

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kompetensi Sumber daya manusia

2.1.1 Pengertian Sumber Daya Manusia

Menurut Bintoro dan Daryanto (2017) Sumber daya manusia merupakan aset yang berperan sebagai modal (non financial dan non material) di suatu organisasi bisnis, yang dapat ditransformasikan menjadi potensi yang nyata (real) dengan secara fisik dan non fisik untuk mewujudkan eksistensi organisasi. Oleh karena itu untuk dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas organisasi maupun perusahaan maka sumber daya manusia harus dikelola dengan baik, karena sumber daya manusia dapat dikatakan menjadi elemen utama bagi organisasi maupun perusahaan dibandingkan elemen lain seperti teknologi, alasannya karena manusia itu sendiri yang dapat mengendalikan elemen yang lain.

Widodo (2015) sumber daya manusia dapat dikatakan berkualitas manakala mereka mempunyai kemampuan untuk melaksanakan kewenangan dan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kemampuan tersebut hanya dapat dicapai manakala mereka mempunyai bekal pendidikan latihan dan pengalaman yang cukup memadai untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan. Setiap karyawan dianjurkan untuk bisa memiliki sikap profesionalisme dalam bekerja agar bisa mengoptimalkan skill, waktu, tenaga, ilmu pengetahuan dan sumber daya yang dimilikinya sesuai dengan bidang yang dijalani, sehingga akan berpengaruh terhadap kinerja yang dilakukan oleh karyawan.

2.1.2 Kompetensi Sumber Daya Manusia

Menurut Wibowo (2017) Kompetensi adalah suatu kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang diandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut. Menurut Boyatzis (2017) kompetensi

adalah kapasitas yang dimiliki pegawai, yang mengaruhi pada perilaku yang sesuai dengan tuntutan pekerjaan serta sesuai dengan ketetapan perusahaan yang akan membawa hasil seperti yang diharapkan. Sedangkan Menurut Lyle Spencer dan Signe Spencer dalam Eko Hertanto (2017), kompetensi adalah karakteristik yang mendasari seseorang berkaitan dengan efektivitas kinerja individu dalam pekerjaannya atau karakteristik individu yang memiliki hubungan kausal atau sebagai sebabakibat dengan kriteria yang dijadikan acuan, efektif atau berkinerja prima superior ditempat kerja pada situasi tertentu.

Menurut Sutrisno (2016) Kompetensi sumber daya manusia adalah suatu kemampuan yang dilandasi oleh keterampilan dan pengetahuan yang didukung oleh sikap kerja serta penerapannya dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan ditempat kerja yang mengacu pada persyaratan kerja yang ditetapkan. Menurut Marwansyah (2016) kompetensi sumber daya manusia adalah perpaduan pengetahuan, keterampilan, sikap dan karakteristik pribadi dalam menyelesaikan suatu pekerjaan, yang bisa diukur dengan menggunakan standar yang telah disepakati, dan yang dapat ditingkatkan melalui pelatihan dan pengembangan. Sedangkan menurut Margaret Dale dalam Sudarmanto (2018) kompetensi sumber daya manusia adalah menggambarkan dasar pengetahuan dan standar kinerja yang dipersyaratkan agar berhasil menyelesaikan suatu pekerjaan atau memegang suatu pekerjaan atau memegang suatu jabatan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kompetensi sumber daya manusia adalah kemampuan yang dimiliki seseorang yang berhubungan pengetahuan, keterampilan dan karakteristik kepribadian yang mempengaruhi secara langsung terhadap kinerjanya yang dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Kompetensi sebagai kemampuan seseorang untuk menghasilkan pada tingkat yang memuaskan di tempat kerja, termasuk di antaranya kemampuan seseorang untuk mentransfer dan mengaplikasikan keterampilan dan pengetahuan tersebut dalam situasi yang baru dan meningkatkan manfaat yang disepakati.

