebutuhan Provinsi Lampung dan sekitarnya. Dengan adanya peningkatan kegiatan pada abad ke XVII oleh Pemerintah Hindia Belanda, maka dibangun pelabuhan panjang yang dikenal dengan nama "*Oesthaven*". Pembangunan tahap pertama yaitu dermaga sepanjang 200 meter dengan menggunakan konstruksi caisson dengan kedalaman -7 LWS (*Low Water Spring*) beserta satu unit gudang dengan luas ± 1.000 m³.

Pelabuhan panjang saat ini telah tumbuh dan berkembang menjadi pelabuhan samudera yang melayani pelayaran antar pulau dan antar negara. Pembangunan pelabuhan panjang dengan menambah fasilitas dan peralatan penunjang, ini terus dilakukan secara bertahap sejalan dengan tuntutan permintaan pengguna jasa serta perkembangan perdagangan internasional.

Beberapa ancaman dan tantangan yang akan dihadapi oleh Cabang Pelabuhan Panjang dimasa mendatang diantaranya:

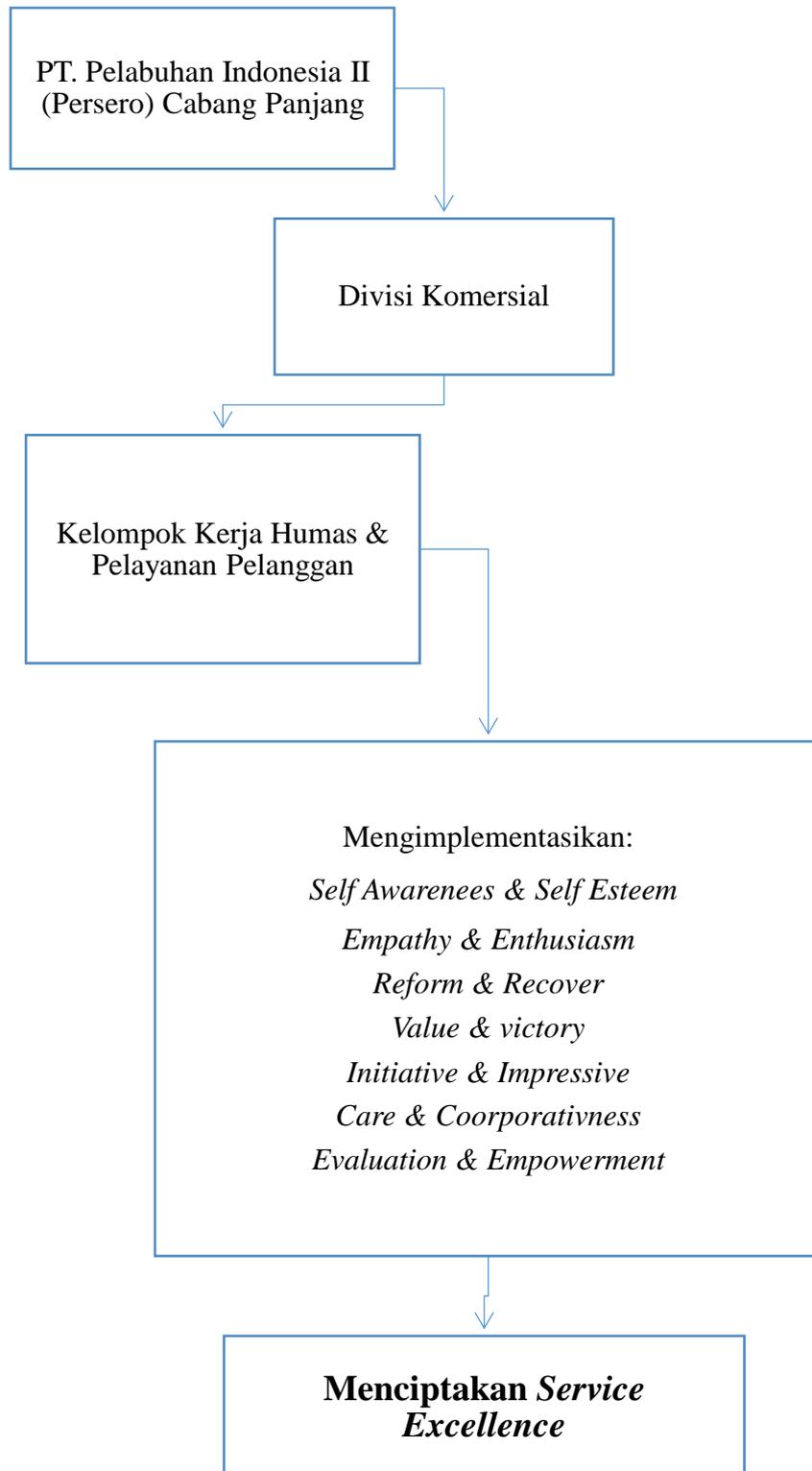
1. Masih terdapat lahan yang belum optimal yang dikuasai oleh masyarakat
2. Hadirnya pesaing baru berupa TUKS yang bisa berstatus sebagai BUP (Badan Usaha Pelabuhan) yang dapat melayani barang-barang miliknya sendiri
3. Belum optimalnya jumlah kargo domestik yang menggunakan jasa kepelabuhanan

