

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Penerapan *Digitalisasi System* Pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya

Dian Hari Purnomo¹⁾, Slamet Riyadi²⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dr. Soetomo
Jalan Semolowawu no 84 Surabaya, Indonesia
Email: ¹ dihphape@gmail.com, ² slamet.riyadi@unitomo.ac.id

Abstrak Pelayanan publik yang berkualitas menjadi bagian dari tata kelola pemerintahan yang baik (good governance), dan hal itu membutuhkan proses penyelenggaraan birokrasi yang baik dalam pelayanan barang dan jasa publik (public good and services). Bea Cukai terus berupaya untuk melakukan digitalisasi di semua lini, tak terkecuali dalam kegiatan penyelesaian dokumen impor barang yang merupakan kewajiban para pengguna jasa melalui aplikasi Customs & Excise Information System and Automation (CEISA). Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Penerapan Digitalisasi System Pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya. Dengan jumlah responden sebanyak 155 konsumen menggunakan sensus sampling.

Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Importir Atau Pengguna Jasa Pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya Melalui Penerapan Digitalisasi System. Pengujian asumsi dilakukan dengan menggunakan analisis model path (analisis jalur) melalui bantuan program AMOS versi 23. Berdasarkan pengujian model asumsi yang disajikan dalam tabel 5.7 menyatakan bahwa Penyelenggaraan Pelayanan Publik dengan nilai estimate regression wights 0,7888503, standart error 0,0687363, critical ratio (t-tabel) 11,4764802 lalu nilai signifikansi probability (P-value) 0,000 \square 0,05. Berdasarkan pengujian model asumsi yang disajikan dalam tabel 5.7 menyatakan bahwa Penyelenggaraan Pelayanan Publik dengan nilai estimate regression wights 0,0527673, standart error 0,1342303, critical ratio (t-tabel) 3,3931107 lalu nilai signifikansi probability (P-value) 0,0269423 \square 0,05. Berdasarkan pengujian model asumsi yang disajikan dalam tabel 5.7 menyatakan bahwa Penyelenggaraan Pelayanan Publik dengan nilai estimate regression wights 1,0606302, standart error 0,1702967, critical ratio (t-tabel) 6,2281324 lalu nilai signifikansi probability (P-value) 0,000 \square 0,05.

Kata Kunci : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Penerapan Digitalisasi System

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Isu reformasi birokrasi selalu menjadi wacana yang menarik, terutama semenjak digulirkannya gerakan reformasi yang menuntut perbaikan di segala bidang. Tuntutan untuk mewujudkan pemerintahan yang bersih dan berwibawa, bebas dari praktik-praktik KKN semakin gencar. Masyarakat juga menuntut untuk semakin mendapatkan pelayanan yang lebih baik dari pemerintah. Perubahan sikap dan tuntutan masyarakat yang cenderung berifat drastic dari pasif, nerimo, menjadi agresif dan selektif ini hendaknya perlu segera diantisipasi pemerintah dengan melaksanakan agenda reformasi dengan sungguh-sungguh dan terarah. Salah satu aspek penting yang perlu segera direformasi adalah birokrasi pemerintah. Birokrasi sebagai ujung tombak dalam menjalankan roda pembangunan sekaligus sebagai penyedia pelayanan public (*public services provider*) profesionalismenya dipandang masih sangat rendah. Hal ini terbukti dengan banyaknya keluhan masyarakat bahkan sindiran-sindiran tajam yang tujuannya adalah mengkritik kinerja birokrasi yang selama ini terkesan lamban, korup, tidak responsive dan kurang transparan dalam menjalankan fungsinya. Stigma yang melekat pada birokrasi sebagai alat status quo mengkooptasi masyarakat guna mempertahankan dan memperluas kekuasaan monolitik. Padahal seharusnya birokrasi diperlukan sebagai actor *public services* yang netral dan adil, namun dalam beberapa kasus malah menjadi penghambat demokrasi, keadilan, menyalahgunakan fasilitas, program dan dana Negara (Soebhan, LIPI,2000).