2.1.3 Manfaat Kompetensi Sumber Daya Manusia

Menurut Prihadi menyebutkan bahwa ada beberapa manfaat pada kompetensi sumber daya manusia

1. Prediktor kesuksesan kerja. Model kompetensi yang akurat akan dapat menentukan dengan tepat pengetahuan serta keterampilan apa saja yang dibutuhkan untuk berhasil dalam suatu pekerjaan. Apa bila seseorang pemenang memiliki kompetensi pada bidang yang diminatinya maka ia dapat diprediksi akan sukses.
2. Merekrut karyawan yang handal, apabila telah berhasil ditentukan kompetensi apa saja yang dibutuhkan suatu posisi tertentu, maka dengan mudah dapat dijadikan kriteria dasar dalam rekrutmen karyawan baru.
3. Dasar penilaian dan pengembangan karyawan, identifikasi kompetensi yang akurat juga dapat dipakai sebagai tolak ukur kemampuan seseorang. Dengan demikian berdasarkan sistem kompetensi dapat diketahui apakah seseorang telah memiliki potensinya dengan pelatihan dari pembinaan atau perlu dimutasikan kebagian lain.

2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kompetensi Sumber Daya Manusia

Menurut Michael Zwell dalam Nadia (2022) menyebutkan bahwa ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kompetensi sumber daya manusia

1. Keyakinan dan nilai-nilai, merupakan keyakinan bahwa diri sendiri dan orang lain memiliki dampak yang signifikan pada tindakan yang diambil. Apabila orang percaya bahwa mereka tidak kreatif dan inovatif, mereka tidak akan berusaha berfikir tentang cara baru atau berbeda dalam melakukan sesuatu.
2. Keterampilan, merupakan keterampilan memainkan peran di kebanyakan kompetensi. Berbicara di depan umum merupakan keterampilan yang dapat dipelajari, dipraktikkan, dan diperbaiki. Keterampilan menulis juga dapat diperbaiki dengan intruksi, praktik dan umpan balik.

3. Pengalaman, merupakan keahlian dari berbagai kompetensi yang memerlukan pengalaman dalam mengatur, berkomunikasi didepan umum, dan menyelesaikan masalah.
4. Karakteristik kepribadian, merupakan kepribadian yang sulit untuk berubah. Akan tetapi kepribadian bukannya suatu yang tidak dapat berubah. Kenyataannya kepribadian seseorang dapat berubah berjalannya waktu, kepribadian dapat memengaruhi seseorang dalam sejumlah kompetensi, termasuk dalam penyelesaian konflik, menunjukkan kepedulian interpersonal, kemampuan bekerja dalam tim, memberikan pengaruh dan membangun hubungan.
5. Motivasi, merupakan faktor dalam kompetensi yang dapat berubah, dengan memberikan dorongan, apresiasi terhadap pekerjaan bawahan, pengakuan dan perhatian individu dari pemimpin.
6. Isu emosional, meruokan hambatan yang dapat membatasi kompetensi, takut membuat kesalahan, malu, merasa tidak diinginkan atau tidak dimiliki semua Batasan motivasi dan inisiatif.
7. Kemampuan Intelektual, merupakan kompetensi yang tergantung pada pemikiran kognitif seperti pemikiran konseptual dan pemikiran analitis, tidak mungkin memperbaiki melalui setiap intervensi yang diwujudkan sesuatu organisasi.
8. Budaya organisasi, merupakan sesuatu yang memengaruhi kompetensi sumber daya manusia dalam kegiatan.

2.1.5 Indikator Kualias Sumber Daya Manusia

Menurut Hutapea dan Thoha dalam Nadia (2022) menyatakan bahwa ada tiga indikator atau komponen yaitu;

1. Pengetahuan (*Knowledge*) merupakan informasi yang dimiliki seseorang untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai dengan bidang yang diminatinya. Ilmu atau informasi yang dimiliki seseorang dapat digunakan dalam kondisi nyata dalam suatu pekerjaan. Pengetahuan seseorang menentukan berhasil tidaknya pelaksanaan tugas yang diberikan,

seseorang yang mempunyai pengetahuan yang cukup meningkatkan efisiensi entitas.

2. Keterampilan (*skill*) merupakan suatu upaya untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan perusahaan kepada seseorang dengan baik dan maksimal, misalnya keterampilan bekerja sama dengan memahami dan memotivasi orang lain baik secara individu atau kelompok.
3. Sikap (*attitude*) merupakan pola tingkah laku seseorang dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai dengan peraturan perusahaan. Apabila seseorang mempunyai sifat mendukung pencapaian perusahaan, maka secara otomatis segala tugas yang dibebankan kepadanya akan dilakukan dengan baik.