4. berubahnya Regulasi terkait bisnis kepelabuhanan dikemudian hari.

Dengan beroperasinya beberapa Terminal disekitar Pelabuhan Panjang antara lain PT Bukit Asam (Persero), PT Tanjung Enim Lestari, PT Sumber Indah Perkasa, PT Semen Padang, dan PT Semen Holcim dapat mengakibatkan turunnya jumlah kargo yang dilayani melalui Pelabuhan Panjang, baik yang selama ini telah dilayani oleh PT Pelindo II (Persero) Cabang Panjang maupun kargo potensial lainnya.

Adanya lahan HPL milik PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang yang belum dimanfaatkan secara optimal di lingkungan pelabuhan dan beberapa lahan yang dimanfaatkan oleh warga sekitar untuk pemukiman (tanpa izin) sehingga dikhawatirkan dapat menghambat pembangunan Pelabuhan Panjang dalam menjawab tantangan bisnis kedepan terutama kebutuhan lahan pendukung operasional pelabuhan. Oleh karena itu diperlukan strategi yang baik untuk tetap bisa mempertahankan kesetiaan pelanggan sehingga Perusahaan dapat menjaga keberlangsungan bisnisnya.

2.4 Kerangka Berfikir



Gambar 2. Kerangka Pikir

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif ini dapat digunakan untuk memahami interaksi social, misalnya dengan wawancara mendalam secara teoritis format penelitian kualitatif. Menurut Moleong dalam Hiriansah (2019) Metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Menurut Sugiyono Sarwono (2018) Melalui metode ini akan diperoleh data dan informasi tentang gambaran suatu fenomena, fakta, sifat, serta hubungan fenomena tertentu secara komprehensif dan integral. Menurut Moleong dalam Hiriansah (2019) Penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lainnya secara *holistic* dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Penentuan sample, pertama-tama dipilih satu atau dua orang dan akan bertambah jika belum lengkap terhadap data yang diberikan, maka penelitian mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dapat melengkapi data yang diberikan dua orang sebelumnya populasi ataupun ciri-ciri analisis data yang diberikan dua orang sebelumnya populasi ataupun ciri-ciri analisis data bersifat kualitatif. Hasil penelitian ini hanya mendeskripsikan wawancara mendalam terhadap subjek penelitian sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas penelitian dilakukan di PT. Pelabuhan Indonesia (persero) II Persero cabang Panjang.

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian bermanfaat jadi pembatasan mengenai objek penelitian yang diangkat. Manfaat lainnya agar peneliti tidak terjebak pada banyaknya data yang diperoleh di lapangan. Penentuan fokus penelitian lebih diarahkan kepada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi perusahaan, ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih data yang relevan dan data yang tidak relevan .

