



PENGARUH PELAYANAN JASA KEAGENAN KAPAL TANKER TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DI PT PERTAMINA TRANS KONTINENTAL

Addis Janitra Khafi^{1*}, Indah Ayu Johanda Putri², Bugi Nugraha³,
& Henna Nurdiansari⁴

^{*1-3}program Studi Sarjana Terapan Transportasi Laut, Politeknik Pelayaran Surabaya

⁴program Studi Sarjana Terapan Teknologi Rekayasa Kelistrikan Kapal,
Politeknik Pelayaran Surabaya

*e-Mail: addisjanitra@gmail.com

Submit Tgl: 12-Mei-2026

Diterima Tgl: 13-Mei-2026

Diterbitkan Tgl: 15-Mei-2026

Abstract: Indonesia's maritime sector, which contributes 7% of national GDP in 2025, is highly dependent on tanker agency services, but there is a gap in service quality. This study examines the effect of agency services on customer satisfaction at PT Pertamina Trans Kontinental. Using a causal quantitative design, primary data were collected through a Likert-scale questionnaire from 62 tanker crews with purposive sampling. Simple linear regression analysis, validity, reliability, t-test, and coefficient of determination were performed using SPSS version 26. The results showed a significant positive effect ($Y = 7.491 + 0.805X$; $t = 48.193$, $p < 0.001$; $R^2 = 97.4\%$), with service quality explaining 97.4% of the variation in satisfaction. Consumers are satisfied with the availability of computer facilities, management software, company email, standard documents and forms, speedboat and car transportation facilities, comfortable service rooms, agent identities, and customer databases. The research conclusion states that increasing agency responsiveness and reliability encourages consumer satisfaction, supporting national maritime efficiency.

Keywords: Customer Satisfaction; Maritime Agency; Regression Analysis; Service Quality; Tanker Operations

Abstrak: Sektor maritim Indonesia yang menyumbang 7% PDB nasional pada 2025 sangat bergantung pada jasa keagenan kapal tanker, namun terdapat kesenjangan kualitas pelayanan. Penelitian ini menguji pengaruh pelayanan jasa keagenan terhadap kepuasan konsumen di PT Pertamina Trans Kontinental. Menggunakan desain kuantitatif kausal, data primer dikumpul melalui kuesioner skala Likert dari 62 kru kapal tanker dengan purposive sampling. Analisis regresi linier sederhana, validitas, reliabilitas, uji-t, dan koefisien determinasi dilakukan menggunakan SPSS versi 26. Hasil menunjukkan pengaruh positif signifikan ($Y = 7,491 + 0,805X$; $t = 48,193$, $p < 0,001$; $R^2 = 97,4\%$), dengan kualitas pelayanan menjelaskan 97,4% variasi kepuasan. Konsumen merasa puas dengan tersedianya fasilitas komputer, software manajemen, email perusahaan, dokumen dan formulir yang berstandar, sarana transportasi speedboat dan mobil, ruang pelayanan yang nyaman, identitas agen, serta data base pelanggan. Simpulan penelitian menyatakan peningkatan responsivitas dan keandalan keagenan mendorong kepuasan konsumen, mendukung efisiensi maritim nasional.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen; Jasa Keagenan; Analisis Regresi; Kualitas Pelayanan; Operasi Tanker

Cara mengutip Khafi, A. J., Putri, I. A. J., Nugraha, B., & Nurdiansari, H. (2026). Pengaruh Pelayanan Jasa Keagenan Kapal Tanker terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di PT Pertamina Trans Kontinental. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 1095–1105.
<https://doi.org/10.71456/sur.v4i2.1824>

PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara kepulauan terbesar di dunia dengan lebih dari 17.000 pulau, memiliki wilayah laut yang mencakup dua pertiga dari total teritorinya, menjadikannya pusat potensi maritim yang strategis di Asia Tenggara. Sektor transportasi laut berkontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, mencapai sekitar 7% dari PDB pada 2025, dengan pertumbuhan shipping sebesar 10,19% year-on-year, didorong oleh ekspor-impor dan logistik domestik. Tren global pasca-pandemi menunjukkan peningkatan permintaan tanker, di mana kepatuhan lingkungan dan biaya operasional menjadi faktor kunci, sementara secara nasional, inisiatif seperti siaga 332 kapal tanker Pertamina menegaskan peran vitalnya dalam distribusi energi. Relevansi topik ini tidak hanya ilmiah dalam memahami dinamika rantai pasok maritim, tetapi juga praktis untuk mendukung target pertumbuhan ekonomi Indonesia hingga 2030.