Pelayanan publik yang berkualitas menjadi bagian dari tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*), dan hal itu membutuhkan proses penyelenggaraan birokrasi yang baik dalam pelayanan barang dan jasa publik (*public good and services*). Dalam pelaksanaannya *public good and services* harus senantiasa berpegang pada prinsip-prinsip *good governance* yaitu: prinsip efektifitas (*effectiveness*), keadilan (*equity*), partisipasi (*participation*), akuntabilitas (*accountability*) dan *transparency* (transparan) (United Nations ESCAPE, 2006). Direktorat Jenderal Bea dan Cukai adalah nama dari sebuah instansi pemerintah yang melayani masyarakat di bidang kepabeanan dan cukai. Pada masa penjajahan Belanda, bea dan cukai sering disebut dengan istilah *douane*. Seiring dengan era globalisasi, bea dan cukai sering menggunakan istilah *customs*.

Tugas pokok Direktorat Jenderal Bea dan Cukai yaitu disamping melaksanakan sebagian tugas pokok Kementerian Keuangan di bidang Kepabeanan dan Cukai berdasarkan kebijakan yang ditetapkan oleh Menteri dan mengamankan kebijaksanaan pemerintah yang berkaitan dengan lalu lintas barang yang masuk atau keluar Daerah Pabean dan Pemungutan Bea Masuk dan Cukai serta pungutan negara lainnya berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Disamping itu, dalam menjalankan tugasnya, DJBC memiliki fungsi utama diantaranya; (1) *Trade Facilitator*, merupakan fungsi untuk memberikan fasilitas perdagangan dengan tujuan untuk menekan biaya yang tinggi, sehingga akan tercipta iklim perdagangan yang lebih kondusif; (2) *Industrial Assistance*, merupakan fungsi untuk memberikan dukungan kepada industri dalam negeri, dengan tujuan mencapai keunggulan kompetitif atau dapat bersaing dalam pasar internasional; (3) *Revenue Collector*, merupakan fungsi untuk mengoptimalkan penerimaan negara yang diperoleh melalui penerimaan Bea Masuk, PDRI, dan Cukai; (4) *Community Protector*, merupakan fungsi untuk memberikan perlindungan kepada masyarakat dari barang-barang yang dilarang maupun dibatasi yang dapat mengakibatkan gangguan terhadap kesehatan dan keamanan juga moralitas.

Salah satu fungsi DJBC sebagai *Trade Facilitator* yaitu memberikan fasilitas perdagangan sehingga dapat menekan ekonomi biaya tinggi yang pada akhirnya akan menciptakan iklim perdagangan yang kondusif, seperti dengan menyediakan kemudahan bagi pengguna jasa dalam rangka memberikan pelayanan dan pengawasan yang lebih cepat. Sebagai *Trade Facilitator* DJBC harus dapat membuat suatu hukum kepabeanan yang dapat mengantisipasi perkembangan masyarakat dalam rangka memberikan pelayanan dan pengawasan yang lebih cepat, lebih baik, dan lebih murah, serta dengan menyusun kebijakan sesuai dengan kondisi yang terbaru. Saat ini arus perdagangan internasional semakin meningkat, maka sangat dibutuhkan suatu pelayanan yang prima. Misalnya dengan memberikan pembebasan bea masuk atas barang tertentu serta membebaskan bea keluar untuk memudahkan penjualan ke luar negeri. Fungsi lain dari DJBC adalah *Industrial Assistance*. *Industrial Assistance* adalah fungsi DJBC untuk membantu pergerakan, kemajuan dan perkembangan industri dalam negeri. DJBC harus melindungi industri

dalam negeri dari kerasnya persaingan global, sehingga industri dalam negeri memiliki keunggulan kompetitif dan dapat bersaing dalam pasar internasional.

Cahn (2019), menyatakan bahwa untuk mendapatkan stabilitas dalam ekonomi yang terus berubah, bisnis perlu menjalani transformasi digital. Banyak bisnis sudah dalam perjalanan transformasi digital; jika perusahaan belum mulai berubah, mereka harus segera melakukannya, atau ketinggalan. Teknologi memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas layanan yang diberikan oleh unit bisnis (Khan dan Mahapatra, 2009). Salah satu teknologi yang benar-benar membawa revolusi informasi di masyarakat adalah teknologi internet dan dianggap sebagai gelombang ketiga revolusi setelah pertanian dan revolusi industri. Tak terkecuali juga Bea Cukai terus berupaya untuk melakukan digitalisasi di semua lini, tak terkecuali dalam kegiatan penyelesaian dokumen impor barang yang merupakan kewajiban para pengguna jasa melalui aplikasi Customs & Excise Information System and Automation (CEISA).