2.2 Kualitas pelayanan

2.2.1 Pengertian pelayanan

Menurut Tjiptono dalam Maulidyah Yuliantika H (2018) pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible (tidak berwujud) yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara konsumen dengan karyawan jasa, sumber daya fisik, barang, atau sistem penyedia jasa yang disediakan sebagai solusi atas masalah konsumen. Dari definisi ini, dapat dikatakan bahwa pelayanan merupakan aktivitas yang diberikan kepada konsumen dan pada dasarnya tidak berwujud, disediakan sebagai solusi atau masalah konsumen.

Pelayanan dapat dilihat dan dirasakan langsung manfaatnya oleh pelanggan sehingga besar dampaknya dalam kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2012) pelayanan (*service*) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yakni *service operations* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (*back office* atau *backstage*) dan *service delivery* yang biasanya tampak (*visible*) atau diketahui pelanggan (sering disebut pula *front office* atau *frontstage*). Layanan adalah kegiatan ekonomi yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain. Seringkali berbasis waktu, kinerja membawa hasil yang

diinginkan ke penerima, benda atau asset lainnya adalah tanggung jawab pembeli. Lovelock dan Wirtz dalam Maulidyah Yuliantika H (2018).

Pelayanan adalah suatu bentuk kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah baik di pusat, di daerah, BUMN, dan BUMD dalam bentuk barang maupun jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sedangkan pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan (KEPMENPAN NO. 63/KEP/M.PAN/7/2003).

Menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 81 Tahun 1993 pelayanan adalah suatu bentuk kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah baik dipusat maupun di daerah, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dalam bentuk barang dan jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mampu memberikan kepuasan bagi yang menerima pelayanan sesuai dengan kualitas standarisasi yang telah ditentukan oleh lembaga atau perusahaan pengguna jasa. Standar pelayanan adalah tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penalaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggara kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau, dan terukur.

2.2.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan hakekatnya penilaian konsumen terhadap kehandalan dan superioritas suatu layanan secara menyeluruh. Biasanya konsumen akan membuat beberapa perbandingan antara yang mereka bayar dengan apa yang mereka peroleh. Menurut Elvan et al (2019) menyatakan bahwa Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang harus diperhatikan serius oleh perusahaan yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki

perusahaan. Kualitas bukanlah diukur dari sudut pandang penyedia jasa saja, tetapi berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Hal ini disebabkan karena pelangganlah yang membeli dan menggunakan jasa. Apabila jasa diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk.

Tjiptono menyatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan mendorong konsumen untuk komitmen kepada produk dan pelayanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan market suatu produk. Kualitas pelayanan sangat krusial dalam mempertahankan konsumen dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki pelayanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (Gilbert, 2009).

2.2.3 Konsep Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011) bahwa komponen jasa atau layanan memainkan peranan strategi dalam setiap bisnis. Pembelian sebuah barang sering dibarengi dengan unsur jasa atau layanan. Demikian pula sebaliknya, suatu jasa sering diperluas dengan cara memasukan atau menambahkan produk fisik pada penawaran jasa tersebut. Umumnya pelayanan lebih bersifat intangibles, tidak dapat dilihat dan diraba sehingga pengguna hanya bisa dirasakan melalui pengalaman langsung. Namun pelayanan mencakup hal-hal yang tangibles yang bisa dilihat dan diraba, berupa dimensi fisik dari pelayanan itu sendiri. Suatu perusahaan dapat dikatakan meraih sukses Ketika dilihat dari faktor pelayanan pelanggan, oleh karena itu pelayanan yang baik sangat mempengaruhi banyaknya jumlah pelanggan dalam suatu perusahaan.