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian. Sedangkan sumber data merupakan segala data yang diberikan oleh informan berupa keterangan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti. Fokus penelitian ini adalah menjelaskan bagaimana Strategi PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang Dalam Menciptakan *Service Excellence*. Data dan dokumen terkait diperoleh dari pihak Sub Komersial Kelompok kerja Hubungan Masyarakat (Humas) pelindo panjang .

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat melakukan penelitian terutama dalam menangkap fenomena yang sebenarnya terjadi objek yang diteliti dalam rangka mendapatkan data-data penelitian yang benar. Lokasi penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah bertempat di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Panjang, Bandar Lampung, beralamatkan di Jl Yos Sudarso nomor 337, Panjang, Bandar Lampung

3.4 Informan

Informan penelitian adalah orang-orang yang dapat memberikan informasi. Informan penelitian adalah sesuatu baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi), yang sifat keadaanya diteliti, (Sukandarumidi, 2002).

Dalam penelitian ini menentukan informan dengan menggunakan teknik *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu, yang benar-benar menguasai suatu objek yang peneliti peliti. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu atau perorangan. Untuk memperoleh informasi yang diharapkan, peneliti terlebih dahulu menentukan informan yang akan diminta informasinya. Untuk menentukan informan tersebut, penulis memilih beberapa informan penelitian. Adapun kriteria pemilihan informan sebagai berikut :

1. Memiliki peran sebagai salah satu pimpinan tim di PT. Pelabuhan Indonesia
2. Mengetahui jelas perencanaan dan strategi pengembangan bisnis pelindo
3. Merasakan dampak dari kejadian maupun permasalahan di Pelindo
4. Terlibat langsung dalam pengembangan dan penyelesaian masalah di bisnis pelindo
5. Memiliki data konkrit dan dapat berargumentasi dengan baik

Informan yang dipilih dikarenakan merupakan pihak yang mengetahui bisnis Jasa Pelindo panjang. Berdasarkan uraian di atas, maka informan dalam penelitian ini adalah :

Tabel 2. Informan

Jabatan	Nama
DGM divisi Komersial	Budi Waluyo
Manager Sub bagian Komersial	Wahyu Wardana
SPV. kelompok kerja Hubungan Masyarakat	Frans Radian
Staff kelompok kerja Hubungan Masyarakat	Tirtha Dirva

3.5 Jenis Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Menurut (Radjab dan Jam'an, 2017) Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber data utama yang bersifat aktual. Data primer dapat dihimpun melalui wawancara mengenai fenomena yang terjadi secara langsung kepada informan yang relevan dan menggali pengalaman dari informan untuk memperkuat hasil wawancara.

2. Data Sekunder

Menurut (Radjab dan Jam'an, 2017) Data sekunder adalah data tambahan yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh melalui sumber-sumber bacaan seperti surat pribadi, buku harian, surat kabar, majalah, naskah penulisan, buku-buku maupun konsep teori pendukung yang lainnya. Melalui penelitian ini, penulis akan mengumpulkan data dari arsip-arsip perusahaan seperti dokumen perusahaan, profil perusahaan dan data-data lengkap dari *bussinesplan* pelindo panjang

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data merupakan langkah yang sangat strategis dalam penelitian. Adapun tujuan dari penelitian adalah memperoleh data. Secara umum teknik pengumpulan data ada empat yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan gabungan atau triangulasi. Dalam penelitian yang dilakukan, penulis menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data diantaranya :

1. Wawancara

Lexy J Moleong (2010) Wawancara merupakan proses memperoleh penjelasan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab bisa sambil bertatap muka ataupun tanpa tatap muka, yaitu melalui media telekomunikasi antara pewawancara dengan narasumber.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara secara tidak terstruktur yaitu wawancara yang dilakukan secara bebas dengan mengajukan pertanyaan secara garis-garis besar pertanyaan yang ditanyakan. Wawancara ini digunakan untuk memperoleh data yang tepat dengan mengajukan pertanyaan kepada informan. Informan wawancara pada penelitian ini ialah Budi Waluyo selaku DGM Komersial, Wahyu Wardana selaku Manager, Frans Radian selaku Supervisor dan Tirta dirva selaku staff Humas.