CEISA merupakan Sistem Informasi Kepabeanan dan Cukai milik Direktorat Jenderal Bea dan Cukai yang didalamnya terdiri dari berbagai sub aplikasi yang digunakan untuk proses administrasi, pelayanan, pengawasan dan hal lain yang terkait dengan Tugas dan Fungsi Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. Aplikasi ini diyakini akan mempermudah pengguna jasa dalam menyampaikan dokumen impor secara cepat, paperless, dan secara tidak langsung apabila ada keterlambatan dapat terpantau melalui sistem aplikasi.

CEISA diimplementasikan di semua Kantor Bea Cukai yang memang mengawasi dan melayani pengguna jasa di bidang kepabeanan, tak terkecuali Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya. Tetapi dalam penerapan digitalisasi yang dilakukan oleh Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya juga masih banyak permasalahan yang timbul. Permasalahan yang sering terjadi mengenai kualitas layanan Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya diantaranya belum adanya standarisasi pelayanan dokumen secara digital, website yang sering down, kurangnya penanganan keluhan, keandalan dan keamanan, dan adanya peraturan lain dari kementerian lembaga lainnya yang dititipkan kepada Bea dan Cukai. Saat ini, kualitas layanan menjadi area yang populer untuk penyelidikan dibidang akademik dengan mengenali kunci faktor dalam menjaga keuntungan kompetitif dan mempertahankan hubungan yang berkualitas dengan pelanggan (Zeithaml et al. 2002). Parasuraman et al. (2018) menjelaskan bahwa kualitas layanan sebagai keseluruhan evaluasi dari layanan perusahaan melalui perbandingan kinerja perusahaan yang dilakukan dengan harapan umum pelanggan.

Kepuasan pelayanan berdasarkan Kep./25/M.PAN/2/2004 yaitu "hasil pendapat dan penilaian masyarakat terhadap kinerja pelayanan yang diberikan oleh aparatur penyelenggara pelayanan publik". Sedangkan Kepuasan pelanggan dikonseptualisasikan oleh Cadotte, Woodruff, dan Jenkins (Tjiptono dan Chandra, 2015, h.197), sebagai "perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk". Kepuasan pelanggan menurut Oliver (Tjiptono dan Chandra, 2005, h.198), merupakan "evaluasi terhadap *surprise* yang inheren dalam pemerolehan dan atau pengalaman konsumsi produk". Dalam upaya meningkatkan kepuasan pengusaha yang pada gilirannya akan menciptakan kenyamanan bagi penerima layanan, pihak pemerintah perlu mempelajari bagaimana keinginan masyarakat sesungguhnya ketika mereka memanfaatkan layanan *digital filling* (Yusnaini, 2010). Hal ini dilakukan agar tidak terjadi kesenjangan antara layanan yang diterima dengan layanan yang diharapkan penerima jasa. Behjati et al. (2012) membuat framework konseptual yang akan memfasilitasi pengembangan kualitas layanan elektronik dan mengukur validitas dan reliabilitas untuk kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil temuan, ada 9 dimensi independen yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu *trustworthiness, reliability, ease of use, security, personalization, responsiveness, accessibility/ convenience, aesthetic* dan *utilitarian*. Namun penelitian ini hanya menggunakan kualitas layanan elektronik secara umum.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk dengan hasil yang diinginkan (Kotler, 2005) Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan yang dalam hal ini pengguna jasa akan puas, jika kinerja melebihi harapan maka pengguna jasa akan merasa amat puas namun apabila kinerja kurang memenuhi harapan maka pengguna jasa akan merasa tidak puas. Menurut Selnes (dalam Rayi Endah, 2008), kepuasan masyarakat mencakup tingkat kepuasan secara keseluruhan (overall satisfaction), kesesuaian pelayanan dengan masyarakat (expectation), dan tingkat kepuasan

masyarakat selama menjalin hubungan dengan instansi (experience). Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk mengangkat tema penelitian yang bertajuk Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Penerapan Digitalisasi System Pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Penerapan Digitalisasi Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya?

Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya?

Apakah Penerapan Digitalisasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya?

Apakah Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya Melalui Penerapan Digitalisasi System?

