



## KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI STRATEGI MENCIPTAKAN KEPUASAN PADA PANGKALAN PENDARATAN IKAN (PPI) MORODEMAK

Nanang Tasunar DN

Dinas Perikanan dan Kelautan Kab. Demak

### Abstraksi

Penelitian ini bertujuan menginventarisir faktor-faktor penyebab rendahnya pemanfaatan Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodemak, menganalisis kualitas pelayanan sebagai strategi menciptakan kepuasan, serta merumuskan strategi yang sesuai bagi penyelenggara pelayanan di PPI. Hal ini sesuai dengan masalah utama penelitian yaitu rendahnya pemanfaatan PPI Morodemak oleh nelayan sekitarnya. Temuan penelitian ini adalah kepuasan nelayan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, responsibility, image, dan transparansi, sedangkan variabel independen yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nelayan adalah variabel transparansi dengan koefisien beta sebesar 0,421 disusul berturut-turut variabel kualitas pelayanan 0,212, variabel image 0,152 serta variabel responsibility 0,132.

Kata Kunci: *Transparansi, Image, Kualitas Pelayanan, Responsibility, Kepuasan Nelayan*

Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) adalah tempat bertambat dan labuh perahu/kapal perikanan, tempat pendaratan hasil perikanan dan merupakan lingkungan kerja kegiatan ekonomi perikanan yang meliputi areal perairan dan daratan dalam rangka memberikan pelayanan umum dan jasa untuk memperlancar kegiatan perahu/kapal dan usaha perikanan.

Pangkalan Pendaratan Ikan merupakan salah satu unsur prasarana ekonomi perikanan yang dibangun dengan maksud untuk menunjang keberhasilan pembangunan perikanan nasional, khususnya dibidang penangkapan ikan.

Pembangunan prasarana perikanan masih perlu terus dilakukan dengan pertimbangan (Dinas Perikanan Propinsi Jawa Tengah, 1996) :

1. Tingkat produksi perikanan laut masih rendah jika dibandingkan dengan potensi sumber daya ikan di wilayah perikanan Indonesia.
2. Mendukung dan menerapkan konsepsi Wawasan Nusantara dalam pembangunan perikanan nasional, untuk memanfaatkan potensi sumberdaya ikan.
3. Pemanfaatan potensi sumberdaya ikan di Zona Ekonomi Eksklusif Indonesia sebagai implementasi konvensi hukum laut internasional.

Pangkalan Pendaratan Ikan Morodemak adalah salah satu dari 168 PPI di Indonesia, terletak pada koordinat 110<sup>o</sup> 32' 40" Bujur Timur dan 6<sup>o</sup> 49' 30" Lintang Selatan dengan luas areal 5 ha dan secara administratif terletak di Desa Purworejo

Kecamatan Bonang Kabupaten Demak (Departemen Pertanian, 1999).

Upaya optimalisasi fasilitas yang dimiliki PPI agar bermanfaat bagi semua pihak secara efektif dan efisien, sesuai dengan fungsinya sebagai prasarana pelayanan umum (*public utilities*), maka PPI menitik beratkan pelayanan terhadap 4 aspek yaitu : aspek produksi, aspek pengolahan, aspek pemasaran dan aspek pembinaan masyarakat nelayan.

Mayoritas pemanfaat PPI Morodemak adalah nelayan di sepanjang aliran sungai Tuntang Lama yang terdiri dari 3 desa atau lebih dikenal dengan sebutan Tridesa Morodemak yaitu : Desa Purworejo, Desa Morodemak dan desa Margolindu.

Propinsi Jawa Tengah nomor 16 Tahun 2002 Tentang Tempat Pelelangan Ikan.

Adapun volume dan nilai produksi ikan yang dilelang serta jumlah kapal yang melelangkan ikan di PPI Morodemak selama 10 tahun terakhir sebagaimana disajikan tabel 2.

Dari data-data tersebut terlihat gap yang lebar antara jumlah armada penangkapan yang melelangkan hasil tangkapannya di Pangkalan Pendaratan Ikan Morodemak dibanding jumlah armada yang ada disana.

**Tabel 1**  
**Jumlah Armada Penangkapan dan Jenis Alat Tangkap di Morodemak**

Ukuran Kapal/Perahu	Jumlah (unit)	Jenis Alat Tangkap
Besar (> 10 GT)	39	Purse seine
Sedang (5 – 10 GT)	191	Payang
Kecil (< 5 GT)	392	Tramel / gill net

Sumber : Kantor Kelautan dan Perikanan Kab. Demak, 2004

Ketiganya masuk dalam wilayah kecamatan Bonang dengan jumlah nelayan 5.709 jiwa terdiri dari nelayan juragan 583 orang dan nelayan pandega 5.126 orang adapun jumlah armada penangkapan berupa kapal motor tempel sebanyak 622 unit (Kantor Kelautan & Perikanan Kabupaten Demak, 2004). Jumlah armada penangkapan beserta jenis alat tangkapnya tersaji dalam tabel 1.

Pungutan retribusi TPI dan pengelolaannya diatur melalui Peraturan Daerah (Perda) Propinsi Jawa Tengah nomor 16 Tahun 2002 Tentang Tempat Pelelangan Ikan, Juncto Perda Propinsi Jawa Tengah nomor 10 Tahun 2003 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah

Langkah-langkah untuk mengatasi masalah tersebut sudah banyak dilakukan, baik melalui pembinaan oleh instansi terkait kepada nelayan maupun karyawan PPI bahkan sesekali dilaksanakan operasi dengan bantuan aparat keamanan untuk memasukkan ikan tangkapan ke PPI namun hasil yang didapat belum sebagaimana yang diharapkan atau hanya bersifat sementara.

Banyaknya armada kapal nelayan yang tidak memanfaatkan PPI menunjukkan pelayanan yang diberikan PPI Morodemak terhadap nelayan belum efektif dan perlu menjadi kajian terutama oleh pengambil kebijakan untuk memperbaiki kinerja pelayanan di PPI.

**Tabel 2**  
**Perkembangan Volume, Nilai Produksi Ikan Yang Dilelang serta Jumlah Kapal yang Melelangkan Ikan Di PPI Morodemak Tahun 1995-2004**

No	Tahun	Volume (Kg)	Nilai Raman (Rp)	Jumlah Kapal yang Lelang (buah)
1	1995	1.832.972	3.043.292.300	32.755
2	1996	2.628.751	4.612.817.700	43.485
3	1997	2.203.509	3.876.730.100	27.778
4	1998	1.509.034	6.373.792.400	32.249
5	1999	1.452.418	4.873.423.100	23.623
6	2000	970.333	3.271.976.900	16.882
7	2001	581.036	2.712.018.700	13.508
8	2002	616.411	3.220.823.200	11.846
9	2003	804.133	2.901.292.900	12.181
10	2004	1.104.414	3.679.220.000	12.681
	Jumlah	13.703.011	38.565.387.300	226.988
	Rata-rata	1.370.301,1	3.856.538.730	22.698,8

Sumber: Laporan PPI, 2004

Sehingga fasilitas yang ada di PPI dapat dimanfaatkan secara optimal bagi kepentingan masyarakat nelayan disatu sisi dan kepentingan Pemerintah Daerah di sisi yang lain.

Parasuraman, dkk (1994) berpendapat bahwa kegiatan untuk menjaga kualitas pelayanan jasa menyangkut beberapa dimensi, yaitu *tangibles* (berwujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *competence* (kemampuan), *courtesy* (kesopanan), *communication* (komunikasi), *access* (akses), *understanding customer* (memahami pelanggan), *assurance* (jaminan keamanan dan kepastian) dan *emphaty* (empati).