2. Observasi

Menurut Nana Syaodih Sukmadinata (2010) Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian dan membantu manusia khususnya. Serta untuk mengevaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi tertentu. Beberapa bentuk observasi yaitu observasi partisipasi, observasi tidak terstruktur dan observasi kelompok. Pada penelitian ini observasi yang digunakan yaitu observasi tidak terstruktur. Dimana fokus penelitian akan tetap berkembang selama kegiatan observasi berlangsung. Pada hal ini observasi yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung kepada team Hubungan Masyarakat serta Pegawai Sub Komersial untuk membuktikan kebenaran dari informasi yang didapat dari wawancara yang telah dilakukan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data melalui peninggalan tertulis atau sebuah catatan peristiwa yang sudah terjadi berlalu. Teknik pengumpulan data secara dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mendapatkan informasi dan berbagai macam sumber tertulis atau dokumen baik berupa gambar, patung dan lain-lain ataupun pada subjek yang tempat tinggal atau yang melakukan kegiatan sehari-hari.

Tidak hanya wawancara, penelitian ini juga menggunakan dokumentasi untuk melengkapi data yang telah diperoleh. Dengan dokumentasi, peneliti dapat mencatat dan menyelidiki data-data yang bersifat sekunder. Data ini dapat diperoleh dari pemotretan dan perekam objek penelitian tentang strategi PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang Dalam Menciptakan *Service Excellence*.

3.7 Teknik Pengolahan Data

Sugiyono (2012) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Teknik analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi data. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman. Model Miles dan Huberman digunakan untuk mengelompokkan data hasil observasi dan wawancara secara bertahap sehingga diperoleh suatu kesimpulan. Penjabaran analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan. Langkah-langkah yang dilakukan adalah menajamkan analisis, menggolongkan atau pengkategorisasian ke dalam tiap permasalahan melalui uraian singkat, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik dan diverifikasi. Data yang di reduksi antara lain seluruh data mengenai permasalahan penelitian. Data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok dan difokuskan pada hal-hal yang penting.

2. Penyajian data

Data yang diperoleh dikelompokkan menurut pokok permasalahan dan dibuat dalam bentuk teks naratif, matriks, grafik, tabel, jaringan dan bagan sehingga mempermudah peneliti dalam mengelompok satu data dengan yang lainnya.

3. Penyimpulan dan Verifikasi

Data yang sudah di reduksi dan disajikan secara sistematis, selanjutnya akan disimpulkan. Biasanya pada kesimpulan yang pertama masih kurang jelas, sehingga diperlukan penyimpulan-penyimpulan berikutnya agar lebih jelas. Kesimpulan sementara perlu diverifikasi. Teknik yang dapat digunakan untuk memverifikasi adalah triangulasi sumber data dan metode, diskusi teman sejawat.

4. Kesimpulan akhir

Kesimpulan akhir diperoleh berdasarkan kesimpulan awal yang diverifikasi. Kesimpulan final ini diharapkan dapat diperoleh setelah pengumpulan data selesai.

3.8 Teknik Keabsahan Data

Dalam pengecekan dan keabsahan data peneliti menggunakan teknik triangulasi dengan cara mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. Menurut Lexy J Moleong (2010) Teknik ini dapat dicapai dengan dua cara yaitu dengan triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Triangulasi teknik berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Sedangkan triangulasi sumber berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama.

Triangulasi teknik digunakan untuk mencari data dari sumber yang berbeda dengan teknik yang berbeda. Dalam hal ini, peneliti membandingkan antara hasil wawancara dengan informan Dalam Menciptakan *Service Excellence* dan hasil observasi yang dilakukan. Selanjutnya triangulasi sumber untuk memperoleh data dengan teknik yang sama. Peneliti membandingkan data yang diperoleh dari informan satu dengan lainnya yang berkaitan dengan strategi perusahaan dalam Menciptakan *Service Excellence*.