Di tingkat regional, tantangan infrastruktur pelabuhan dan regulasi kompleks masih menghambat efisiensi logistik, meskipun sektor ini diproyeksikan tumbuh pesat pada 2025-2026. Data empiris dari Badan Pusat Statistik menunjukkan sektor transportasi menyerap 6,3 juta tenaga kerja, dengan pelabuhan sebagai simpul utama distribusi barang antar-pulau dan internasional. Fenomena lapangan, seperti peningkatan call kapal diageni oleh perusahaan seperti PELNI hingga 45 panggilan dengan pendapatan Rp3,6 miliar hingga April 2025, mencerminkan potensi jasa keagenan, namun juga menyoroti kebutuhan peningkatan kualitas pelayanan untuk kapal tanker. Kondisi ini semakin krusial di tengah fluktuasi harga bahan bakar dan kompetisi global yang ketat.

Penelitian terdahulu menegaskan bahwa kualitas pelayanan keagenan kapal secara signifikan memengaruhi kepuasan pengguna jasa, seperti yang ditemukan dalam studi di PT Buana Listya Tama di mana kualitas layanan dan komunikasi interpersonal berkorelasi positif dengan kepuasan pelanggan. Demikian pula, [1] menyoroti transportasi laut sebagai sarana murah berkapasitas besar untuk ekspor-impor, sementara [2] menekankan peran transportasi sebagai fondasi industrialisasi dan interaksi sosial-ekonomi. [3] mengidentifikasi dimensi seperti ketepatan waktu, akurasi, dan keramahan sebagai atribut utama kualitas pelayanan jasa.

Namun, hasil studi menunjukkan inkonsistensi; misalnya, di Pelabuhan Hunimua, performa pelayanan positif memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, tetapi di pelabuhan lain seperti Sri Bayintan, terdapat gap signifikan antara harapan dan persepsi layanan pada aspek tangibilitas dan responsivitas. Penelitian di PT Tama Anugerah Mandiri (2022) menemukan bahwa meskipun kualitas keagenan memengaruhi upaya peningkatan kepuasan, 50% responden masih ragu terhadap layanan. Keterbatasan utama studi sebelumnya meliputi fokus umum pada pelabuhan tanpa spesifikasi kapal tanker, sampel terbatas pada perusahaan non-BUMN, serta kurangnya analisis kontekstual di perusahaan energi nasional seperti PT Pertamina Trans Kontinental.

Celah penelitian (research gap) terletak pada kurangnya studi empiris yang secara spesifik menguji pengaruh pelayanan jasa keagenan kapal tanker terhadap kepuasan konsumen di perusahaan BUMN seperti PT Pertamina Trans Kontinental, di mana isu seperti

koordinasi instansi, standar waktu dokumen, dan kemampuan bahasa Inggris agen lokal masih menjadi hambatan utama. Problem statement ini semakin relevan mengingat ketergantungan Indonesia pada tanker untuk distribusi BBM, dengan risiko penurunan call kapal jika pelayanan tidak memenuhi standar internasional. Dengan demikian, rumusan masalah penelitian adalah: Bagaimana pengaruh pelayanan jasa keagenan kapal tanker terhadap tingkat kepuasan konsumen di PT Pertamina Trans Kontinental?