Berdasarkan data rendahnya pemanfaatan fasilitas PPI Morodemak oleh masyarakat nelayan ditunjukkan dari jumlah armada penangkapan yang ada disana 622 unit (bila diasumsikan mereka beroperasi 9 bulan/tahun dan 20 hari/bulan) maka seharusnya jumlah kapal yang melaut dalam satu tahun adalah 111.960 unit kapal. Sedangkan dari data jumlah rata-rata kapal yang melelangkan hasil tangkapan di PPI Morodemak baru 22.698,8 unit kapal/tahun atau hanya 20,27% dari kapasitas armada yang melaut dalam satu tahun, hal ini belum memenuhi harapan dan tujuan dibangunnya PPI yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat nelayan, maka sangat penting untuk mengetahui :

1. Mengapa tingkat pemanfaatan PPI Morodemak oleh nelayan sekitarnya rendah.

2. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi kepuasan nelayan dalam menjual hasil tangkapannya di PPI.
3. Strategi pelayanan bagaimana yang sesuai untuk diterapkan di PPI sehingga kepuasan nelayan dapat terpenuhi.

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk: Menginventarisir faktor-faktor yang menyebabkan nelayan enggan memanfaatkan pelayanan di Pangkalan Pendaratan Ikan Morodemak; menganalisis kualitas pelayanan sebagai strategi menciptakan kepuasan nelayan dalam menjual hasil tangkapannya di PPI Morodemak; serta merumuskan strategi pelayanan yang sesuai bagi penyelenggaraan pelayanan di PPI Morodemak.

## TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Jasa

Kotler (1994) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Walaupun begitu, produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik ataupun tidak.

Perusahaan yang menghasilkan jasa memiliki sifat bahwa jasa itu tidak dapat ditimbun, atau ditumpuk dalam gudang seperti barang-barang lainnya sambil menunggu penjualan.

Penyaluran jasa kebanyakan bersifat langsung, yaitu dari produsen langsung kepada konsumen atau pelanggan. Perusahaan jasa memiliki spesifikasi tersendiri bila dibandingkan dengan perusahaan lain. Tjiptono (2000)

menjelaskan bahwa jasa memiliki empat karakteristik utama yang membedakan dengan barang yaitu :

- a. *Intangibility* (tidak berwujud)
- b. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)
- c. *Variability* (sangat variasi)
- d. *Perishability* (tidak tahan lama)

### Kualitas Pelayanan

Parasuraman, dkk (1994) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan, yaitu perbandingan terhadap *excellence* (keterandalan) dan *sales ecouter* yang dilakukan oleh konsumen. Sedangkan Bitner, dkk (1990) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan keseluruhan kesan konsumen terhadap inferioritas/superioritas organisasi beserta jasa yang ditawarkan.

Kualitas pelayanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, seberapa besar masyarakat sekarang ini mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekadar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Roesanto, 2000).

Banyak penelitian mengenai kualitas pelayanan jasa, hal ini karena adanya persaingan bisnis yang ketat sehingga menawarkan kualitas pelayanan jasa merupakan strategi yang mendasar untuk sukses dan bertahan (Cronin, 1994). Hal ini menjadi fokus utama bagi manajemen perusahaan atau bank untuk menyusun strategi yang menentukan kualitas pelayanan bagi nasabah, dan bagaimana mengembangkan strategi tersebut agar dapat memenuhi harapan pelanggan, karena hanya perusahaan yang mampu memberikan kualitas pelayanan yang lebih

baik dari pesaingnya akan memenangkan persaingan.

Lovelock (1988) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen, kualitas pelayanan atas keunggulan konsumen atau pelanggan, secara universal mengakui adanya korelasi yang positif. Sehingga yang menjadi perhatian sebenarnya adalah bagaimana menentukan kualitas pelayanan bagi konsumen, dan bagaimana mengembangkan strategi untuk memenuhi harapan konsumen.

Parasuraman dkk (1985) menyusun daftar 10 faktor utama yang menjadi penentu kualitas pelayanan. Mereka mendapati bahwa para konsumen mempunyai dimensi atau kriteria yang pada dasarnya identik dengan beberapa jenis jasa. Adapun 10 dimensi atau kriteria tersebut adalah : (1) *Tangibles* (berwujud), (2) *Reliability* (kehandalan), (3) *Responsiveness* (ketanggapan), (4) *Communication* (komunikasi), (5) *Credibility* (kredibilitas), (6) *Security* (keamanan), (7) *Competence* (kecakapan), (8) *Courtesy* (kesopanan), (9) *Understanding/Knowing the customer* (kemampuan memahami), (10) *Access* (akses).

Dalam perkembangan selanjutnya, Parasuraman, dkk (1988) menemukan lima dimensi pokok kualitas pelayanan yang merupakan dasar dari SERVQUAL (*service quality*) yaitu : (1) *tangibles* (berwujud), (2) *reliability* (kehandalan), (3) *responsiveness* (ketanggapan), (4) *assurance* (kepastian) dan (5) *empathy* (empati).

### Kepuasan Pelanggan

Menurut Tse dan Wilton (1988) bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah sebagai respon

konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaiannya. Selama dan setelah menggunakan produk/jasa, pelanggan mengembangkan perasaan puas atau tidak puas, dengan kata lain *satisfaction* adalah pilihan setelah evaluasi penilaian dari sebuah transaksi yang spesifik.

Cronin dan Taylor (1992) mengatakan *satisfaction* dapat diperkirakan langsung sebagai *overall feeling*, dan pelanggan memiliki ide mengenai bagaimana produk atau jasa dibandingkan dengan sebuah norma ideal.

Bearden dan Teel (1986) mengatakan bahwa kepuasan konsumen harus mendapat perhatian utama dan kepuasan konsumen penting bagi pemasar mengingat kepuasan merupakan determinan utama terhadap pembelian jasa, dalam hal ini kepuasan dibangun oleh tiga dimensi, yaitu: (1) perasaan puas dengan layanan yang didapatkan, (2) merekomendasikan kepada orang lain dan (3) ketidakinginan berpindah ke penyedia jasa lain.

Persepsi yang paling utama bagi pelanggan adalah kepuasan fisik dan mutu, kepuasan konsumen merupakan determinan yang signifikan dari pengulangan pembelian, informasi dari mulut kemulut yang positif dan kesetiaan pelanggan, kepuasan konsumen akan mempengaruhi intensitas perilaku untuk membeli jasa dari penyedia jasa yang sama.

### Faktor Lain yang Mempengaruhi Kepuasan

Menurut Lehtinen and R. Lehtinen (1982) persepsi kualitas pelayanan pada dasarnya terdiri dari kualitas fisik, kualitas perusahaan (citra/reputasi), dan kualitas interaksi (interaksi antara karyawan dan

pelanggan). Pada pelaksanaan pelayanan di Pangkalan Pendaratan Ikan Morodemak juga dijumpai faktor-faktor pelayanan lainnya yang mempengaruhi kepuasan nelayan seperti informasi harga ikan, koordinasi, kerjasama, pengurusan klaim, penegakan perda dan sebagainya.

### **Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan**

Pada penelitian yang dilakukan Jo Ann dan Alice (1998) yang mempelajari tiga komponen yaitu kualitas pelayanan (*service quality*), kepuasan hidup secara keseluruhan (*overall service satisfaction*), serta hubungan diantaranya dengan tempat penelitian di panti jompo. Kajian ini mempelajari tiga konstruksi dan hubungan diantara ketiganya, dua dari konstruksi ini yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen telah mendapat perhatian yang cukup besar dalam bidang manajemen pemasaran dan operasional.

Kualitas pelayanan yang mengacu pada penilaian konsumen terhadap inti dari pelayanan, penyedia, dan organisasi secara keseluruhan. Instrumen SERVQUAL untuk mengukur kualitas pelayanan yang didapat pada kondisi dimana terdapat batasan antara keinginan konsumen dan penilaian aktual dari bentuk layanan berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan.