3.9 Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan & Biklen (2010), Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode induktif, yaitu cara berfikir untuk menarik kesimpulan dari suatu fenomena-fenomena atau pendapat yang khusus menuju kesuatu kaidah atau pendapat yang bersifat umum.

Penulis mengamati masalah yang bersifat khusus kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum yaitu dengan cara mengamati dan mengumpulkan data lapangan, baru kemudian menganalisa strategi perusahaan dalam menciptakan *Service Excellence*, kemudian ditarik kesimpulan.

V. SIMPULAN & SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian kualitatif strategi PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Panjang Bandar Lampung dalam menciptakan *service excellence* dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Service excellence* atau Pelayanan prima merupakan suatu layanan terbaik yang diberikan perusahaan dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga dapat menciptakan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. *Service excellence* menjadi solusi tepat bagi pelabuhan panjang dikarenakan dalam mencapai visinya yaitu menjadi Pelabuhan kelas dunia, Pelabuhan Panjang harus unggul dalam operasi dan pelayanan. Sehingga penerapan *service excellence* merupakan strategi yang tepat.
2. Kelompok kerja Humas & Pelayanan pelanggan (*Customer service*) pelabuhan panjang adalah pihak yang terlibat dalam kegiatan interaksi dengan pelanggan, eksistensinya difungsikan melalui hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggan.
3. Pelabuhan panjang secara aktif meluncurkan berbagai program yang fokus dan berorientasi kepada pelanggan. Beberapa program yang dilakukan untuk mendukung hal tersebut adalah melalui pelayanan berbasis teknologi yaitu *digitalisasi port* seperti *Autogate, TOS, Auto Tally, VMS, E-Service, MOS, CFS Center, TPS Online, Gate Pass System*. Hal ini merupakan upaya peningkatan kualitas kinerja layanan dalam menciptakan *service excellence*.
4. Selain pada sisi operasional, Pelabuhan Panjang juga mengembangkan sistem pada sisi pengelolaan interaksi pelanggan yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pengguna jasa. Yaitu mengaktivasi enam fitur aplikasi digital Customer Relationship Management (CRM)

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk customer

Pada saat memiliki pengaduan hendaknya customer telah menyiapkan kelengkapan terkait aduan pada layanan *customer service*. Customer juga dapat melakukan pengaduan lebih awal pada *call center* yang sudah disediakan pada web atau bisa langsung telepon ke nomer telepon kantor Pelabuhan panjang.

Baiknya customer lebih kritis dalam hal melakukan pengaduan dan menanggapi berbagai kegiatan *customer service*. Misalnya ketika pelindo panjang melaksanakan kegiatan *customer visit*, *coffee morning*, survey pelanggan ataupun saat mengadakan acara *customer gathering*. Customer diharapkan lebih responsif dalam menyampaikan berbagai keluhan maupun pujian untuk berbagai pelayanan pelabuhan panjang. Selain itu juga customer perlu berlaku bijak dalam menggunakan fasilitas dan layanan yang disediakan oleh Pelabuhan panjang.