TINJAUAN PUSTAKA

Muhammad Ariefian Isnan (2013) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan *Online Reservation Ticket* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang) Latar belakang penelitian ini, masih banyaknya penumpukan jumlah calon penumpang di loket pembelian tiket kereta api di stasiun pemberangkatan , hal ini menunjukkan kurangnya minat dalam penggunaan layanan *Online Reservation Ticket*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh empat variable dari kualitas pelayanan elektronik yaitu *efficiency* (X1), *fulfillment* (X2), *system availability* (X3), dan *privacy* (X4) terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan *Online Reservation Ticket* PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah calon penumpang kereta api yang menggunakan layanan online reservation ticket di wilayah PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari perhitungan analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan menunjukkan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, dan *privacy* memiliki koefisien dengan arah koefisien positif. Hal ini membuktikan bahwa semua variabel independen mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Dan koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,525 hal ini berarti 52,5% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, dan *privacy*. Selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model regresi yang diperoleh dalam penelitian ini. Variabel *efficiency* merupakan variabel independen yang paling besar pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu sebesar 0,400

Vinny Ribka Bolang, James D.D Massie, dan Agus Supandi Soegoto (2017) Peran Pelayanan *Teller* Dan *Costumer Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank BRI Unit Karombasan Cabang Manado. Perusahaan harus senantiasa memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar konsumen yang menjadi pelanggan akan merasa puas sehingga mereka akan setia menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Melalui kepuasan pelanggan akan membawa pengaruh positif bagi perusahaan, yakni tercapainya tujuan perusahaan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kondisi dan memberi gambaran kualitas layanan dan untuk mengetahui peran pelayanan *Teller* dan *Customer Service* terhadap kepuasan pelanggan. Metode analisis yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan yang diberikan berada pada kategori baik dan sangat baik melalui keramahan, cara berbicara dan kesiapan para *Teller* dan *Customer Service* untuk melayani nasabah sehingga

menciptakan suasana yang nyaman dalam proses transaksi di bank BRI Unit Karombasan. Namun demikian masih terdapat beberapa kekurangan, seperti adanya ketidaknyamanan akibat perbaikan fasilitas dari kantor kas yang sebenarnya bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan konsumen. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan Teller dan *Customer Service* sebaiknya pimpinan bank memberikan kesempatan untuk mengikuti pelatihan dan karyawan sebaiknya berhati-hati melaksanakan transaksi sehingga dapat meminimalisir potensi kerugian yang akan terjadi

Siti Monalisa dan Erma Suryani (2018) Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Dengan Menggunakan Sistem Dinamik Penelitian ini bertujuan untuk membangun model umum sistem simulasi dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah bank melalui kualitas layanan internet banking serta menghasilkan skenario terbaik yang dapat digunakan oleh pembuat kebijakan dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah bank melalui kualitas layanan internet banking. Dimensi kualitas layanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dimensi *efficiency*, *reliability*, *responsiveness*, *privacy*, *security* dan *fulfillment*. Pengembangan dan simulasi model dalam penelitian ini menggunakan sistem dinamik. Sistem dinamik merepresentasikan dunia nyata dalam bentuk stok, aliran antar stok, dan informasi yang menentukan nilai dari aliran. Model sistem dinamik dalam penelitian ini menggambarkan hubungan kualitas layanan internet banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank. Hasil simulasi menunjukkan bahwa kualitas layanan internet banking berperan penting dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah bank. Dengan meningkatkan nilai dimensi kualitas layanan sebesar 80% untuk setiap dimensi maka kepuasan dan loyalitas nasabah akan meningkat sehingga akan meningkatkan pendapatan dan profit bank. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah maka semua dimensi kualitas layanan internet banking harus ditingkatkan seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna dan jumlah transaksi internet banking