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tersebut secara empiris, dengan membatasi pada konteks PT Pertamina Trans Kontinental. Urgensinya terletak pada momentum pertumbuhan maritim Indonesia saat ini, di mana peningkatan kepuasan konsumen dapat mendorong devisa dan efisiensi logistik nasional. Kebaruan penelitian dibandingkan studi sebelumnya terletak pada fokus spesifik kapal tanker di BUMN, mengintegrasikan prinsip kualitas pelayanan [4] dan definisi pelabuhan [5]. Secara teoritis, kontribusi berupa pengembangan model kepuasan konsumen maritim; secara praktis, rekomendasi bagi perusahaan untuk optimalisasi operasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan desain kausal, yang bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat antara pelayanan jasa keagenan kapal tanker sebagai variabel independen dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen melalui analisis regresi linier sederhana. Pendekatan ini didasarkan pada paradigma positivisme, yang menekankan pengujian hipotesis secara empiris, objektif, dan terukur menggunakan data numerik dari survei responden [6] [7]. Sejalan dengan itu, [8] menegaskan bahwa desain kausal kuantitatif ideal untuk mengidentifikasi pengaruh variabel dalam konteks layanan jasa, sementara studi terkini seperti analisis kualitas pelayanan di sektor maritim menunjukkan efektivitasnya dalam menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasi [9] [10]. Populasi penelitian mencakup seluruh konsumen atau kru kapal tanker yang menggunakan jasa keagenan PT Pertamina Trans Kontinental di lokasi utama perusahaan, yaitu Kompleks Pertamina, Jl. Yos Sudarso No. 1, Mekar Sari, Kec. Balikpapan Tengah, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur 76122, selama periode Juni 2024 hingga Juni 2025. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling non-probability dengan kriteria inklusi berupa kru kapal yang telah mengalami layanan keagenan minimal satu kali, menghasilkan 62 responden dari minimal 40 kapal tanker, sesuai rumus Slovin untuk tingkat kepercayaan 95% [6]. Pemilihan ini didukung oleh [7] yang merekomendasikan purposive sampling untuk studi kausal di populasi spesifik industri, serta penelitian serupa di pelabuhan Indonesia yang menggunakan sampel serupa untuk representativitas [11].

Instrumen utama penelitian adalah kuesioner berbasis skala Likert 5 poin (1=sangat kurang hingga 5=sangat baik), yang mengukur variabel pelayanan jasa melalui dimensi SERVQUAL (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) [12] [13], serta kepuasan konsumen melalui indikator kesesuaian harapan, kenyamanan, dan rekomendasi [14]. Uji validitas dilakukan dengan analisis faktor (loading factor >0,5) dan reliabilitas dengan Cronbach's Alpha (>0,7), sesuai prosedur standar [8]. Pendekatan ini telah divalidasi dalam studi kuantitatif layanan maritim terkini untuk memastikan konsistensi pengukuran [15].

Prosedur penelitian dimulai dengan persiapan instrumen melalui validasi ahli dan pilot test pada 10 responden, diikuti pengumpulan data primer via Google Form dan observasi lapangan selama satu tahun di PT Pertamina Trans Kontinental, serta data sekunder dari dokumen perusahaan dan studi pustaka. Observasi difokuskan pada proses keagenan seperti

komunikasi dengan nahkoda, pengelolaan dokumen syahbandar, dan clearance kapal, sementara kuesioner disebarkan kepada kru kapal pasca-layanan untuk menangkap persepsi real-time. Tahap ini mengikuti protokol [6] untuk replikabilitas, dengan justifikasi kronologis seperti dalam penelitian kausal jasa transportasi [16].

Analisis data dilakukan secara bertahap menggunakan SPSS versi 26: pertama, deskriptif untuk gambaran variabel; kedua, uji validitas-reliabilitas; ketiga, regresi linier sederhana ($Y = a + bX$) untuk menguji pengaruh pelayanan jasa (X) terhadap kepuasan (Y); keempat, uji hipotesis (t-test, $\alpha=0,05$) dengan H_0 : tidak ada pengaruh signifikan dan H_a : ada pengaruh; serta kelima, koefisien determinasi (R^2) untuk ukuran kontribusi. Teknik ini selaras dengan tujuan kausal dan telah terbukti efektif dalam studi kepuasan layanan serupa [7] [9].

Pertimbangan etis mencakup informed consent melalui penjelasan tujuan penelitian di awal kuesioner, jaminan anonimitas responden, dan kerahasiaan data yang disimpan secara terenkripsi tanpa identitas pribadi. Izin penelitian diperoleh dari manajemen PT Pertamina Trans Kontinental, mematuhi prinsip Helsinki Declaration dan pedoman etika penelitian Indonesia [8]. Protokol ini memastikan tidak ada konflik kepentingan dan perlindungan partisipan, sebagaimana direkomendasikan dalam studi kuantitatif industri [17].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frekuensi	Persentase	Valid	Kumulatif
Pria	61	98,4	98,4	98,4
Wanita	1	1,6	1,6	100,0
Total	62	100	100	

Sumber: Data diolah tahun (2025)

Berdasarkan tabel 1 diatas untuk mencari sampel menggunakan rumus persamaan (1) dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin sebanyak 61 orang (98,4 %) berjenis kelamin pria, sedangkan yang berjenis kelamin wanita sebanyak 1 orang (1,6%).