5.2.2 Saran Untuk Perusahaan

Pada upaya mewujudkan *digital port*, penerapan *Gate pass system* Pelabuhan panjang perlu memperhatikan kembali penertiban akses masuk Pelabuhan di Lingkungan Pelabuhan panjang. Misalnya dengan memberlakukan pengetatan otomatisasi *Gate Pass System* agar dapat berjalan dengan optimal, lalu jika masih terjadi kendala di system bisa dikombinasikan dengan cara manual, yaitu jemput bola supaya kendaraan tidak antre/macet saat mau masuk pelabuhan.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, (2018).
- Alif, Alif Arfian Syah. "Implementasi *Service Excellence* Oleh *Customer Service* Pada BMT BISMILLAH Sukorejo" *BALANCA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 2.1 (2020)
- Ardiansyah, Agil Nauval, and Vicky F. Sanjaya. "Pelayanan Prima (*service excellence*) di PT. Daanish Mikha Salsa (DMS tour dan travel lampung)." *EKSYDA: Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 2.1 (2021)
- Azis, M., & Syariah, J. E. "Gribel Mentari Ceria Ahe Unit Klitik" skripsi oleh : Choirun Nisa ' (2021).
- Bungin, H. M. Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Group (2015)
- Candra, A. W., & Oktafia, R. "Penerapan Manajemen Pelayanan Prima untuk Peningkatan Kepuasan Calon Jamaah Haji dan Umrah di PT Mabruro Sidoarjo" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 9-15 (2021)
- Curatman, Aang. *Program Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Program Loyalitas Pelanggan (2020)
- Dai, Basu Swasta Dan T. Hani Handoko. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta (2017)
- Damanuri, Aji. *Metodelogi Penelitian Mu'amalah*. Ponorogo: STAIN Po Press, 2013.
- Danim, Sudarwan. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung : Pustaka Setia (2000).
- Desthiani, Unik, and Ernawati Ernawati. "Peran Pelayanan Prima Kasir Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Aeon Indonesia Tangerang." *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang* 7.1 (2020)

- Fadillah, Fitri, and Intisari Haryanti. "Analisis Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III Cabang Bima." *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 3.2 (2021).
- Idris, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* Yogyakarta: Erlangga (2012).
- Imambachri, Sapto Hadi, Desilia Purnama Dewi, and Deni Darmawan. "The Role Analysis of Salesmen in Building Service Excellence to Customers at PT Garuda Teknik Indonesia." *HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings)* 2.1 (2021).
- Indrasari, M . *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press (2019)
- Inuhan, Yunus, Makassar *Container Terminal, PT. Pelindo IV (Persero) Terminal Petikemas*. Pro Fajar-Jakarta. (2015)
- Irawan, H. "10 Prinsip Kepuasan Pelanggan" PT Elex Media Komputindo, Jakarta (2013)
- Kamaluddin, Apiaty. *Administrasi Bisnis*. Makassar: CV Sah Media (2017)
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta (2013)
- Mardawi, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Perspektif Kualitatif* Yogyakarta Budi Utama (2020)
- Oliver, Sandra. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Penerbit Erlangga (2017)
- Pamekas, Meki. *Pelayanan Prima*. Penerbit Lakeisha (2021)
- Pelindo, *Report Survey Kepuasan PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cab. Panjang* (2019 & 2020)
- Pelindo, *Report Bussines Plan PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cab. Panjang* (2020-2024)
- Purwanto, A . *Pemasaran Jasa Kepelabuhanan*, Surabaya (2018)
- Riyadi, Joko. *Gerbang Pemasaran*. Jakarta: Gramedia (2015)

- Rohaeni, H., & Marwa, N. "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan" *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312-318 (2018)
- Romadhon, Yusuf. "Optimalisasi Pelabuhan Tanjung Priok Menuju Pelabuhan Berkelas Dunia." *Jurnal Logistik Indonesia* 2.1 (2018)
- Sarah, Arfiani, Metti Paramita, and Andri Brawijaya. "Persepsi Masyarakat Mengenai Service Excellence Pria dan Wanita Terhadap Loyalitas Nasabah." *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah* 4.2 (2018)
- Subagiyo. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta (2018)
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif* Bandung: Alfabeta (2015)
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru (2019)
- Supranto. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar* Cetakan Kedua. Jakarta: Rineka Cipta (2014)
- Siyoto, Sandu, dan M. Ali Sodik *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing (2015).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta (2012)
- Tetralleniajr, Tetralleniajr, Novita Anggraeni, and Dian Candra Fatihah. "Pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen di PT. Kai Bandung." *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 5.2 (2021)
- Tjiptono, F., & Chandra, G, *Pemasaran Jasa CV Andi Offset*, Jakarta. (2014)
- Winih, T. S. "Analisis Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Swalayan Ismart Ponorogo" (Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO (2021).
- Yoeliastuti, Y., & Cahyani, M. T. "Kinerja Resepsionis Dalam Memberikan Pelayanan Prima Pada PT. Jiaec Depok" *JURNAL LENTERA BISNIS* (2021).