Asmirawati Ismail (2018) Kualitas Layanan Sistem Perijinan Perdagangan Online Intrade Di Kementerian Perdagangan. Proses pelayanan yang berkualitas, transparan dan cepat merupakan nilai penting yang diharapkan oleh pelaku-pelaku ekonomi termasuk eksportir dan importir. Sistem perijinan perdagangan online INATRADE Kementerian Perdagangan perlu melakukan peningkatan. Dalam menggunakan sistem INATRADE, eksportir dan importir mengharapkan mendapatkan pelayanan yang cepat dan transparan karena mempengaruhi waktu proses dan biaya yang harus dikeluarkan pada aktivitas perdagangan. Penelitian ini menilai kualitas pelayanan sistem perijinan perdagangan online INATRADE dengan menggunakan metode *Service Quality*, dan perbaikan apa yang perlu dilakukan pada sistem INATRADE dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada eksportir dan importir berdasarkan tingkat kepuasan pengguna jasa dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment*. Pengguna sistem perijinan perdagangan online INATRADE tidak puas dengan layanan yang diberikan sehingga diperlukan perbaikan atau peningkatan kualitas pada sistem INATRADE online. Kementerian Perdagangan mengoptimalkan pelaksanaan *service level arrangement* sebagai janji layanan yang sudah ditetapkan pada Permendag No. 28/M-DAG/6/2013 karena sampai saat ini belum terlaksana 100%, peningkatan kemampuan Sumber Daya Manusia terutama dalam memberikan solusi terkait dengan kebijakan yang berlaku, serta pengaplikasian dan pengesahan dokumen secara digital. Penerapan digitalisasi dokumen dan pengesahan secara digital, memerlukan koordinasi dengan Kementerian terkait yaitu Kementerian Informasi dan Informatika, dan Kementerian Keuangan terutama Bea dan Cukai.

Muhamad Yasir Arafat, Febriana Damayanti (2017) Pengaruh Penerbitan SIUJPT Up-Ptsp Terhadap Kepuasan Pengusaha Bidang Ransportasi Pada Wilayah Jakarta Utara. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penerbitan SIUJPT UP-PTSP terhadap kepuasan pengusaha bidang transportasi pada wilayah Jakarta Utara. Indikator dari penerbitan SIUJPT yaitu Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia No. PM 49 Tahun 2017 Pasal 2, sedangkan indikator kepuasan meliputi definisi operasional penelitian yaitu: *Bukti Langsung (Tangibles)*, *Keandalan (Reliability)*, *Daya Tanggap (Responsiveness)*, *Jaminan (Assurance)* dan *Perhatian (Emphaty)*. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku bidang usaha transportasi yang mengurus perijinan terutama menyangkut legalitas perusahaannya. Teknik sampel menggunakan *convenience/accidental sampling* sebanyak 35 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji reliabilitas, uji validitas dan analisis persamaan regresi linear sederhana. Hasil analisis menunjukkan persamaan $y = -7,103 + 0,585x$, Uji reliabilitas secara

keseluruhan indikator diperoleh pernyataan bahwa seluruh indikator (x1 sampai dengan x10) serta (y1 sampai dengan y10) memiliki instrumen penilaian yang layak atau reliabel. Sedangkan uji validitas menunjukkan hasil dengan melihat kolom tpx dan kolom *pearson colleration* menunjukkan hasil yang signifikan untuk 8 indikator pada taraf kepercayaan 99% serta 2 indikator (x1 dan x9) yang tidak valid. Sedangkan uji validitas menunjukkan hasil dengan melihat kolom tpy dan kolom *pearson colleration* menunjukkan hasil yang signifikan untuk 10 indikator pada taraf kepercayaan 99% dan nilai rata-rata (*mean*) penerbitan serta kepuasan adalah sangat setuju. Kesimpulan penelitian ini adalah ada pengaruh yang signifikan antara Penerbitan SIUJPT UP-PTSP Terhadap Kepuasan Pengusaha Bidang Usaha Transportasi Pada Wilayah Jakarta Utara.

Rizki Afrika (2019) Pengaruh Penerapan E-Spt Ppn Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Dalam Penggunaan E-SPT PPN (Studi Kasus Pada Pengusaha Kena Pajak Di KPP Pratama Palembang Ilir Barat Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh penerapan e-SPT PPN terhadap kepuasanWajib Pajak Badan yang telah dikukuhkan sebagai PKP. Penelitian ini menggunakan Simple Random Sampling dengan jumlah sampel 95 responden PKP Badan di KPP Pratama Palembang Ilir Barat. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang berisi jawaban responden. Analisis deskriptif menunjukkan nilai koefisien determinasi (R²) pada variable X terhadap Y adalah 37,4%. Variabel X menghasilkan nilai hitung sebesar 7,446 dengan tingkat signifikansi 0,000 dan nilai t table adalah 1,985. Jadi t hitung> t tabel, yang berarti bahwa Penerapan e-SPT PPN berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Wajib Pajak.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011 : 164), Konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*). Kualitas desain merupakan fungsi secara spesifik dari sebuah produk atau jasa, kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk atau jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya.