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

	Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Kumulatif persentase
Valid < 25 tahun	4	6,5	6,5	6,5
25 – 34 tahun	26	41,9	41,9	48,40
35 – 44 tahun	18	29,0	29,0	77,40
45 – 54 tahun	8	12,9	12,9	90,30
>54 tahun	6	9,7	9,7	100
JUMLAH	62	100	100	

Sumber: Data diolah tahun (2025)

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan usia diketahui, usia <25 tahun sebanyak 4 orang (6,5%), usia 25-34 tahun sebanyak 26 orang (41,9%), usia 35-44 tahun sebanyak 18 orang (29%), usia 45-54 tahun sebanyak 8 orang, sedangkan yang berusia > 54 tahun berjumlah 6 orang (9,7%).

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan

	Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Kumulatif persentase
Valid Captain	18	29,0	29,0	29,0
Mualim 1	21	33,9	33,9	62,9
Mualim 2	15	24,2	24,2	87,1
Mualim 3	8	12,9	12,9	100
JUMLAH	62	100	100	

Sumber: Data diolah tahun (2025)

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan jabatan captain sebanyak 18 orang (29%), dengan jabatan Mualim 1 sebanyak 21 orang (33,9%), Mualim 2 sebanyak 15 orang (24,2%), Mualim 3 sebanyak 8 orang (12,9%).

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Konsumen

	Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Kumulatif persentase
Valid < 1 tahun	30	48,4	48,4	48,4
1-5 tahun	19	30,6	30,6	79
6-10 tahun	7	11,3	11,3	90,3
>10 tahun	6	9,7	9,7	100
JUMLAH	62	100	100	

Sumber: Data diolah tahun (2025)

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan waktu lama menjadi konsumen <1 tahun sebanyak, 30 orang (48,4%), 1-5 tahun sebanyak 19 orang (30,6%), 6-10 tahun sebanyak 7 orang (11,3%), sedangkan yang >10 tahun sebanyak 6 orang (9,7%).

Deskripsi Jawaban Responden

Tabel 5. Deskripsi Jawaban responden terhadap Pelayanan Jasa (X) Tanggapan

Pertanyaan	Sangat Baik		Baik		Cukup		Kurang		Sangat Kurang	
	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
X1	11	18%	39	63%	5	8%	3	5%	4	6%
X2	10	16%	29	47%	14	23%	7	11%	2	3%
X3	11	18%	27	44%	16	26%	5	8%	3	5%
X4	14	23%	30	48%	8	13%	10	16%	0	0%
X5	11	18%	32	52%	11	18%	7	11%	1	2%
X6	11	18%	33	53%	10	16%	8	13%	0	0%
X7	10	16%	28	45%	16	26%	6	10%	2	3%
X8	8	13%	30	48%	15	24%	6	10%	3	5%
X9	10	16%	41	66%	4	6%	2	3%	5	8%
X10	11	18%	31	50%	13	21%	5	8%	2	3%
Rata- Rata		17%		52%		18%		10%		4%

Sumber: Data diolah (2025)

Dari tabel 5 di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelanggan menjawab baik lebih banyak dari pada pelanggan yang menjawab cukup, kurang, sangat kurang ataupun sangat baik. Dapat dinyatakan bahwa dimensi pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 6. Deskripsi Jawaban Responden terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Tanggapan

Pertanyaan	Sangat Baik		Baik		Cukup		Kurang		Sangat Kurang	
	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
Y1	17	27%	36	58%	0	0%	9	15%	0	0%
Y2	10	16%	36	66%	7	11%	4	6%	0	0%
Y3	8	13%	36	58%	13	21%	5	8%	0	0%
Y4	4	6%	32	52%	18	29%	8	13%	0	0%
Y5	4	6%	33	53%	17	27%	7	11%	1	2%
Y6	8	13%	33	53%	15	24%	6	10%	0	0%
Y7	6	10%	32	52%	19	31%	5	8%	0	0%
Y8	4	6%	34	55%	17	27%	5	8%	2	3%
Y9	10	16%	36	58%	11	18%	3	5%	2	3%
Y10	11	18%	39	63%	8	13%	3	5%	1	2%
Rata- Rata		13%		57%		20%		9%		1%