2.2.4 Karakteristik pelayanan

Menurut Kotler dalam januar safitri (2020) mengemukakan bahwa jasa atau layanan memiliki empat karakteristik utama yaitu:

1. *Intangibility* (Tidak Berwujud)

Jasa atau layanan berbeda secara signifikan dengan barang fisik. Bila barang merupakan suatu objek, benda, material yang bisa dilihat, disentuh dan dirasa dengan panca indra maka jasa atau layanan justru merupakan suatu perbuatan, Tindakan, pengalaman, proses, kinerja, atau usaha yang sifat

nya abstrak. Bila barang dapat dimiliki maka jasa atau layanan cenderung hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki. Seorang konsumen tidak dapat menilai dari sebuah jasa yang sebelumnya mengalami atau mengkonsumsinya sendiri.

2. *Inseparability* (tidak terpisahkan)

Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu kemudian dijual baru dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu baru diproduksi dan kemudian dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa layanan bersangkutan. Kemudian mempengaruhi hasil dari jasa atau layanan bersangkutan. Hubungan antara penyedia jasa dan pelanggan ini sangat efektif. Staff layanan merupakan unsur kritis, implikasinya, sukses tidaknya jasa atau layanan bersangkutan ditunjang oleh kemampuan oleh organisasi dalam melakukan proses rekrutmen dan seleksi, penilaian kinerja, system kompetensi, pelatihan dan pengembangan karyawan secara efektif.

3. *Variability*

Layanan sangat bervariasi kualitas sangat bergantung pada siapa yang menyediakan mereka dan kapan dimana jasa diproduksi dan dikonsumsi secara Bersama-sama sehingga membatasi kontrol kualitas. Permintaan yang tidak tetap selama permintaan tersebut berada di puncak. Tingkat kontak antara penyedia layanan dan kinerja pada saat yang sama. Seorang

tamu dapat pelayan yang baik selama satu hari dan dapat pelayanan dari orang yang sama keesokan harinya.

4. *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa atau layanan adalah komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang dai waktu yang akan datang, dijual kembali atau di kembalikan. Permintaan jasa juga bersifat fluktuasi dan berubah, dampaknya perusahaan jasa seringkali mengalami masalah yang sulit. Oleh karena itu perusaan jasa merancang strategi agar lebih baik dalam menjalankan usahanya dengan menyesuaikan permintaan dan penawaran

2.2.5 Faktor Utama Dalam Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut wickof dalam januar safitri (2020) ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitaas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan di persepsikan baik atau memuaaskan dan juga dikatakan kualitas yang ideal. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang di terima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pekayanan di persepsikan buruk.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani dalam Januar Safitri (2020) terdapat empat peranan atau pengaruh dari aspek konsumen yang akan mempengaruhi konsumen lain yaitu:

1. *Contraktor* yaitu berinteraksi langsung dengan pengguna dalam frekuensi yang cukup seringdan sangat keputusan untuk membeli.
2. *Modifer* yaitu tamu secara tidak langsung mempengaruhi pengguna tetapi cukup sering berhubungan dengan pengguna lain.
3. *Influencer* yaitu mempengaruhi pengguna cukup unruk membeli tetapi secara tidak langsung kontak dengan pembeli.
4. *Isolated* yaitu tamu tidak seacara langsung ikut serta dalam bauran pemasaran dan juga tidak sering bertemu dengan pengguna. Partisipan

yang berfungsi sebagai penyedia jasa mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan.

2.2.6 Indikator – indikator kualitas pelayanan

Menurut Lupiyoadi, Parasuraman et al, Wong and Sohal dalam Chaniago, H. (2020). menyebutkan ada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti fisik (*tangibles*), yaitu keahlian suatu perusahaan/pedagang untuk menunjukkan kemampuannya kepada konsumen. Penampilan dan eksistensi dari sarana prasarana fisik produk dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari sebuah pelayanan. Bukti fisik ini dapat berupa: tempat display, fisik bangunan, perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan serta penampilan penjual.
2. Keandalan (*reliability*), adalah kemampuan pedagang menyajikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan. Semakin sesuai ekspektasi pelanggan seperti ketepatan waktu, pelayanan terstandar untuk semua pelanggan, sikap yang simpatik dan sopan.
3. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemampuan memenuhi dan memberikan pelayanan yang cepat (responsitif) dan tepat kepada para konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan dan kepastian (*assurance*), adalah pengetahuan, sikap dan kemampuan SDM perusahaan/pedagang yang dapat menumbuhkan rasa percaya para konsumen. Terkait dengan assurance seperti: komunikasi dengan konsumen, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan.
5. Empati (*emphaty*), terkait dengan perhatian pada individu konsumen, perusahaan secara tulus dan berupaya memahami keinginan konsumen. Pengetahuan tentang hambatan yang dialami konsumen, adalah kunci sukses menentukan strategi penciptaan konsumen yang loyal. Sebuah perusahaan hendaknya mengetahui dan memahami kebutuhan konsumennya secara tepat, berusaha memenuhi kebutuhan konsumennya melebihi yang diberikan pesaing.