Maka dari itu yang dimaksud kualitas adalah apabila beberapa faktor dapat memenuhi harapan konsumen seperti pernyataan tentang kualitas oleh Goetsh dan Davis dalam Tjiptono & Chandra (2011 : 164), "Kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan". Menurut beberapa definisi di atas dalam kata lain, kualitas adalah sebuah bentuk pengukuran terhadap suatu nilai layanan yang telah diterima oleh konsumen dan kondisi yang dinamis suatu produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen. Menurut Vargo & Lusch dalam Tjiptono (2011 : 3), "*Service is an interactive process of doing something for someone*". Diartikan bahwa layanan/ jasa merupakan proses interaksi dalam melakukan sesuatu kepada seseorang.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2003:52), kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Tjiptono (2006:102) juga mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007:177). Secara definitif dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen (Basu Swastha, 2000) adalah : "Suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Dalam hal ini kita perlu mengetahui bahwa suatu keinginan itu harus diciptakan atau didorong sebelum memenuhi motif. Sumber yang mendorong terciptanya suatu keinginan dapat berbeda dari diri orang itu sendiri atau berada pada lingkungannya.

Kotler (2001 : 46) menandakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

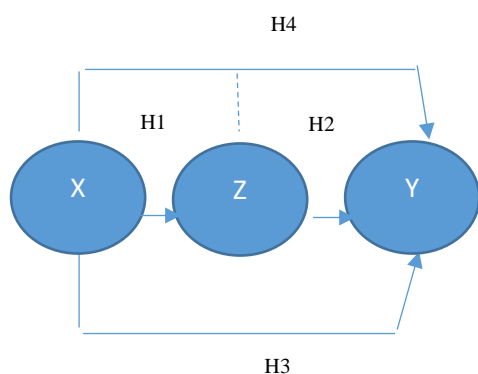
Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

Digitalisasi

Pengertian digitalisasi menurut Terry Kuny dalam Rasiman (2018:12) adalah “mengacu pada proses menerjemahkan suatu potongan informasi seperti sebuah buku, rekaman suara, gambar atau video, ke dalam bit-bit. Bit adalah satuan dasar informasi di dalam suatu sistem komputer. Sedangkan menurut Marilyn Deegan (2019:22) “digitalisasi adalah proses konversi dari segala bentuk dokumen tercetak atau yang lain ke dalam penyajian bentuk digital”

Digitalisasi merupakan salah satu cara dalam melakukan pemeliharaan dan pelestarian naskah kuno, berkas yang dianggap penting dan berharga untuk digunakan dikemudian hari baik dalam bentuk foto, maupun tulisan. Menurut Soemantri 2012:2, mengemukakan bahwa : Alih media digitalisasi merupakan proses kegiatan merubah arsip tekstual menjadi arsip media baru terbaca oleh komputer. Kegiatan Alih Media Digitalisasi Arsip menjadi pedoman baik unit pengolah maupun unit kearsipan di lingkungan perkantoran maupun perusahaan, dalam rangka menghemat ruangan, menghemat tenaga dan menghemat waktu untuk penyimpanan arsipnya. Sedangkan menurut Kusumah 2021:15, menyatakan bahwa : Digitalisasi ialah bagian dari pelestarian yang berupaya untuk menyelamatkan naskah-naskah kuno dengan memanfaatkan teknologi digital seperti soft file, foto digital, microfon, serta mengupayakan baik naskah duplikasinya agar dapat bertahan dalam jangka waktu yang relatif lama.

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS



Berdasarkan kajian teoritis dan kajian empiris di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

H1 : Variabel Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Penerapan Digitalisasi System Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya.

H2 : Variabel Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya.

H3 : Variabel Penerapan Digitalisasi system berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya

H4 : Variabel Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya Melalui Penerapan Digitalisasi System.

