

Pengaruh *Positioning* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa PT Prabu Kencana Surya Pratama di Pelabuhan Tanjung Tembaga

Rizky Agung Wicaksono¹, Ayu Sulasari², Fullchis Nurtjahjani³

^{1,2,3}Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

*Email 1agungwicaksono062@gmail.com 2ayusulasari@gmail.com 3fullchisnurtjahjani@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima 28-09-2026
Disetujui 04-10-2026
Diterbitkan 06-10-2026

ABSTRACT

Increasing competition in the cargo handling service industry requires companies to establish strong positioning and provide excellent service quality to enhance customer loyalty. This study aims to analyze the effect of positioning on customer loyalty, the effect of service quality on customer loyalty, and the simultaneous effect of positioning and service quality on customer loyalty at PT Prabu Kencana Surya Pratama, Tanjung Tembaga Port. This research employed a quantitative approach with an associative research design. The population consisted of 50 service users, and all respondents were selected using the saturated sampling technique. Data were collected through questionnaires using a Likert scale and analyzed using IBM SPSS Statistics, including validity, reliability, classical assumption tests, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The results indicate that positioning and service quality have a positive and significant effect on customer loyalty, both partially and simultaneously. The coefficient of determination (R^2) of 0.901 indicates that 90.1% of customer loyalty is explained by positioning and service quality, while the remaining 9.9% is influenced by other variables outside this study. Therefore, strengthening positioning and continuously improving service quality are essential strategies for maintaining and increasing customer loyalty.

Keywords: *positioning, service quality, customer loyalty, cargo handling services.*

ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat dalam industri jasa bongkar muat menuntut perusahaan untuk membangun positioning yang kuat serta memberikan kualitas pelayanan yang optimal guna meningkatkan loyalitas pengguna jasa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh positioning terhadap loyalitas pengguna jasa, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna jasa, serta pengaruh positioning dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas pengguna jasa PT Prabu Kencana Surya Pratama di Pelabuhan Tanjung Tembaga. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi penelitian berjumlah 50 pengguna jasa dan seluruhnya dijadikan sampel menggunakan teknik sampling jenuh. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert dan dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa positioning dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna jasa, baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,901 menunjukkan bahwa 90,1% variasi loyalitas pengguna jasa dapat dijelaskan oleh positioning dan kualitas pelayanan, sedangkan 9,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan positioning

dan kualitas pelayanan menjadi strategi penting dalam mempertahankan serta meningkatkan loyalitas pengguna jasa PT Prabu Kencana Surya Pratama.

Kata Kunci: *positioning*, kualitas pelayanan, loyalitas pengguna jasa, jasa bongkar muat.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Wicaksono, R. A., Sulasari, A. ., & Nurtjahjani , F. . (2026). Pengaruh Positioning dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa PT Prabu Kencana Surya Pratama di Pelabuhan Tanjung Tembaga. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(6), 11282-11288. <https://doi.org/10.63822/jfc6c012>

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor industri jasa di Indonesia semakin pesat seiring dengan meningkatnya aktivitas perdagangan dan distribusi barang. Salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendukung kelancaran arus logistik adalah jasa bongkar muat di pelabuhan. Persaingan yang semakin ketat antarperusahaan jasa bongkar muat mendorong setiap perusahaan untuk tidak hanya meningkatkan kemampuan operasional, tetapi juga mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai lebih bagi pengguna jasa. Dalam industri jasa, keberhasilan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan memperoleh pelanggan baru, tetapi juga oleh kemampuannya mempertahankan pelanggan melalui terciptanya loyalitas pengguna jasa.