2.3 Kepuasan Pengguna Jasa Sistem Inaportnet

2.3.1 Pengertian Kepuasan Pengguna Jasa

Menurut Petter, Delone & Mclean dalam Dwi Fitri Novitasari (2022) Reaksi seorang pengguna sebagai seorang yang berpengaruh sistem dapat disebut kepuasan pengguna. Sehingga terdapat faktor lain yang mempengaruhi seperti kualitas sistem dan kualitas pelayanan, oleh karena itu alat yang digunakan untuk melihat kepuasan pengguna adalah melalui pengujian tingkat kepuasan terhadap penyediaan sistem, situs web, dan layanan pendukung.

Menurut Kotler dalam Munthe (2022) kepuasan pengguna adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari kesan terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan dari suatu jasa dan harapan-harapannya (*expectations*). Kepuasan pengguna jasa dapat dilihat ketika pengguna sudah menggunakan jasa dari perusahaan yang mana ketika puas maka akan kembali menggunakan jasa, sebaliknya jika pengguna merasa kecewa pengguna tidak akan menggunakan jasa pada perusahaan tersebut dikemudian hari.

Menurut tjiptono dalam Munthe (2022) menyatakan bahwa kepuasan dan ketidak pastian pengguna jasa adalah respon pengguna jasa terhadap evaluasi ketidak sesuaian yang dirasakan oleh pengguna jasa. Kepuasan pengguna dapat dikatakan berhasil apabila tanggapan terhadap kualitas pelayanan yang didapatkan lebih dari yang diharapkan.

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengguna adalah perasaan senang seseorang terhadap suatu jasa yang telah digukan karena hasilnya cukup baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh pengguna jasa.

2.3.2 Sistem Inaportnet

Menurut Abdy Kurniawan, dkk dalam Aldi, Widiyanto (2019) Inaportnet adalah suatu wadah (portal) untuk mengoperasikan dan mengintegrasikan seluruh kegiatan baik pelayanan dan perizinan (clearance)

dari seluruh instansi yang terkait (*other Government Agencies*) dalam kegiatan pelayanan kapal (*ship services*), pelayanan barang (*cargo services*) dan pelayanan kepelabuhanan lainnya, sehingga akan mampu meningkatkan kinerja penanganan atas kegiatan perdagangan dan lalu lintas barang, terutama mendorong percepatan proses Port clearance. Dengan demikian memungkinkan pengiriman dokumen dengan standarisasi untuk kegiatan ekspor dan impor melalui satu gateway portal yang dapat diakses dari lokasi atau entitas mereka yang terkoneksi dalam sistem Inaportnet.

Menurut Purwosutjipto dalam Ridwan. R. & Pamungkas, A (2021) Sistem Inaportnet adalah suatu system pengoperasian dan pengintegrasian kegiatan pelayanan dan perizinan (clearance) secara online dari instansi terkait (*Government Agencies*) yang melaksanakan kegiatan dipelabuhan, sehingga mampu meningkatkan kinerja kegiatan perdagangan dan lalu lintas barang, mempercepat proses port clearance, sehingga memungkinkan pengiriman dokumen melalui satu gateway – portal yang dapat diakses dari lokasi atau mereka yang terkoneksi dalam sistem Inaportnet ini. Setiap instansi terkait melakukan transaksi clearance sesuai kewenangannya masing-masing yang dipusatkan dalam suatu system aplikasi