Kepuasan konsumen mengacu pada saat tertentu saja suatu layanan diberikan atau dari awal hingga akhir suatu layanan diberikan, kepuasan layanan langsung terlihat dari seberapa suka atau tidaknya konsumen terhadap layanan yang didapat. Kepuasan layanan secara keseluruhan ditunjukkan dengan puas tidaknya konsumen terhadap keseluruhan layanan yang diberikan suatu lembaga layanan.

Dalam hasil studinya, Cronin dan Taylor (1992) menemukan hubungan

positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

### **Penelitian Terdahulu**

Lehtinen and R. Lehtinen (1982), menemukan bahwa persepsi kualitas pelayanan pada dasarnya terdiri dari kualitas fisik, citra/reputasi (kualitas perusahaan) dan interaksi antara karyawan dan pelanggan (kualitas interaksi).

Parasuraman, dkk (1985) telah melakukan penelitian khusus jasa dan berhasil mengidentifikasi 10 faktor dimensi kualitas jasa yaitu : *tangibles* (berwujud), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *communication* (komunikasi), *credibility* (kredibilitas), *security* (keamanan), *competence* (kecakapan), *courtesy* (kesopanan), *understanding/knowing the customer* (kemampuan memahami pelanggan), dan *access* (akses).

Sedangkan Parasuraman, dkk. (1988), mengadakan penelitian dan berhasil mengembangkan alat yang disebut SERVQUAL untuk mengukur kualitas pelayanan ditinjau dari gap antara harapan pengguna jasa dan penilaian yang sesungguhnya pada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu: *tangible* (berwujud), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (kepastian), dan *emphaty* (empati).

Garvin (dalam Lovelock, 1994), Menggunakan kerangka perencanaan strategis dan analisis dalam penelitian perusahaan manufaktur, dengan menggunakan 8 dimensi kualitas jasa yaitu: *performance*, *features*, *reliability*, *durability*, *serviceability*, estetika, dan *perceived quality*. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedelapan dimensi kualitas tersebut mempunyai korelasi yang signifikan dengan kepuasan pelanggan.

Cronin dan Taylor (1992), menemukan hubungan yang positif antara

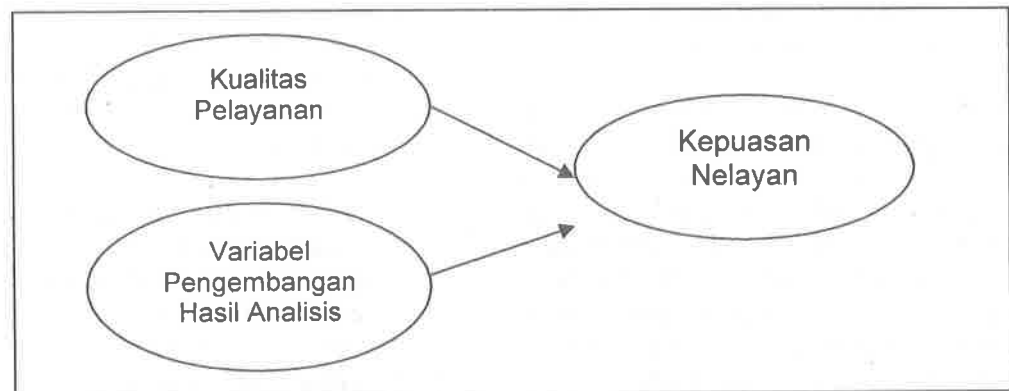
kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, dimana kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh tingkat kualitas pelayanan yang mereka terima (SERVPERF) yaitu keseluruhan kesan yang diterima konsumen terhadap inferioritas atau superioritas beserta jasa yang ditawarkan.

### Hipotesis Penelitian

H1 : Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nelayan.

H2 : Variabel pengembangan hasil analisis faktor memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nelayan.

**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran Teoritis**



Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini (2004)

Dalam penelitian digunakan dasar lima dimensi SERVQUAL dari Parasuraman dkk. Kemudian sebagai pengembangan akan digunakan beberapa dimensi kualitas pelayanan lainnya, yang mana dimensi-dimensi tersebut selain berdasar pada landasan teori sebagaimana tersebut diatas juga disesuaikan dengan kondisi dan keadaan setempat dengan memperhatikan masukan dari beberapa pihak dan lembaga yang berhubungan dengan pengelolaan PPI. Selanjutnya dimensi-dimensi ini akan diolah terlebih dahulu dengan program analisis faktor dan hasil analisis faktor ini digunakan dalam pengolahan data selanjutnya bersama dengan lima dimensi SERVQUAL.

### Definisi Operasional Variabel

#### a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan wujud dari kepedulian penyedia jasa terhadap pelanggannya, juga keseluruhan kesan yang diterima nelayan terhadap inferioritas dan superioritas orang beserta jasa yang ditawarkan PPI yang diukur berdasarkan kinerja jasa yang sesungguhnya diterima para nelayan sebagai pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah ukuran sejauh mana suatu pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan para nelayan, dimana kualitas pelayanan selalu berkembang secara dinamis menurut tuntutan pelanggannya. Kualitas ini dilihat dari beberapa faktor sebagai berikut:

1. Berwujud  
Berwujud (penampilan fisik) pelayanan seperti fasilitas fisik, peralatan dan karyawan akan memberikan nuansa dalam pelayanan pelanggan. Tingkat kelengkapan peralatan dan fasilitas untuk memudahkan dalam pelayanan serta kesiapan karyawan terkait dengan sikap, penampilan dan bagaimana mereka menyampaikan kesan pelayanan adalah merupakan bagian yang tidak terpisahkan.
2. Keandalan  
Kemampuan dalam melaksanakan pelayanan kepada nelayan dengan cepat, konsisten dan mudah merupakan suatu hal yang penting, pemenuhan janji dalam pelayanan akan terkait dan mencerminkan kredibilitas PPI dalam pelayanan. Tingkat kompetensi PPI juga dapat dilihat dari sini sejauh mana tingkat kemampuan dalam memberikan pelayanan dapat ditunjukkan.
3. Ketanggapan  
Kepedulian untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang baik adalah bagian dari pelayanan. Tingkat kepedulian ini akan dilihat dari sejauh mana pihak PPI dapat membantu pelanggan. Adapun bentuk kepedulian tersebut dilakukan dengan melalui penjelasan-penjelasan atau melalui tindakan yang dapat dirasakan manfaatnya oleh para nelayan.
4. Kepastian  
Pengetahuan, kemampuan dan sikap dapat dipercaya perlu dimiliki oleh para karyawan. Kemampuan para karyawan dalam menanamkan kepercayaan kepada pelanggan terhadap keamanan (bebas dari bahaya), resiko dan keragu-raguan akan meningkatkan kepercayaan pelanggan.
5. Empati

Tingkat kepedulian dan perhatian PPI kepada pelanggannya secara individual adalah sangat didambakan oleh pelanggan. Persoalan dan masalah dapat muncul dan sejauh mana tingkat kepedulian untuk menyelesaikan masalah, mengerti kemauan dan kebutuhan pelanggan dapat diaktualkan, kepedulian terhadap masalah yang dihadapi nelayan, mendengarkan serta berkomunikasi secara individual. Kesemuanya ini akan menunjukkan sejauh mana tingkat pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

#### **b. Variabel Pengembangan**

Variabel pengembangan merupakan gabungan dari beberapa dimensi pelayanan yang sering dijumpai dalam pelaksanaan pelayanan di Pangkalan Pendaratan Ikan seperti informasi harga ikan, koordinasi, kerjasama, reputasi, penegakan peraturan daerah, pengurusan klaim nelayan dan sebagainya. Selanjutnya dimensi-dimensi tersebut akan diproses terlebih dahulu dengan program analisis faktor dan hasil dari analisis faktor ini selanjutnya digunakan sebagai variabel independen disamping variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi.