Model Analisis

Menguji Permodelan dalam SEM

Permodelan dalam SEM pada dasarnya meliputi: Measurement Model dan Structural Model (Sitinjak dan Sugiarto, 2006). Measurement model (model pengukuran) dilakukan untuk mengkonfirmasi apakah indikator-indikator yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah faktor atau observed variable mampu mendefinisikan variabel laten. Model pengukuran ini disebut juga dengan Confirmation Factor Analysis (CFA). Sedangkan Structural Model (model struktural) menggambarkan hubungan-hubungan diantara variabel laten (variabel laten eksogen dan variabel laten endogen). Model structural disebut juga dengan Structural Equation Modelling (SEM).

Pengukuran model dan model struktural dikatakan baik (fit) setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan pengujian berikut: uji kesesuaian model (Goodness of fit) dan uji signifikansi bobot faktor (loading factor).

Penyiapan data input untuk analisis SEM digunakan software SPSS Release 20. Selanjutnya proses perhitungan analisis data dengan SEM dilakukan dengan menggunakan software AMOS Release 2.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian untuk ditarik kesimpulan (Sugiono, 2014 : 72). Populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Konsumen atau Pengguna Jasa yang ada di Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 155 orang pengguna jasa pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya dengan kriteria sebagai berikut :

Semua Konsumen (Eksportir) di Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya

Sampel

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 155 orang Konsumen di Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya Penelitian ini menggunakan teknik sampling sensus artinya bahwa semua populasi dijadikan sampel dalam penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik responden, merupakan gambaran tentang umur, jenis kelamin dan latar belakang pendidikan responden disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel

Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Jumlah Orang	Presentase
1	Umur :		
	21 s/d 30 tahun	47	30%
	31 s/d 40 tahun	61	39%
	41 s/d 50 tahun	25	16%
	> 50 tahun	22	14%
Jumlah		155	100%
2	Jenis Kelamin :		
	Laki-laki	124 orang	80%
	Perempuan	31 orang	20%
Jumlah		155	100%
3	Latar Belakang Pendidikan :		
	SMA	10	6%
	D1	31	20%
	D3	22	14%
	S1	66	43%
	S2	26	17%
Jumlah		155	100%

Sumber Data Primer Yang Diolah 2022

Berdasarkan informasi yang disajikan dari Tabel 5.1 di atas maka dapat dideskripsikan bahwa responden berdasarkan umur didominasi oleh responden berumur 31 sampai dengan 40 tahun sebesar 61 orang atau sebesar 39%, mengindikasikan tingginya pengusaha dengan umur produktif yang ada pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya. Berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa konsumen yang menggunakan jasa pelayanan pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya, didominasi oleh laki-laki sebesar 80% atau sebanyak 124 orang. Berdasarkan latar belakang pendidikan sebagian besar pegawai mempunyai latar belakang pendidikan S1 sebesar 43% atau sebesar 66 orang. Ini mengindikasikan tingginya kuantitas dan kualitas konsumen pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya.

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Dalam melakukan penelitian ini terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas data penelitian dengan tujuan untuk mengetahui apakah data penelitian telah memenuhi persyaratan yang ditinjau dari segi kesahihan/validitas maupun dari segi keterandalan/reliabilitasnya.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisiner (Ghozali, 2011:160). Suatu kuisiner dikatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuisiner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisiner itu. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (nilai Corrected item-Total Correlation pada output Cronbach Alpha) dengan nilai r tabel untuk degree of freedom (df) = n-2 (n adalah jumlah sampel), dengan jumlah sampel (n) adalah 135 dengan tingkat signikasi 0,05. Maka r tabel penelitian ini adalah : $r(0,05;155-3=152) = 0,168$.

Jika r hitung lebih besar daripada r tabel dan berkolerasi positif maka butir atau pertanyaan tersebut valid. Atau dengan kata lain item pertanyaan dikatakan valid apabila skor item pertanyaan memiliki kolerasi yang positif dan signifikan dengan skor total variabel.