Menurut PM 157 Tahun 2015, Inaportnet merupakan sistem layanan tunggal secara elektronik berbasis internet atau web untuk mengintegrasikan sistem informasi kepelabuhanan yang standar dalam melayani kapal dan barang secara fisik dan seluruh instansi dan pemangku kepentingan terkait pelabuhan. Dalam sistem informasi inaportnet ini memungkinkan pengurusan online terintegrasi untuk surat izin kelayakan berlayar, surat izin kesehatan kapal, surat bebas karantina, *entry* atau *exit* permit pekerja kapal, serta berbagai izin lain yang diperlukan untuk kapal sandar atau berlayar. Hal tersebut akan mempercepat waktu yang dibutuhkan suatu kapal untuk mendapatkan izin merapat atau pergi dari dermaga. Menurut PM 157 Tahun 2015 penerapan Inaportnet pelayanan kapal dan barang di pelabuhan dilakukan sesuai tugas, fungsi, kewenangan dan tanggung jawab dari setiap instansi Pemerintah dan pemangku kepentingan terkait di pelabuhan

berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dalam konsep sistem informasi kepelabuhanan, Inaportnet merupakan sebuah otoritas tunggal menerima informasi dan menyebarkan informasi ini kepada semua instansi pemerintah yang relevan, serta kontrol koordinasi antara beberapa instansi di pelabuhan untuk mencegah hambatan yang tidak semestinya dalam rantai logistik. sehingga pelayanan terhadap pengguna jasa khususnya untuk pelayanan kapal dan barang bisa dipercepat.

Dapat disimpulkan bahwa Sistem Inaportnet adalah sistem layanan elektronik yang berbasis Web yang digunakan untuk menggabungkan sistem informasi dari kepelabuhan untuk melayani kebutuhan kapal dan barang kepada seluruh instansi

2.3.3 Alat Ukur Kepuasan Pengguna

Menurut Tjiptono dalam menyatakan terdapat beberapa metode dalam mengukur kepuasan pengguna

1. Sistem keluhan dan saran, setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka.
2. *Ghost Shopping*, salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pengguna adalah mempekerjakan beberapa ghost shopper untuk berperan atau berpura - pura menjadi pengguna potensial produk organisasi internal maupun organisasi lain.
3. *Lost customer analysis*, sedapat mungkin suatu organisasi menghubungi para pengguna yang berhenti menggunakan layanan dan produk mereka atau telah berpindah produsen agar perusahaan memahami mengapa hal tersebut bisa terjadi.
4. Survei kepuasan pengguna, sebagian besar penelitian mengenai kepuasan menggunakan metoda survei. Pengukuran kepuasan konsumen melalui metoda ini dapat menggunakan berbagai cara seperti :

- a. *Directly reported satisfaction*, pengukuran menggunakan item - item spesifik yang menanyakan langsung tingkat kepuasan yang dirasakan pengguna.
- b. *Derived satisfaction*, pengukuran ini menggunakan beberapa pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama seperti tingkat harapan atau ekspektasi pengguna terhadap layanan atau produk, yang kedua adalah persepsi pengguna terhadap layanan atau produk yang sudah mereka rasakan.
- c. *Problem analysis*, pengukuran ini menggunakan cara dimana responden mengungkapkan masalah - masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan produk atau layanan dari organisasi dan saran - saran perbaikan.
- d. *Importance-performance analysis*, dalam teknik ini responden diminta untuk menilai kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan pada masing - masing atribut tersebut.

2.3.4 Indikator Kepuasan Pengguna Jasa

Menurut DeLone & McLean dalam Dwi Fitri Novitasari (2022) menyatakan terdapat beberapa indikator kepuasan pengguna;

1. Konten adalah kepuasan yang dilihat pengguna dari isi pada sistemnya. Konten yang diterapkan memiliki fungsi dan informasi berdasarkan kebutuhan yang apabila semakin lengkap dan informatif sistem maka tingkat kepuasan dari pengguna akan semakin tinggi;
2. Akurasi adalah kepuasan pengguna terhadap keakuratan terhadap sistem setelah menerima data yang kemudian dikelola menjadi informasi. Keakuratan sistem dapat dilihat seberapa sering sistem menghasilkan output yang salah. Ketika mengolah input dari pengguna, selain itu dapat dilihat pula seberapa sering error dalam proses pengolahan data;
3. Format adalah harapan seseorang yang terlihat dari hasilnya, apakah sistem menarik dan memudahkan pengguna. Ketika menggunakan sistem.