#### **c. Kepuasan**

Kepuasan pelanggan adalah fungsi dari *perceived performance* dan *expectation*. Harapan-harapan pelanggan antara lain dibentuk dari pengalaman mereka dalam penggunaan jasa pada waktu yang lalu, saran dari teman maupun janji-janji yang diberikan oleh penyedia jasa, konsumen memilih penyedia jasa berdasarkan hal-hal tersebut setelah menerima pelayanan kemudian membandingkan pelayanan yang dirasakan dengan pelayanan yang diharapkan.



Kepuasan pelanggan adalah suatu ukuran yang merefleksikan antara struktur, proses dan hasil akhir pelayanan. Kepuasan pelanggan dipandang sebagai konsep multi dimensional yang melibatkan biaya, kemudahan sarana, aspek teknis dan interpersonal serta hasil akhir. Kepuasan ini terjadi sebagai hasil berpengaruhnya ketrampilan, pengetahuan, perilaku, sikap dan penyedia sarana.

Kepuasan nelayan ditunjukkan dengan kemandirian mereka melelangkan ikan di PPI, persepsi tentang pelayanan PPI, menganjurkan nelayan lainnya untuk melelang di PPI dan penggunaan ulang jasa pelayanan PPI.

## METODE PENELITIAN

### Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diambil dari responden yang sudah ditentukan karakteristiknya, yaitu nelayan jurumudi dari Tridesa Morodemak, dipilih nelayan jurumudi karena pada umumnya mereka sebagai penentu dimana ikan hasil tangkapan akan dijual, dengan menggunakan kuesioner yang sifat jawabannya tertutup dengan asumsi bahwa responden memahami maksud setiap pernyataan yang disampaikan.

Kuesioner disebar ke lokasi yang sudah ditetapkan, dan kuesioner diberikan kepada responden. Survei pengumpulan data dilakukan langsung ke lokasi penelitian sehingga komunikasi antara peneliti dan responden dapat terjalin. Hal ini hanya dapat dilakukan kepada responden yang betul-betul siap waktu dan berminat memenuhi permintaan peneliti untuk mengisi kuesioner dan sedikit wawancara yang diperlukan.

Data yang harus diisi oleh nelayan jurumudi meliputi data pribadi (identitas responden), opini dan pengalaman mereka tentang kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*), kepuasan nelayan dalam menjual hasil tangkapan beserta data-data yang diperoleh dari pengamatan di lapangan yang akan dimasukkan kedalam variabel bentuk.

Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang tidak didapatkan secara langsung oleh peneliti tetapi diperoleh dari data yang ada di PPI, Kantor Kelautan dan Perikanan maupun data lainnya yang berhubungan dengan obyek penelitian misalnya data fasilitas PPI, data produksi, data jumlah nelayan, jumlah armada dan lain-lain.

### Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh nelayan jurumudi kapal yang ada di tridesa Morodemak karena seorang jurumudi diasumsikan mewakili satu unit armada penangkapan dan jurumudi umumnya yang menentukan dimana kapal tersebut akan menjual ikan hasil tangkapannya. Berdasarkan data tahun 2004 dari Kantor Kelautan dan Perikanan Kabupaten Demak armada penangkapan yang ada di Morodemak berjumlah 622 unit.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode acak berlapis secara proporsional (*proporsional stratified random sampling*). Strata dibagi dalam tiga desa di Morodemak yaitu: Desa Morodemak, Desa Margolinduk dan Desa Purworejo, serta ukuran kapal yaitu: Besar, Sedang dan Kecil.

Adapun jumlah populasi yang akan digunakan dalam penelitian dapat dilihat pada tabel 3.

**Tabel 3**  
**Populasi dan Sampel Penelitian**

Lokasi Desa	Ukuran Kapal	Populasi	%	Sampel	%
Margolinduk	Besar	13	2.09	4	2.29
	Sedang	46	7.39	13	7.43
	Kecil	72	11.58	20	11.42
Morodemak	Besar	11	1.77	3	1.71
	Sedang	83	13.34	23	13.14
	Kecil	106	17.04	30	17.04
Purworejo	Besar	15	2.41	4	2.29
	Sedang	62	9.97	18	10.29
	Kecil	214	34.41	60	34.29
<b>Jumlah</b>		<b>622</b>	<b>100</b>	<b>175</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer yang Diolah (2004)

Ukuran sampel memegang peranan penting dan menghasilkan dasar untuk mengestimasi kesalahan sampling. Menurut Hair, dkk (1995) ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak lima sampai sepuluh kali indikator penelitian, dalam penelitian ini digunakan 35 indikator sehingga jumlah sampel yang representatif digunakan sejumlah 175 responden, adapun perincian sampel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.

Sampel diambil dari nelayan jurumudi di tridesa Morodemak dengan kriteria (1) bekerja di armada penangkapan yang berpangkalan di wilayah Morodemak dan (2) merupakan pengambil keputusan dimana hasil tangkapan ikan akan dijual.

#### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner, yang dibagi dalam 2 bagian. Yaitu, bagian pertama merupakan pernyataan identitas responden yang meliputi nama, alamat, pendidikan dll.

Bagian kedua pernyataan dari semua variabel dengan menggunakan pernyataan tertutup dan skala simatik.

Penggunaan skala simatik dengan sepuluh skala poin, dimana setiap responden diminta untuk memilih salah satu alternatif pilihan yang bergerak dari (1) sangat tidak setuju sampai (10) sangat setuju.

#### Teknik Analisis Data

##### a. Analisis Faktor

Proses analisis faktor mencoba menemukan hubungan antar sejumlah variabel-variabel yang saling independen satu dengan yang lain sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal, proses analisis faktor ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

Adapun tujuan dari analisis faktor adalah :

1. *Data Summarization*, yakni mengidentifikasi adanya hubungan antar variabel dengan melakukan uji korelasi.

2. *Data Reduction*, yakni setelah melakukan korelasi, dilakukan proses membuat sebuah variabel set baru yang dinamakan faktor untuk menggantikan sejumlah variabel tertentu.

### b. Analisis Regresi Berganda

Untuk menjawab pertanyaan penelitian, dibutuhkan analisis data beserta interpretasinya. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah regresi berganda (*multiple regression*). Secara spesifik, analisis regresi berganda digunakan untuk menguji hubungan dan sejauh mana pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Persamaan regresi berganda digambarkan sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_k X_k + e$$

dimana:

- Y : Variabel dependen/terikat  
 $\beta_0$  : konstanta (*intercept*)  
 $\beta_0 - \beta_k$  : koefisien regresi  
 $X_1 - X_k$  : variabel independent/bebas  
 e : *error*

Dalam penelitian ini regresi yang dipergunakan adalah regresi berganda, dengan rumus regresi sebagai berikut :

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = \beta_1 \text{ kualitas pelayanan} + \beta_2 \text{ lokal faktor 1} + \beta_3 \text{ lokal faktor 2} + \beta_4 \text{ lokal faktor 3}$$

Seperti yang telah disebutkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diuji menggunakan analisis regresi baik secara parsial maupun simultan. Pengujian secara parsial dilakukan dengan menggunakan uji t. Uji ini dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t ini dilakukan dengan menghitung

besarnya t tabel yang kemudian dibandingkan dengan t hitung.

Lebih lanjut pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak  $H_0$  adalah sebagai berikut: (1) jika statistik t hitung < statistik t tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_A$  ditolak. Ini berarti variabel independent tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen dan (2) jika statistik t hitung > statistik t tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima. Ini berarti variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji F. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independent secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Uji F ini dilakukan dengan menghitung besarnya F tabel yang kemudian dibandingkan dengan F hitung.

Lebih lanjut pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak  $H_0$  adalah sebagai berikut: (1) jika statistik F hitung < statistik F tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_A$  ditolak, ini berarti variabel independent tidak berpengaruh bersama-sama secara signifikan terhadap variabel dependen dan (2) jika statistik F hitung > statistik F tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima, ini berarti variabel independent berpengaruh secara bersama-sama secara signifikan terhadap variabel dependen.