Loyalitas pengguna jasa merupakan aset penting bagi perusahaan karena pelanggan yang loyal cenderung melakukan penggunaan jasa secara berulang, tidak mudah berpindah kepada perusahaan pesaing, serta bersedia memberikan rekomendasi kepada pihak lain. Bagi perusahaan jasa bongkar muat, loyalitas sangat dipengaruhi oleh kepercayaan pengguna jasa terhadap ketepatan waktu pelayanan, keamanan barang, dan profesionalisme perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang dapat meningkatkan loyalitas pengguna jasa agar mampu mempertahankan daya saing di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi loyalitas pengguna jasa adalah **positioning**. *Positioning* merupakan strategi perusahaan dalam membangun persepsi yang jelas, berbeda, dan bernilai di benak pelanggan dibandingkan dengan pesaing. *Positioning* yang kuat akan memudahkan pelanggan mengenali keunggulan perusahaan sehingga menciptakan kepercayaan dan keyakinan dalam menggunakan jasa yang ditawarkan. Dalam perusahaan jasa bongkar muat, *positioning* dapat diwujudkan melalui kecepatan pelayanan, keamanan proses bongkar muat, efisiensi operasional, profesionalisme sumber daya manusia, serta harga yang kompetitif. Sebaliknya, *positioning* yang lemah akan menyebabkan perusahaan sulit dibedakan dari kompetitor sehingga pelanggan lebih mudah beralih kepada penyedia jasa lain.

Selain *positioning*, **kualitas pelayanan** juga menjadi faktor yang sangat penting dalam menciptakan loyalitas pengguna jasa. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan melalui pelayanan yang andal, responsif, memberikan jaminan, menunjukkan empati, serta didukung fasilitas yang memadai. Pada perusahaan jasa, kualitas pelayanan menjadi tolok ukur utama yang digunakan pelanggan dalam menilai kinerja perusahaan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan dan kepercayaan pelanggan, sehingga akan meningkatkan loyalitas pengguna jasa.

PT Prabu Kencana Surya Pratama merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa bongkar muat di Pelabuhan Tanjung Tembaga, Probolinggo. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan menghadapi persaingan dengan perusahaan bongkar muat lainnya yang menawarkan layanan sejenis. Berdasarkan hasil observasi, perusahaan masih menghadapi beberapa permasalahan yang berkaitan dengan *positioning* dan kualitas pelayanan. Dari sisi *positioning*, perusahaan belum memiliki diferensiasi yang cukup kuat dibandingkan kompetitor sehingga sebagian pengguna jasa masih menganggap layanan yang diberikan relatif sama dengan perusahaan lain. Kondisi tersebut menyebabkan pelanggan cenderung sensitif terhadap perubahan harga maupun penawaran yang diberikan pesaing.

Permasalahan juga terlihat dari aspek kualitas pelayanan. Hasil evaluasi operasional menunjukkan bahwa beberapa indikator pelayanan belum mencapai standar yang ditetapkan perusahaan. **Waiting time** rata-rata mencapai **2,5 jam**, lebih tinggi dibandingkan standar kurang dari **1 jam**, sedangkan **idle time**

mencapai **1,2 jam**, melebihi standar **0,5 jam**. Selain itu, **not effective time** tercatat sebesar **18%**, lebih tinggi dibandingkan standar maksimal **10%**. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa efisiensi operasional masih perlu ditingkatkan agar pelayanan yang diberikan mampu memenuhi harapan pengguna jasa.

Fenomena tersebut juga tercermin dari jumlah pelanggan aktif perusahaan yang mengalami penurunan dalam tiga tahun terakhir. Pada tahun **2023** jumlah pelanggan aktif tercatat sebanyak **55 pelanggan**, kemudian menurun menjadi **51 pelanggan** pada tahun **2024**, dan kembali menurun menjadi **48 pelanggan** pada tahun **2025**. Penurunan jumlah pelanggan aktif tersebut mengindikasikan adanya potensi menurunnya loyalitas pengguna jasa sehingga perlu dilakukan evaluasi terhadap faktor-faktor yang memengaruhinya.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *positioning* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Namun, penelitian yang mengkaji kedua variabel tersebut pada perusahaan jasa bongkar muat di Pelabuhan Tanjung Tembaga masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *positioning* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna jasa PT Prabu Kencana Surya Pratama.