4. *Usability* adalah kepuasan pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan sistem seperti memasukkan data, mengolah data, dan mencari informasi yang dibutuhkan.
5. Ketepatan waktu adalah mengacu pada seberapa cepat sistem menyediakan informasi dan data yang dibutuhkan untuk membuat pengguna merasa puas.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya buat agar penulis memiliki perbandingan sebagai acuan dan untuk membantu penulis untuk mempermudah penulis untuk melaksanakan kajian dan menjadi tahapan untuk memahami seberapa besar dampak kualitas pelayanan, sistem inaportnrt, kompetensi sumber daya manusia pada kepuasan pengguna dengan berpacuan pada penelitian sebelumnya sebagai landasan dalam penelitian. Maka dalam penelitian ini mencantumkan beberapa hasil penelitian seperti berikut.

Table 2.1 Penelitian Pendahulu Terdahulu

No	Nama penelitian (Tahun)	Judul penelitin	variabel
1	Fitri Novitasari Dwi (2022)	Analisis Inaportnet terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Dengan Kinerja Karyawan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Pelayaran	Variabel bebas kualitas sitem (X1) kualitas informasi (X2) kualitas pelayanan (X3) Variabel terikat kepuasan pengguna (Y) kinerja karyawan (Z)
2	Beni Agus Setiono, Nova Melinda (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Sistem Inapornet Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa	Variabel bebas ; Layanan Sistem Inaportnet (X) Variabel terikat Kepuasan Pengguna Jasa (Y)
3	Ferra Maryana & Rakhmi Ridhawati & Riski Evi Astuti (2019)	Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna (Survei Pada Pengguna Jasa Pengguna Sistem Aplikasi Inaportnet Yang Terdaftar Di Kantor	Variabel bebas; Kualitas Sistem Inaportnet (X1) Kualitas informasi inaportnet (X2) Variabel terikat;

No	Nama penelitian (Tahun)	Judul penelitin	variabel
		Kesyahbandaran Dan Otoritas Pelabuhan Kelas I Banjarmasin)	Kepuasan pengguna Inaportnet (Y)
4	Reza Firnanda & Shinta Wahyu Hati (2021).	Analisis Penggunaan Sistem Informasi Inaportnet Terhadap Kepuasan Pengguna dan Dampaknya Pada Kinerja Karyawan Perusahaan Pelayaran di Kota Batam	Variabel bebas Kualias sistem (X1) Kualitas informasi (X2) Perceived Usefulness Variabel terikat Kepuasan pengguna (Y) Kinirja individu (Z)
5	Bernadeta Asri Rejeki Tulodo & Achmad Solichin (2019)	Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan Perceived Usefulness Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Care Dalam Upaya Peningkatan Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pt. Malacca Trust Wuwungan Insurance, Tbk.).	Variabel bebas: Kualias sistem (X1) Kualitas informasi (X2) Perceived Usefulness Variabel terikat; Kepuasan pengguna (Y) Kinirja individu (Z)
6	Rudi Haryanto & Pristiana Widyastuti (2018)	Pengaruh kualitas sitem dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna dengan persepsi manfaat sebagai variable intervening.	Variable bebas Kualitas sitem Kualitas informasi Persepsi manfaat Variable terikat Kepuasan pengguna
7	Prastyorini juli, widyawati nur & jannata Shakila maya (2022)	Analisis harga dan kepercayaan merek terhadap kepuasan pembelian gula pasir sebelas (GUPALAS) pada PT. perkeunan Nusantara XI	Haraga (X1) Kepercayaan merek (X2) Keputusan pembelia (Y)

2.6. Hubungan Antar Variabel

2.6.1 Hubungan Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Kepuasan pengguna

Menurut kajian yang didapat kompetensi sumber daya manusia memiliki nilai positif pada kepuasan pengguna yang mana kompetensi memengaruhi kelancaran pada pelayanan sistem yang dapat membantu kendala yang dialami pengguna dengan itu pengguna akan mersa sangat terbantu akan kendalannya dalam menggunakan sistem hal ini dapat mempengaruhi kepuasan pengguna.