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor dan regresi berganda. Analisis faktor yang digunakan untuk mengelompok dimensi-dimensi yang diperoleh dari pengamatan kedalam kelompok independent variabel penelitian yang baru. Sedangkan analisis berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen, termasuk

hasil dari pengelompokan variabel berdasarkan analisis faktor.

**a. Analisis Faktor**

Indikator-indikator yang akan dikelompokkan kedalam variabel-variabel baru adalah indikator kerjasama pengelola, koordinasi, pengurusan hak, penegakan perda, penindakan bakul ilegal, penertiban, pemahaman perda, peringatan kerugian ikan, informasi harga ikan, penyediaan bakul, percepatan lelang, reputasi PPI dan ketokohan pengelola.

Pengelompokan indikator-indikator, yang diperoleh dari pengamatan di lapangan, menggunakan teknik analisis faktor karena tujuan dari analisis tersebut adalah mendefinisikan struktur suatu data metric serta menganalisis korelasi atas indikator-indikator dengan cara mendefinisikan set kesamaan variabel (Ghozali, 2005).

Sebelum dilakukannya analisis faktor terlebih dahulu perlu dilihat apakah matriks memiliki korelasi yang cukup kuat (korelasi diatas 50 %). Untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel dapat digunakan uji KMO dan *Bartlett test of Sphericity*. Jika hasil yang diperoleh dari uji KMO dan *Bartlett test of Sphericity* signifikan maka disimpulkan matrik korelasi memiliki korelasi signifikan dengan sejumlah variabel. Hasil pengujian KMO dan *Bartlett test of Sphericity* dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini.

**Tabel 4**  
**Uji KMO dan *Bartlett Test of Sphericity***

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,843
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	990,928
	df	78
	Sig.	,000

Sumber: Data Primer yang Diolah (2004)

Tabel 4 menginformasikan bahwa signifikansi yang diperoleh dari uji KMO berada diatas 0.05 sedangkan signifikansi hasil *Bartlett test of Sphericity* berada dibawah 0.05 sehingga disimpulkan bahwa terdapat korelasi antar indikator dalam penelitian ini.

Setelah diketahui bahwa adanya korelasi antar indikator penelitian, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis faktor. Hasil analisis faktor dapat dilihat pada tabel 5.

**Tabel 5**  
**Hasil Ekstraksi**

	Component		
	1	2	3
X23	,223	,815	,129
X24	,458	,656	7,138E-02
X25	,580	,555	7,604E-02
X26	,768	-,160	,317
X27	,724	-,202	,473
X28	,539	-,234	,580
X29	,528	-,162	,207
X30	,627	-,204	-,271
X31	,754	-9,88E-02	-,386
X32	,610	,109	-,404
X33	,762	-,183	-,295
X34	,731	-,111	-,187
X35	,732	4,481E-02	-6,02E-02

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

Setelah dilakukan analisis faktor dari 13 (tiga belas indikator) ternyata hasil ekstraksi computer menjadi 3 (tiga) faktor karena ketiga faktor tersebut memiliki nilai *Eigen value* lebih besar dari 1.

Untuk mengetahui indikator-indikator yang termasuk kedalam variabel satu, variabel kedua atau ketiga dapat dilihat pada tabel 6.

**Tabel 6**  
**Rotated Component Matrik**

	Component		
	1	2	3
X23	-5,75E-02	-3,09E-02	,853
X24	,180	,114	,774
X25	,285	,222	,721
X26	,387	,737	,149
X27	,260	,841	,116
X28	5,904E-02	,823	3,950E-02
X29	,282	,515	5,238E-02
X30	,675	,230	-1,83E-02
X31	,826	,186	,107
X32	,695	2,182E-02	,251
X33	,787	,285	4,341E-02
X34	,680	,324	,115
X35	,572	,370	,278

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization

a. Rotation converged in 5 iterations.

Dengan melihat tabel *component matrik* diketahui bahwa indikator-indikator telah mengelompok menjadi tiga faktor yaitu:

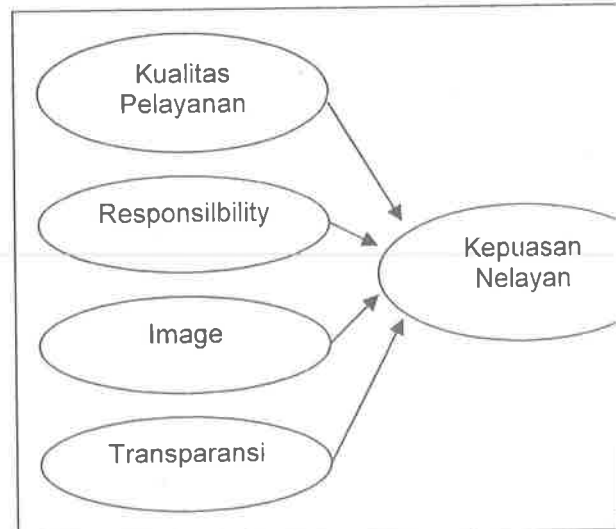
**Faktor 1** : terdiri dari 6 indikator yaitu: indikator kerjasama pengelola (x30), koordinasi (x31), pengurusan hak (x32), penegakan perda (x33), penindakan (x34) dan penertiban (x35). Selanjutnya faktor 1 diberi nama Responsibility.

**Faktor 2** : terdiri dari 4 indikator yaitu: penyediaan bakul (x26), percepatan lelang (x27), reputasi PPI (x28) dan ketokohan pengelola (x29). Selanjutnya faktor 2 diberi nama Image.

**Faktor 3** : terdiri dari 4 indikator yaitu: indikator pemahaman perda (x23), peringatan kerugian (x24) dan informasi harga ikan (x25). Selanjutnya faktor 3 diberi nama Transparansi.

Kemudian masing-masing faktor tersebut dijadikan variabel yaitu variabel *responsibility*, variabel *image* dan variabel *transparansi*. Proses analisis faktor ini dilakukan sebelum dilakukan uji asumsi klasik, karena data yang digunakan dalam analisis regresi adalah data set baru dengan empat variabel independen yaitu : variabel kualitas pelayanan , variabel *responsibility*, variabel *image*, dan variabel *transparansi* sedangkan sebagai variabel dependen adalah kepuasan nelayan, data set baru didapatkan dengan menjumlahkan semua indikator dalam variabel. Dengan adanya tiga variabel baru maka perlu dilakukan revisi kerangka pemikiran teoritis sebagaimana gambar 2 dibawah ini.

**Gambar 2**  
**Revisi Kerangka Pemikiran Teoritis**



#### Revisi Hipotesis Penelitian:

- H1 : Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nelayan.
- H2 : Variabel responsibility memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nelayan.

- H3 : Variabel image memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nelayan.  
 H4 : Variabel transparansi memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nelayan.

**b. Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi berganda dimaksudkan untuk menguji sejauhmana dan arah pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan ( $X_1$ ), responsibility ( $X_2$ ), image ( $X_3$ ) dan transparansi ( $X_4$ ) sedangkan variabel dependen adalah kepuasan nelayan ( $Y$ ). Untuk melakukan analisis regresi maka masing-masing indikator dalam satu variabel dijumlahkan baru kemudian dilakukan analisis regresi.

Berdasarkan hasil analisis data dengan bantuan aplikasi statistik SPSS 10 maka diketahui persamaan regresi hasil pengolahan data dengan SPSS 10 adalah sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan Nelayan} = 0,212 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0,132 \text{ Responsibility} + 0.152 \text{ Image} + 0,421 \text{ Transparansi}$$

Berdasarkan informasi-informasi dalam tabel serta persamaan regresi berganda di atas maka dapat dinyatakan bahwa: Nilai koefisien regresi  $X_1$  sebesar 0,212 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan pelanggan.