KAJIAN PUSTAKA

Positioning merupakan strategi pemasaran yang bertujuan membangun persepsi yang jelas, berbeda, dan bernilai di benak pelanggan dibandingkan dengan pesaing. *Positioning* yang efektif akan menciptakan keunggulan kompetitif sehingga pelanggan lebih mudah mengenali dan memilih produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam perusahaan jasa, *positioning* dapat dibentuk melalui atribut layanan, manfaat, kualitas pelayanan, serta harga yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan melalui pelayanan yang andal, cepat, responsif, memberikan jaminan, menunjukkan empati, serta didukung oleh bukti fisik yang memadai. Konsep kualitas pelayanan umumnya diukur menggunakan lima dimensi SERVQUAL, yaitu **reliability**, **responsiveness**, **assurance**, **empathy**, dan **tangibles**. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk terus menggunakan produk atau jasa perusahaan secara berulang serta tidak mudah berpindah kepada pesaing. Loyalitas tercermin melalui perilaku pembelian ulang, kesediaan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, serta komitmen mempertahankan hubungan jangka panjang dengan perusahaan. Loyalitas menjadi indikator penting keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan di tengah persaingan bisnis.

Secara empiris, berbagai penelitian menunjukkan bahwa **positioning** dan **kualitas pelayanan** berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian Hairul Anwar dan Pratiwi (2021) membuktikan bahwa brand *positioning* dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian Vernanda dan Sari (2020) juga menunjukkan bahwa *positioning* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel moderasi. Selain itu, penelitian Apriliana et al. (2025) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui peningkatan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan kajian teoritis dan hasil penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa *positioning* dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pengguna jasa. Oleh karena itu, penelitian ini menguji pengaruh *positioning* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna jasa PT Prabu Kencana Surya Pratama di Pelabuhan Tanjung Tembaga.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh *positioning* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna jasa PT Prabu Kencana Surya Pratama di Pelabuhan Tanjung Tembaga, Probolinggo. Penelitian dilaksanakan pada periode 18 Desember 2025 sampai 22 Februari 2026. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa PT Prabu Kencana Surya Pratama yang berjumlah 50 responden. Mengingat jumlah populasi relatif kecil, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling jenuh* (*saturated sampling*), yaitu teknik penentuan sampel yang menjadikan seluruh anggota populasi sebagai sampel penelitian sehingga jumlah sampel yang digunakan sebanyak 50 responden.

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas *positioning* (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2), sedangkan variabel dependen adalah loyalitas pengguna jasa (Y). Variabel *positioning* diukur melalui lima indikator, yaitu atribut/karakteristik layanan, manfaat, pemakaian jasa, mutu pelayanan, dan harga. Variabel kualitas pelayanan diukur menggunakan lima dimensi SERVQUAL, yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti fisik). Adapun loyalitas pengguna jasa diukur berdasarkan indikator melakukan penggunaan jasa secara berulang, kepercayaan terhadap perusahaan, ketahanan terhadap tawaran pesaing, serta kesediaan merekomendasikan jasa kepada pihak lain.

Data yang digunakan terdiri atas data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden serta data sekunder yang diperoleh dari dokumen perusahaan, buku, jurnal ilmiah, dan sumber lain yang relevan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner menggunakan skala Likert lima poin, dengan rentang skor 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju).

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan model regresi memenuhi asumsi statistik. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap loyalitas pengguna jasa, uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh kedua variabel secara bersama-sama, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kontribusi *positioning* dan kualitas pelayanan dalam menjelaskan variasi loyalitas pengguna jasa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Prabu Kencana Surya Pratama merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa bongkar muat di Pelabuhan Tanjung Tembaga, Probolinggo. Perusahaan menyediakan layanan bongkar muat berbagai

jenis komoditas dengan mengutamakan ketepatan waktu, keamanan barang, dan efisiensi operasional. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut mampu membangun *positioning* yang kuat serta memberikan kualitas pelayanan yang optimal untuk meningkatkan loyalitas pengguna jasa.