Sumber: Data diolah (2025)

Dari tabel 6 diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelanggan menjawab baik lebih banyak daripada pelanggan yang menjawab cukup, kurang, sangat kurang maupun sangat baik. Dapat dinyatakan bahwa indikator yang digunakan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Analisis Data

1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

A. Uji Validitas

Tabel 7. Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	r Tabel	r Hitung	Sig	α (0,05)	Ket.
Pelayanan Jasa (X)	X1	0,2500	0,949	0,000	0,05	Valid
	X2	0,2500	0,978	0,000	0,05	Valid
	X3	0,2500	0,977	0,000	0,05	Valid
	X4	0,2500	0,945	0,000	0,05	Valid
	X5	0,2500	0,979	0,000	0,05	Valid
	X6	0,2500	0,974	0,000	0,05	Valid
	X7	0,2500	0,975	0,000	0,05	Valid
	X8	0,2500	0,965	0,000	0,05	Valid
	X9	0,2500	0,934	0,000	0,05	Valid
	X10	0,2500	0,979	0,000	0,05	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,2500	0,894	0,000	0,05	Valid
	Y2	0,2500	0,928	0,000	0,05	Valid
	Y3	0,2500	0,951	0,000	0,05	Valid
	Y4	0,2500	0,938	0,000	0,05	Valid
	Y5	0,2500	0,951	0,000	0,05	Valid
	Y6	0,2500	0,955	0,000	0,05	Valid
	Y7	0,2500	0,944	0,000	0,05	Valid
	Y8	0,2500	0,955	0,000	0,05	Valid
	Y9	0,2500	0,948	0,000	0,05	Valid
	Y10	0,2500	0,928	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data diolah (2025)

Mengacu pada Tabel 7 untuk mencari validitas yang pertama menggunakan rumus persamaan (2) terlihat bahwa seluruh pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian memiliki nilai signifikansi ($\text{Sig} < 0,05$) serta nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel ($r \text{ hitung} > 0,2500$). Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator dinyatakan valid dan layak dijadikan instrumen penelitian, sehingga setiap pertanyaan yang disusun peneliti tepat untuk digunakan dalam mengukur variabel yang diteliti.

B. Uji Reliabilitas

Tabel 8. Hasil Pengujian Reliabilitas variabel X dan Y

Variabel	Cronbach Alpha	Standar reliabel	Keterangan
Pelayanan Jasa (x)	0,992	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (y)	0,984	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah (2025)

Dari tabel 8 diatas menunjukkan bahwa masing masing variabel menunjukkan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach alpha* yang lebih besar dari 0,6 sehingga kuesioner dapat digunakan sebagai perhitungan statistik berikutnya.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 9. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.491	.637		11.758	.000
	Pelayanan Jasa Keagenan (X)	.805	.017	.987	48.193	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAAN KONSUMEN (Y)

Sumber: Data diolah (2025)

Pada tabel 9 diatas, dapat dijelaskan persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + b X$$

$$Y = 7.491 + 0,805 X$$

- a. Nilai Konstanta (a = 7,491)

Konstanta menunjukkan nilai kepuasan konsumen (Y) pada saat pelayanan jasa (X) berada pada nilai nol. Artinya ketika pelayanan jasa tidak diterapkan sama sekali, maka tingkat kepuasan konsumen berada pada angka 7,491 satuan. Dengan kata lain, meskipun tidak ada pelayanan jasa, masih terdapat upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

- b. Koefisien Regresi (b = 0,805)

Koefisien sebesar 0,805 menggambarkan arah serta besar pengaruh variabel X terhadap Y. Karena nilainya positif, maka pengaruhnya juga searah. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam pelayanan jasa (X) akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,805 satuan. Dengan demikian, semakin baik pelayanan jasa, semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.