**Tabel 7**  
**Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,723 <sup>a</sup>	,523	,511	3,85

- a. Predictors: (Constant), transparansi, responsibility, kualitas pelayanan, image  
 b. Dependent Variable: kepuasan nelayan

**Tabel 8**  
**Hasil Analisis Data**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,837	2,075		-,885	,377		
	kualitas pelayanan	6,533E-02	,020	,212	3,335	,001	,693	1,443
	responsibility	,243	,108	,132	2,252	,026	,815	1,227
	image	,168	,076	,152	2,229	,027	,605	1,653
	transparansi	,297	,049	,421	6,115	,000	,592	1,691

- a. Dependent Variable: kepuasan nelayan

Sumber : Data Primer yang Diolah (2005)

Nilai koefisien regresi  $X_2$  sebesar 0,132 menunjukkan bahwa *responsibility* mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga semakin baik *responsibility* maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Nilai koefisien regresi  $X_3$  sebesar 0,152 menunjukkan bahwa *image* mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga semakin baik *image* maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Nilai koefisien regresi  $X_4$  sebesar 0,421 menunjukkan bahwa *transparansi* mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga semakin baik *transparansi* maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Berdasarkan ketiga nilai koefisien tersebut dapat juga disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, variabel yang berpengaruh paling besar terhadap puas atau tidaknya nelayan adalah variabel *transparansi* kemudian variabel *kualitas pelayanan*, variabel *image* dan terakhir adalah variabel *responsibility*.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,523 mengandung makna bahwa variasi (naik turunnya) kepuasan nelayan dapat dijelaskan oleh variabel didalam penelitian ini sebesar 52.3 %. Sedangkan 47.7 % lagi dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model. Nilai koefisien determinasi ini mengandung kelemahan mendasar, yaitu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen dalam model maka nilai koefisien determinasi pasti akan meningkat tidak peduli apakah variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Oleh karena itu, dianjurkan untuk menggunakan *adjusted R<sup>2</sup>* (koefisien determinasi yang telah disesuaikan) untuk

mengevaluasi sebuah model regresi. Tidak seperti  $R^2$ , maka nilai *adjusted R<sup>2</sup>* dapat naik turun apabila satu variabel independen dimasukkan dalam model (Ghozali, 2005). Berdasarkan alasan tersebut maka dalam penelitian ini digunakan *adjusted R<sup>2</sup>*.

Nilai *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,511 mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel-variabel dalam penelitian sebesar 51.1 % sedangkan 48.9 % lagi dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model.

Nilai F hitung = 46.534 ( $p = 0,000$ ) menunjukkan bahwa pada taraf signifikansi 5% ketiga variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Secara lebih tepat, nilai F hitung dibandingkan dengan F tabel dimana jika F hitung > F tabel maka secara simultan atau bersama-sama, variabel-variabel independen dalam model berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pada  $\alpha = 0,05$  (taraf signifikansi 5%) dengan derajat kebebasan pembilang ( $k$ ) = 4 (jumlah variabel independen) dan derajat kebebasan penyebut ( $n-k-1$ ) = 170, maka diperoleh nilai F tabel jauh lebih kecil dari F hitung.

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

## KESIMPULAN HIPOTESIS PENELITIAN

### Hipotesis 1 :

*Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nelayan*

Hasil penelitian ini menunjukkan hipotesis pertama terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan yang diukur dengan

menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan dari Parasuraman (1988) yaitu, *tangible* (berwujud), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (kepastian), dan *emphaty* (empati) dengan kepuasan nelayan, dimana semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan akan menyebabkan semakin tingginya tingkat kepuasan nelayan. Hasil ini konsisten dengan bukti empiris yang dihasilkan Cronin dan Taylor (1992) dimana kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh tingkat kualitas pelayanan.

#### **Hipotesis 2 :**

*Variabel responsibility memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nelayan*

Hasil pengolahan data dari analisis faktor ini kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi, hasil analisis regresi menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan (signifikansi  $< 5\%$  dan  $t$  hitung  $> t$  tabel) antara variabel *responsibility* (meliputi kerjasama dan koordinasi pengelola PPI, pengurusan dana *saving*, dana paceklik dan asuransi nelayan serta penegakan peraturan dilingkup PPI) dengan kepuasan nelayan. Sehingga semakin tinggi kualitas *responsibility* yang diberikan akan menjadikan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nelayan.

#### **Hipotesis 3 :**

*Variabel image memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nelayan*

Pengolahan data dengan analisis faktor mengelompokkan empat *questioner* menjadi satu faktor yaitu : keseriusan pengelola PPI dalam mendatangkan bakul ikan luar daerah, percepatan pelelangan ikan untuk mengatasi lonjakan produksi hasil tangkapan, reputasi PPI Morodemak

serta figur ketokohan para PPI Morodemak. Hasil analisa regresi menunjukkan variabel *image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nelayan, hal ini berarti semakin baik image nelayan terhadap pengelola PPI akan berakibat semakin tingginya kepuasan nelayan dan sebaliknya semakin jelek image nelayan pada PPI akan berdampak pada semakin rendahnya kepuasan nelayan.

#### **Hipotesis 4 :**

*Variabel transparansi memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nelayan*

Hasil pengolahan data analisis faktor yang dilanjutkan dengan analisis regresi menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel transparansi terhadap kepuasan nelayan, artinya semakin besar transparansi informasi dari pengelola PPI yang dirasakan nelayan maka kepuasan nelayan akan semakin tinggi dan sebaliknya semakin kecil transparansi yang dirasakan nelayan maka akan berdampak pada semakin rendahnya kepuasan nelayan.

Variabel transparansi meliputi pengelompokan beberapa *questioner* yang terkait dengan pemahaman nelayan atas peraturan daerah tentang pelelangan ikan, peringatan dari PPI tentang kerugian yang akan dialami para nelayan bila menjual ikan dengan sistem ijon yang berakibat pada jatuhnya harga jual hasil tangkapan dan informasi harga hasil tangkapan yang *up to date* dari pengelola PPI.

#### **KESIMPULAN MASALAH PENELITIAN**

Pada latar belakang penelitian dijelaskan bahwa permasalahan penelitian ini adalah rendahnya pemanfaatan fasilitas PPI Morodemak oleh masyarakat nelayan



dibandingkan dengan jumlah armada penangkapan yang ada di Tri Desa Morodemak. Permasalahan tersebut dapat dibuat dalam bentuk pertanyaan yaitu mengapa tingkat pemanfaatan PPI Morodemak oleh nelayan sekitarnya rendah; faktor-faktor apa yang mempengaruhi kepuasan nelayan; strategi pelayanan bagaimana yang sesuai diterapkan di PPI Morodemak.

Penelitian ini secara empirik membuktikan bahwa kualitas pelayanan dari lima dimensi Parasuraman dan faktor lokal pelayanan yaitu *responsibility*, *image* serta transparansi berperan cukup signifikan guna merumuskan strategi menciptakan kepuasan nelayan pada Pangkalan Pendaratan Ikan Morodemak, melalui jawaban responden diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, *responsibility*, *image* dan transparansi memiliki nilai rendah atau belum memenuhi harapan dari nelayan.

Hal tersebut merupakan sebagian penyebab dari rendahnya pemanfaatan PPI Morodemak oleh nelayan, untuk itu kedepan pengelola PPI perlu meningkatkan faktor-faktor pelayanan guna mengatasi kekurangan tersebut sehingga kepuasan nelayan dapat terpenuhi dan pemanfaatan PPI dapat optimal.

#### IMPLIKASI MANAJERIAL

Melalui penelitian ini diperoleh temuan bahwa variabel transparansi mempunyai koefisien Beta paling tinggi yaitu sebesar 0,421 disusul berturut-turut variabel kualitas pelayanan 0,212, variabel *image* 0,152 dan koefisien Beta paling kecil adalah variabel *responsibility* sebesar 0,132.