Hasil kajiann ini sependapat dengan Altonie, Hygia (2022) yang menyatakan hasil Uji-t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kompetensi sumber daya manusia yang signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa

2.6.2 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna

Menurut kajian yang didapat apabila kulaitas pelayanan memiliki nilai positif pada kepuasan pengguna.kualitass pelayan juga menjadi salah satu tolak ukur terhadap kepuasan yang mana jika kualitas pelanayannya memenuhi harapan maka pengguna akan merasa puas dan kan Kembali menggunakan jasa dan perusahaan memiliki image baik terhadap pengguna.

Hasil kajian ini sependapat pada kajian Dwi Fitri Nivitasari (2022) Hal ini dibuktikan pada nilai ujiT bahawa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

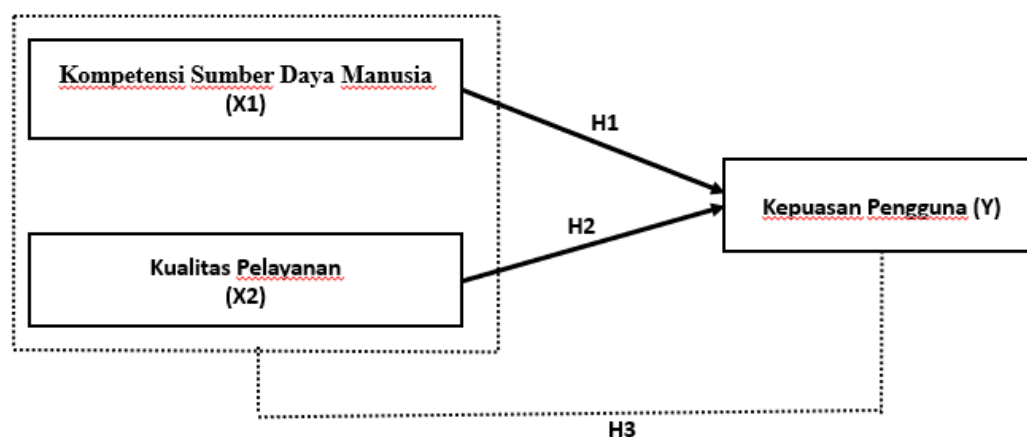
2.6.3 Hubungan Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Kualitatas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Sietem Inaportnet

Pada yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwasannya sistem inaportnet, kualitas pelayanan dan kompetensi sumber daya manusia terhadap kepuasan pengguna saling mempengaruhi sehingga dapat dikatakan signifikan.

2.7 Kerangka Berpikir

Dalam suatu penelitian kerangka berpikir dapat membuat suatu hubungan antara variable bebas dan variable terikat. Menurut sugiyono (2017) kerangka berpikir adalah suatu model konsep tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai factor yang sudah dikenal sebagai masalah yang bisa berkaitan dengan konsep tersebut. Kerangka berpikir yang tepat yang dapat menjelaskan secara teoritis pada variable yang akan diteliti yang setelahnya dirumuskan dalam bentuk paradigma penelitian dan setiap menyusun paradigma penelitian harus berdasarkan pada kerangka berpikir.

Berdasarkan tinjauan teori penelitian terdahulu dan landasan teori serta permasalahan telah dikemukakan sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis, berikut ini digambarkan model kerangka berpikir pengaruh antar variable penelitian dan landasan teori serta hasil penelitian terdahulu. Penelitian ini hendak mencari pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat, dimana yang menjadi variabel bebas adalah kompetensi sumber daya manusia (X1), kualitas pelayanan (X2), sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan pengguna jasa sistem inaportnet (Y). Kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam bagan berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan :

- : Berpengaruh Parsial
 : Berpengaruh Simultan

2.8 Hipotesis

Menurut sugiyono (2021) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada penelitian, dimana rumusan masalah penelitian sudah dinyatakan pada persoalan dari rumusan masalah yang sudah dibuat sebelumnya sehingga peneliti dapat mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1. H1 = Diduga bahwa Kompetensi sumber daya manusia berpengaruh terhadap kepuasann pengguna jasa inaportnet

2. H2 = Diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa sistem inaportnet
3. H3 = Diduga bahwa kompetensi sumber daya manusia dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa sistem inaportnet