Tabel 1. Jumlah Pelanggan Aktif PT Prabu Kencana Surya Pratama Tahun 2023–2025

Perkembangan Jumlah Pelanggan PT Prabu Kencana Surya Pratama	
Tahun	Jumlah Pelanggan Aktif
2023	55
2024	51
2025	48

Sumber: PT Prabu Kencana Surya Pratama (2025).

Berdasarkan Tabel 1, jumlah pelanggan aktif PT Prabu Kencana Surya Pratama mengalami penurunan selama tiga tahun terakhir. Pada tahun 2023 perusahaan memiliki 55 pelanggan aktif, kemudian menurun menjadi 51 pelanggan pada tahun 2024 dan kembali turun menjadi 48 pelanggan pada tahun 2025. Penurunan tersebut mengindikasikan adanya kecenderungan menurunnya loyalitas pengguna jasa. Kondisi ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu memperkuat strategi *positioning* dan meningkatkan kualitas pelayanan agar mampu mempertahankan pelanggan serta meningkatkan daya saing di tengah persaingan industri jasa bongkar muat.

Pencapaian Standar Pelayanan

Tabel 2. Pencapaian Standar Kinerja Pelayanan PT Prabu Kencana Surya Pratama

Indikator	Standar	Realisasi	Gap
Waiting Time	< 1 Jam	2,5 Jam	+1,5 Jam
Idle Time	< 0,5 Jam	1,2 Jam	+0,7 Jam
Not Effective Time	<10%	18%	+8%

Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh indikator pelayanan belum mencapai standar yang telah ditetapkan perusahaan. Waiting Time masih melebihi target sebesar 1,5 jam, sedangkan Idle Time melebihi standar sebesar 0,7 jam. Selain itu, Not Effective Time mencapai 18%, lebih tinggi dibandingkan standar maksimal sebesar 10%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa efisiensi operasional perusahaan masih perlu ditingkatkan karena berpotensi menurunkan kepuasan dan loyalitas pengguna jasa.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa ***positioning*** dan **kualitas pelayanan** berpengaruh positif dan signifikan terhadap **loyalitas pengguna jasa** PT Prabu Kencana Surya Pratama di

Pelabuhan Tanjung Tembaga. Secara parsial, *positioning* mampu meningkatkan loyalitas pengguna jasa melalui pembentukan citra perusahaan yang kuat, keunggulan layanan, serta persepsi nilai yang lebih baik dibandingkan pesaing. Kualitas pelayanan juga terbukti memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang andal, responsif, memberikan jaminan, memiliki empati, serta didukung fasilitas yang memadai mampu meningkatkan kepercayaan dan mendorong pengguna jasa untuk terus menggunakan layanan perusahaan. Secara simultan, kedua variabel memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap loyalitas pengguna jasa, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik *positioning* perusahaan dan semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula loyalitas pengguna jasa PT Prabu Kencana Surya Pratama.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, perusahaan disarankan untuk terus memperkuat *positioning* dengan membangun diferensiasi yang jelas melalui peningkatan citra perusahaan, keunggulan layanan, dan komunikasi pemasaran yang efektif agar lebih mudah dikenali dibandingkan perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya pada aspek ketepatan waktu operasional, kecepatan proses bongkar muat, koordinasi antarpetugas, serta pemeliharaan fasilitas dan peralatan agar pelayanan menjadi lebih efisien dan sesuai dengan harapan pengguna jasa. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi loyalitas pengguna jasa, seperti kepuasan pelanggan, kepercayaan, harga, atau citra perusahaan, sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih komprehensif.

DAFTAR RUJUKAN

- Aleron, R., & Nurhadi. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 7(2), 370–381.
- Aprilia, D., Nurhadi, & Putri, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 145–156.
- Gusmao, J., Soares, A., & Da Costa, M. (2025). Pengaruh *positioning* terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 21–31.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Nurhadi. (2021). *Manajemen pemasaran jasa*. CV Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-3). Alfabeta.