Hasil tersebut memberikan beberapa implikasi manajerial sebagai berikut :

1. Faktor transparansi, perlu kiranya para pengelola PPI Morodemak untuk mensosialisasikan semua peraturan dan sanksi secara jelas dan mengingatkan mayoritas nelayan memiliki pendidikan relatif rendah maka perlu diberikan peringatan terkait kerugian – kerugian yang dapat dialami nelayan bila melakukan penjualan secara ilegal, misalnya dengan penjualan sistim ijon yang banyak terjadi disana, hal ini terjadi karena untuk melaut mereka perlu perbekalan dan perbekalan ini adakalanya mereka dapat dengan berhutang pada bakul dengan perjanjian mereka harus menjual hasil tangkapan secara langsung pada bakul tersebut dengan nilai jual jauh dibawah yang seharusnya, untuk mengatasi penjualan ijon ini sebaiknya pengelola PPI dapat bekerjasama dengan KUD menyediakan perbekalan melaut melalui waserda. Disamping permasalahan tersebut pengelola PPI perlu selalu menginformasikan harga ikan pada saat itu, sehingga nelayan memiliki patokan tentang harga ikan yang up to date. Diharapkan dengan transparansinya akses nelayan terhadap informasi-informasi tersebut akan meningkatkan kepuasan nelayan dan akhirnya efektifitas pemanfaatan PPI Morodemak akan tercapai.
2. Dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu : berwujud (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*), kepastian (*assurance*) dan empati (*emphaty*). Berwujud adalah tampilan fisik pelayanan meliputi fasilitas fisik, peralatan, dan karyawan. Tingkat kelengkapan peralatan yang digunakan akan berpengaruh pada pandangan pelanggan akan kesiapan PPI dalam memberikan pelayanan. Perawatan fasilitas bangunan dan areal PPI

kurang memadai hal ini terjadi karena kurangnya dana untuk perawatan bangunan yang ada hal ini diperburuk dengan keberadaan gubuk-gubuk liar yang digunakan para pengolah sangat mengganggu pemandangan dan kebersihan, untuk mengatasi hal tersebut pengelola dapat melakukan penataan pada lokasi-lokasi yang belum dimanfaatkan PPI untuk menata dan membuat los-los pengolah yang lebih rapi, dengan penataan ini sekaligus PPI dapat menarik uang sewa dari para pengolah yang memanfaatkan lahan tersebut guna menambah biaya perawatan bangunan, dengan cara ini diharapkan areal PPI menjadi lebih tertata dan disisi lain PPI mendapat tambahan pemasukan dari pemanfaatan areal yang ada.

Kehandalan adalah kemampuan dalam memenuhi janji (tepat waktu, konsisten, dan kecepatan pelayanan) merupakan suatu hal yang penting, pengelola PPI perlu melakukan pembenahan dalam sistim pembayaran hasil lelang kepada nelayan, pada umumnya nelayan setelah seharian melaut kemudian melelangkan ikan, maka yang mereka inginkan adalah segera menerima pembayaran, tetapi pada kenyataannya yang terjadi di PPI adalah selesai proses pelelangan biasanya bakul yang memenangkan lelang tidak membayar kontan pada kasir PPI tetapi pembayarannya dilakukan satu sampai dua hari setelah pelelangan, sehingga untuk membayar nelayan digunakan modal yang dimiliki PPI, tetapi karena modal ini jumlahnya terbatas maka seringkali terjadi tidak dapat memenuhi kebutuhan pembayaran kepada nelayan. Masalah tersebut akan semakin berat pada saat terjadi lonjakan produksi hasil tangkapan, dimana nelayan yang terbayar tunda

akan semakin banyak dan waktu pembayaran dari bakul akan semakin panjang bahkan bisa melebihi satu minggu. Untuk mengatasi hal ini maka pihak pengelola PPI perlu melakukan penjajakan dengan menjalin bekerjasama dengan pihak penyedia dana sehingga pembayaran kepada nelayan dapat lancar dan tepat waktu. Pihak penyedia dana dimaksud dapat melalui perbankan ataupun lembaga keuangan lainnya. Dengan lancarnya pembayaran maka kepuasan nelayan kepada PPI akan semakin tinggi.

Ketanggapan adalah kepedulian untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan yang baik. Untuk meningkatkan kepuasan nelayan maka para pengelola PPI morodemak perlu meningkatkan kepedulian terutama menyangkut hasil komoditas-komoditas bernilai ekonomis tinggi, mengingat produk-produk hasil tangkapan sangat cepat mengalami penurunan kualitas kesegarannya dan kualitas kesegaran ikan berbanding lurus dengan harganya. Produk-produk seperti Kakap merah, terinasi, bawal putih, cumi-cumi, dan bawal putih hendaknya diperlakukan secara khusus dan lebih cepat dalam arti tidak sama seperti menangani ikan-ikan rucah maupun komoditas bernilai rendah lainnya. Penanganan yang lebih cepat dapat dilakukan dengan membuka pelelangan tersendiri untuk produk-produk tersebut. Melalui penanganan khusus maka penurunan mutu dapat diminimalisir dan harga yang diterima nelayan akan lebih tinggi.

Kepastian adalah jaminan yang mencakup pengetahuan, kemampuan dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan. Guna meningkatkan kepuasan nelayan

pengelola dapat melakukan penambahan jumlah bakul, dengan bertambahnya bakul maka akan membuat persaingan lebih sehat dan harga ikan akan terdongkrak dengan sendirinya. Dalam rangka menambah jumlah bakul maka pengelola perlu selektif dan perlu diterapkan ketentuan agunan bagi bakul-bakul baru tersebut, berkembangnya jumlah bakul biasanya sejalan dengan faktor keamanan di PPI, bila kondisi lingkungan PPI kondusif bebas dari persoalan-persoalan keamanan maka langkah untuk meningkatkan jumlah bakul akan lebih mudah.

Empati adalah tingkat kepedulian dan perhatian pengelola PPI terhadap nelayan secara individu, perlu kiranya PPI memperlakukan dan menanggapi keluhan-keluhan nelayan dengan penuh pengertian dan bijaksana, karena sebagaimana umumnya masyarakat nelayan yang memiliki temperamen keras dan mereka datang ke PPI dalam keadaan lelah setelah melaut serta ingin dilayani dengan cepat, maka dalam melayani mereka pengelola perlu bijaksana tanpa mengorbankan aturan-aturan yang berlaku serta melakukan pendekatan secara personal sehingga dapat melayani mereka dengan baik dan dalam suasana yang hangat.

3. Faktor *image* memiliki pengaruh paling besar dalam menentukan kepuasan nelayan sehingga pengelola PPI perlu membangun reputasi yang baik. Reputasi yang baik dapat diraih apabila masyarakat mempunyai kepercayaan yang kuat terhadap para pengelola PPI. Hal ini terkait dengan budaya masyarakat nelayan pada umumnya dan masyarakat tiga desa Morodemak pada khususnya, yang mana keberadaan dan dukungan para tokoh

masyarakat lebih-lebih bila tokoh itu adalah tokoh agama maka peranannya akan semakin sentral dan disegani. Sehingga guna membangun reputasi yang baik maka para pengelola PPI tidak saja harus dapat menjaga citra dirinya dari hal-hal negatif, seperti kinerja yang baik bebas dari permainan harga serta pungutan liar yang merugikan nelayan, juga harus mampu menjaga citra lingkungan PPI yang bebas dari gangguan keamanan, serta adanya usaha yang sungguh-sungguh untuk mendatangkan bakul luar daerah, karena keberadaan bakul luar daerah umumnya lebih disukai nelayan karena mereka membayar tunai. Diluar semua itu pengelola dapat meningkatkan *image* PPI di masyarakat dengan memanfaatkan kultur budaya setempat, untuk itu pengelola sebaiknya bisa merangkul para tokoh masyarakat disana serta bila memungkinkan mengajak para tokoh masyarakat tersebut untuk aktif terlibat dalam membantu PPI melalui kepengurusan di KUD Mina, dengan cara ini maka *Image* PPI Morodemak dimata masyarakat akan semakin terangkat.