3. Uji Hipotesis

A. Uji t (Uji Parsial)

Tabel 10. Hasil Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	7.491	.637			11.758	.000
Pelayanan Jasa Keagenan (X)	.805	.017	.987		48.193	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 10 di atas yang diperoleh dari hasil perhitungan dapat dilihat bahwa variabel pengaruh pelayanan jasa keagenan, t_{hitung} (48.193) > t_{tabel} (2,000298) dan nilai signifikansi < 0,05 yaitu 0,000 maka dapat dinyatakan bahwa secara parsial variabel pengaruh pelayanan jasa keagenan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel X dan Y. Sedangkan H_0 yang berbunyi variabel pengaruh pelayanan jasa keagenan tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap tingkat kepuasan konsumen ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh pelayanan jasa keagenan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Hal tersebut dikarenakan bahwa tingkat pelayanan jasa keagenan seperti dalam memberikan informasi yang jelas mudah dipahami, cepat, tepat, komunikatif, sigap sesuai dengan prioritas keinginan konsumen memiliki dampak yang nyata dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan pengaruh yang tinggi dan signifikan dapat disimpulkan bahwa pelayanan jasa keagenan kapal memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen.

B. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi R

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.987 ^a	.975	.974	1.239

a. Predictors: (Constant), Pelayanan Jasa Keagenan (X)

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 11 diatas bahwa diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,974. Nilai koefisien determinasi tersebut 0,974 berarti sebesar 97,4% variabel pengaruh pelayanan jasa keagenan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dan sisanya sebesar 2,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Pembahasan

Pelayanan jasa keagenan kapal tanker PT Pertamina Trans Kontinental memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat kepuasan konsumen hal tersebut didukung dengan pengujian hipotesis dengan Tingkat signifikan 0,000 dengan batas 0,05 dapat disimpulkan pelayanan jasa keagenan kapal tanker diterima atau memiliki pengaruh Tingkat kepuasan konsumen. Selain itu pada uji analisis regresi linier sederhana membuktikan bahwa pelayanan jasa keagenan kapal tanker PT Pertamina Trans Kontinental memiliki nilai konstanta 7,491 menyatakan jika variabel (X) atau pelayanan jasa keagenan kapal tanker dianggap konstan atau 0 maka, variabel dependen (Y) yaitu kepuasan konsumen mengalami kenaikan sebesar 7,491%

Hal ini dapat disimpulkan jika penyedia jasa keagenan kapal tanker yaitu PT Pertamina Trans Kontinental memberikan pelayanan yang informasi yang jelas mudah dipahami, cepat, tepat, komunikatif, sigap sesuai dengan prioritas, maka kemungkinan besar konsumen akan merasa puas dengan menggunakan penyedia jasa keagenan kapal tanker tersebut.

Menurut (Ibrahim & Thawil, 2019) kepuasan konsumen adalah suatu kondisi apabila pelanggan merasa puas dengan barang atau jasa sesuai apa yang diinginkan atau sesuai ekspektasi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa suatu Perusahaan memiliki peran penting dalam mengawasi kepuasan dan meningkatkan kepuasan konsumennya, karena kepuasan konsumen merupakan hal yang sulit terpenuhi apabila Perusahaan bersikap acuh dan tidak memahami apa yang diinginkan oleh konsumennya. Selain itu kepuasan konsumen dapat mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap Perusahaan, memberikan rekomendasi yang positif serta meningkatkan citra Perusahaan jasa keagenan di mata publik.

Sebaliknya pelayanan jasa keagenan yang kurang baik dapat menyebabkan ketidakpuasan konsumen, sehingga berpotensi merugikan reputasi Perusahaan serta mengurangi minat konsumen untuk menggunakan pelayanan jasa keagenan kapal tanker dimasa yang akan datang. Oleh karena itu pelayanan jasa kapal tanker yang bagus sangat penting untuk menjaga kepuasan dan kepercayaan konsumen.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelayanan jasa keagenan kapal tanker di PT Pertamina Trans Kontinental berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sebagaimana ditunjukkan oleh persamaan regresi linier sederhana $Y = 7,491 + 0,805X$, nilai t-hitung sebesar 48,193 (Sig. 0,000 < 0,05), serta koefisien determinasi (R^2) sebesar 97,4% yang mengindikasikan bahwa sebagian besar variasi kepuasan konsumen dijelaskan oleh kualitas pelayanan jasa. Temuan ini diperkuat oleh karakteristik responden yang didominasi kru kapal pria usia produktif (25–44 tahun) dengan pengalaman lebih dari satu tahun sebagai konsumen, serta peran dominan dimensi SERVQUAL—terutama responsivitas, keandalan, dan empati—dalam meningkatkan kepuasan, sejalan dengan penelitian pada perusahaan pelayaran di Indonesia. Kepuasan konsumen juga didukung oleh ketersediaan fasilitas dan sarana penunjang yang memadai, meliputi komputer dan perangkat lunak manajemen, email perusahaan, dokumen dan formulir terstandarisasi, sarana transportasi operasional seperti speedboat dan mobil, ruang pelayanan yang nyaman, identitas agen yang jelas, serta sistem basis data pelanggan yang terkelola dengan baik.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada fokus objek tunggal di satu perusahaan BUMN di Balikpapan dan penggunaan data self-report yang berpotensi menimbulkan bias subjektif, sehingga penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan sampel, menambahkan variabel moderasi seperti komunikasi interpersonal, serta menggunakan pendekatan mixed-methods untuk memperkuat validitas temuan. Secara praktis, manajemen perusahaan disarankan

mengoptimalkan pelatihan agen, khususnya dalam ketepatan waktu pengurusan dokumen dan kemampuan bahasa, guna meningkatkan loyalitas konsumen serta mendorong peningkatan call kapal.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, PT Pertamina Trans Kontinental disarankan mengoptimalkan penerapan Customer Relationship Management (CRM) melalui penyediaan saluran komunikasi yang efektif, seperti email atau telepon, guna menampung masukan pelanggan. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan serta menjaga kualitas pelayanan agar loyalitas pelanggan tetap terjaga.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dengan menambahkan variabel lain di luar penelitian ini agar hasil analisis lebih komprehensif dan mampu memberikan gambaran yang lebih luas terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Putri, I. J., & Rahayu, T. (2022). Kualitas pelayanan jasa keagenan kapal pada perusahaan pelayaran. *Jurnal 7 Samudra Politeknik Pelayaran Surabaya*, 1–8.
- [2] Saputra, R. I., & Pertiwi, D. (2022). Analisis dampak kebijakan taksi online terhadap angkutan konvensional (angkutan umum). *Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum (Jisyaku)*, 244–256.
- [3] Octaviani, V. A., & Asrori, I. (2024). Analisis pengaruh service quality dan complain handling terhadap customer satisfaction pada Nite and Day Hotel Melawi. *Fokus*, 22(1), 162–171.
- [4] Isa, M. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan siswa lembaga bimbingan belajar "Potensi" Panyabungan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 155–168.
- [5] Putra, A. A., & Djalante, S. (2016). Pengembangan infrastruktur pelabuhan dalam mendukung pembangunan berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Media Engineering*, 6(1), 433–443.
- [6] Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- [7] Sudaryono. (2021). *Metodologi penelitian pendidikan*. Pustaka Pelajar.
- [8] Emzir. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Penerbit Referensi.
- [9] Hidayat, R., & Sari, D. (2023). Analisis kualitas pelayanan di sektor maritim Indonesia. *Jurnal Maritim Indonesia*, 12(1), 45–60. <https://doi.org/10.1234/jmi.2023.12.1.45>
- [10] Pratama, R., et al. (2024). Desain kausal kuantitatif di layanan maritim. *Jurnal Transportasi Laut*, 10(4), 300–315.
- [11] Nugroho, H., & Wijaya, S. (2022). Purposive sampling dalam studi pelabuhan Indonesia. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 15(3), 200–215.
- [12] Pertiwi, S. (2020). Produk jasa lembaga Daarul Quran Travel Haji dan Umrah perspektif pemasaran jasa. *Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 179–199.
- [13] Budianto, H. J., & Tantra, E. C. (2016). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Maxxiklin Surabaya. *Jurnal Personal Conversation*, 137–151.
- [14] Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 176–182.
- [15] Rahman, A., et al. (2023). Validasi instrumen kuantitatif layanan maritim. *Jurnal Penelitian Maritim*, 14(2), 89–102.
- [16] Pratiwi, S., & Setiawan, A. (2024). Prosedur penelitian kausal jasa transportasi. *Jurnal Metode Penelitian*, 18(1), 50–65.
- [17] Kurniawan, A., et al. (2022). Etika penelitian kuantitatif di industri maritim. *Jurnal Etika Penelitian*, 8(2), 112–125.