4. Dalam faktor *responsibility* ternyata mayoritas responden masih menilai pengurusan hak-hak nelayan dan kerjasama pengelola PPI Morodemak dengan lembaga instansi serta penegakan peraturan daerah di PPI belum memuaskan, untuk itu pengelola PPI, KUD Mino Utomo, HNSI, dan Puskud Mina Baruna perlu duduk bersama dan merumuskan prosedur yang disepakati tentang pengurusan dan pencairan hak-hak nelayan seperti saving, dana paceklik asuransi nelayan dll.

Sedangkan untuk kelancaran jalannya pelayanan di PPI maka pengelola PPI agar selalu konsisten dalam

menjalankan peraturan daerah yang ada sebagai pedoman kerja di PPI terutama untuk penindaklanjutan kepada bakul maupun nelayan yang melanggar peraturan misalnya dengan adanya pembelian ikan secara ilegal, dan dalam menegakkan peraturan ini pengelola PPI agar selalu bekerjasama dengan instansi terkait seperti Satuan Polisi Pamong Praja maupun Satuan Polisi Air.

#### AGENDA PENELITIAN MENDATANG

Bagian ini mengindikasikan penelitian lanjutan, apa yang dapat dikembangkan atas dasar hasil penelitian yang didapat dalam penelitian ini.

Penelitian mendatang hendaknya dilakukan dengan sampel yang lebih beragam dan meliputi beberapa Pangkalan Pendaratan Ikan dengan klasifikasi yang berbeda sehingga kesimpulan yang didapat cakupannya akan lebih luas.

Selain itu penelitian mendatang hendaknya dilakukan dengan teknik analisis yang berbeda, misalnya dengan teknik analisis SEM, melalui SEM dapat diketahui kuat lemahnya hubungan dimensi dengan variabel penelitian sehingga implikasi manajerial dapat diurutkan mulai dari pengaruh yang paling besar sampai pengaruh paling kecil.

Berkaitan dengan rendahnya nilai adj. R<sup>2</sup> pada penelitian ini, maka pada penelitian mendatang hendaknya perlu ditambah dengan variabel-variabel lain yang diperkirakan akan berdampak pada kepuasan nelayan misalnya, kualitas interaksi antara pengelola PPI dan nelayan, efisiensi pelayanan dan efektivitas pelayanan.

\*\*\*

#### DAFTAR REFERENSI

- Augusty Ferdinand, Dr. MBA., 2002, *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Bitner MJ. Dkk, 1990, Evaluating Service Encounters: Effects of Physical Surrounding and Employee Response, *Journal of Marketing*, Vol. 54, No. 2, pp.69-82.
- Cronin J. Joseph and Steven A Taylor, 1994, SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Neasurement of Service Quality, *Journal of Marketing*, Vol. 58, and pp. 125-131.
- Cochran William G., 1991, *Teknik Penarikan Sampel*, Penerbit Universitas Indonesia (UI-PRESS), Jakarta.
- Correa JA. Aragon, 1998, Strategic Proactivity and Firm Approach to the Natural Environment, *Academy of management Journal*, 556-567.
- Dean Jr James W and Bowen David E, 1994, Management Theory and Total Quality : Improving Research and Practice Through Theory Development, *Academy of Management Review*, Vol. 19, No. 3, pp. 392-418.
- Dinas Perikanan Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Tengah, 1996, *Fasilitas Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI)*, Sub Dinas Bina Prasarana, Semarang.
- \_\_\_\_\_, 2001, *Peningkatan Peranan Pelabuhan Perikanan Dalam Menunjang Otonomi Daerah*, Semarang.
- Duffy Jo Ann M. and Ketchan Alice A., 1998, Examining Role of Service Quality In Overall Service Satisfaction, *Journal of Managerial Issues*, Vol. 10 No. 2.
- Fornell dkk, 1996, The American Customer Satisfaction Index, Nature Purpose and Finding, *Journal of Marketing* Vol.60, pp. 7-18.

- Gujarati (1995), *Basic Econometric*, Thirth Edition, Mc. Graw Hill, Inc.
- Goolsby, JR. (1992), "A theory of Role Stress in Boundary Spanning Positions of Marketing Organizations", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 20, pp.155-164
- Hair Joseph F dkk, 1995, *Multivariate Data Analysis With Reading*, Fourth Edition, Prentice Hall Inc.
- Hurley Robert F. and Estelami Hooman, 1998, Alternative Indexes for Monitoring Customer Perceptions of Service Quality: A Comparative Evaluation in a Retail Context, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol 26, No. 3, pages 209-221.
- Husein, Umar., 2000. *Riset Pasar dan Perilaku Konsumen*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Imam Ghozali, DR. M Com. Akt, 2001, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Johnson MD and Fornell CA, 1991, Frame Work for Comparing Customer Satisfaction A Cross Individuals and Product Categories, *Journal of Economic Psychology* Vol.12.
- Kotler Philip, 1994, *Marketing Management Analysis Planning, Implementation and Control*, 8 Th Ed, Englewood Cliffs, NJ Prentice-Hall International Inc.
- Lehtinen Uolevi and Lehtinen, Jarmo R., 1982, *Service Quality: A Study of Quality Dimensions*. Helsinki: Service Management Institute.
- Lovelock Christopher, 1988, *Managing Service: Marketing, Operations and Human Resources*, London: Prentice Hall International, Inc.
- \_\_\_\_\_, 1994, *Product Plus: How Product + Service = Competitive Advantage*. New York: McGraw-Hill.
- \_\_\_\_\_, and Wirtz Jochen, 2004, *Services marketing: People, Technology, strategy*. Pearson Prentice Hall.
- Parasuraman A, VA. Zeithami and LL. Berry, 1985, A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing* (Fall), 41-50.
- \_\_\_\_\_, 1988, SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, Vol. 64, No.1 pp. 12-40.
- \_\_\_\_\_, 1994, Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research, *Journal of Marketing* Vol. 58, pp. 111-124.
- Peraturan Daerah Nomor.1 Tahun 1984 tentang Tempat Pelelangan Ikan di Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Tengah, Pemerintah Propinsi Dati I Jawa Tengah, Semarang.
- \_\_\_\_\_, Nomor 3 Tahun 1999 tentang Retribusi Pasar Grosir Dan Atau Pertokoan, Pemerintah Propinsi Dati I Jawa Tengah, Semarang.
- \_\_\_\_\_, Nomor 3 Tahun 2000 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Tengah Nomor 3 Tahun 1999 Tentang Retribusi Pasar Grosir Dan Atau Pertokoan, Pemerintah Propinsi Jawa Tengah, Semarang.
- \_\_\_\_\_, Nomor 16 Tahun 2002 tentang Tempat Pelelangan Ikan, Pemerintah Propinsi Jawa Tengah, Semarang.
- \_\_\_\_\_, Nomor 10 tahun 2003 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Propinsi Jawa Tengah Nomor 16 Tahun 2002 Tentang Tempat Pelelangan Ikan, Pemerintah Propinsi Jawa Tengah, Semarang.
- Roesanto, 2000, Kemajuan Teknologi Memacu Transportasi Bisnis, *Forum Manajemen Prasetya Mulya*, Tahun ke 15 no. 70. pp. 10-17.
- Santoso Singgih, 2001, *SPSS Statistik Parametrik*, Penerbit PT. Elex Media

- Komputindo, Kelompok Gramedia, Jakarta.
- \_\_\_\_\_, 2002, *SPSS Statistik Multivariat*, Penerbit PT Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Sugiarto Ender, 1996, *Hotel Front Office Administration*, PT. Gramedia, Jakarta.
- Sugiyono, 2000, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono Fandy, 2000, *Manajemen Jasa*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, 2002, *Strategi Pemasaran*, Penerbit ANDI, Yogyakarta
- Tse David K and PC Wilton, 1988, Model Consumer Satisfaction Formation: An Extention, *Journal of Marketing Research*, Vol. XXV, pp.204-212.