Tabel Hasil Uji Validitas

Item	Item-total Correlation	R tabel	Keterangan
Kualitas Layanan (X)			
X1.1	0,509	0,168	Valid
X1.2	0,507	0,168	Valid
X1.3	0,597	0,168	Valid
X1.4	0,576	0,168	Valid
Digitalisasi System (Z)			
Z1.1	0,306	0,168	Valid
Z1.2	0,364	0,168	Valid
Z1.3	0,370	0,168	Valid
Z1.4	0,406	0,168	Valid
Z1.5	0,268	0,168	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)			
Y1.1	0,492	0,168	Valid
Y1.2	0,696	0,168	Valid
Y1.3	0,785	0,168	Valid
Y1.4	0,813	0,168	Valid
Y1.5	0,645	0,168	Valid
Y1.6	0,694	0,168	Valid

Sumber Hasil Penelitian Data Olah, 2022

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam kuisioner mempunyai item-total correlation > 0,168 maka pertanyaan tersebut valid.

Uji Reliabilitas

Uji realibilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur satu kuisioner yang merupakan indicator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2001:162). Suatu kuisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha > 0,60 (Ghozali, 2001: 162-163). Perhitungan nilai koefisien reliabilitas untuk instrument penelitian yang digunakan diperoleh hasilnya sebagai berikut :

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,822	Reliabel
2	Digitalisasi Sistem	0,737	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen	0,749	Reliabel

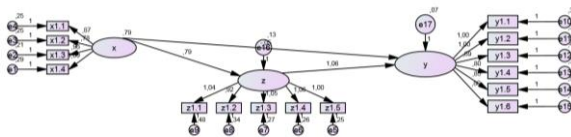
Sumber Hasil Penelitian Data Olah, 2022

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian reliabilitas instrument penelitian, karena diperoleh nilai koefisien reliabilitas > 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut dinyatakan reliable.

Pembuktian Hipotesis

Analisis Jalur (*Path Analisis*)

Tahapan struktural model berfungsi untuk memastikan model telah sesuai dengan data dan memastikan ada tidaknya pengaruh antar variabel yang diteliti. pada tahapan ini pertama kali yang dilakukan adalah memastikan bahwa model telah sesuai dengan data atau model telah fit. Kemudian apabila model telah fit maka pengujian hipotesis dapat dilakukan. Hasil analisis estimasi model struktural disajikan pada gambar berikut :



Gambar Model Struktural 1

Tabel Estimasi Model Struktural 1

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
z	<--- x	,7888503	,0687363	11,4764802	***	
y	<--- z	1,0606302	,1702967	6,2281324	***	
y	<--- x	,0527673	,1342303	3,3931107	,0269423	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
x1.4 <--- x	1,0000000				
x1.3 <--- x	,9638542	,0671208	14,3600010	***	
x1.2 <--- x	,7832979	,0626954	12,4937119	***	
x1.1 <--- x	,8680620	,0658419	13,1840280	***	
z1.5 <--- z	1,0000000				
z1.4 <--- z	1,0610671	,0779730	13,6081324	***	
z1.3 <--- z	1,0540095	,0784133	13,4417152	***	
z1.2 <--- z	,9213626	,0790083	11,6615905	***	
z1.1 <--- z	1,0378786	,0916314	11,3266677	***	
y1.1 <--- y	1,0000000				
y1.2 <--- y	,9966979	,0829568	12,0146682	***	
y1.3 <--- y	,6940124	,0799061	8,6853485	***	
y1.4 <--- y	,8046675	,0741071	10,8581758	***	
y1.5 <--- y	,8461946	,0923464	9,1632658	***	
y1.6 <--- y	,8040389	,0830772	9,6782121	***	

Sebelum dilakukan perhitungan selanjutnya terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun sudah bisa digunakan. Hasil perhitungan nilai indes goodness of fit yang dihasilkan model modifikasi adalah sebagai berikut :

Tabel Nilai Goodness of fit dan cut off value modefication model

Kriteria	Hasil Uji Model	Nilai Kritis	Keterangan
Probabilitas	0,000	<input type="checkbox"/> 0,05	Fit Model
X ² chi-square	321,2849357		
Cmin/df	3,6929303	<input type="checkbox"/> 5,00	Fit Model
RMSEA	0,0322368	<input type="checkbox"/> 0,080	Fit Model
GFI	0,9779687	<input type="checkbox"/> 0,90	Fit Model
AGFI	0,9696168	<input type="checkbox"/> 0,90	Fit Model
TLI	0,9857952	<input type="checkbox"/> 0,90	Fit Model
CFI	0,987830	<input type="checkbox"/> 0,90	Fit Model

dari data informasi pada tabel diatas dapat dijelaskan indeks kesesuaian model dan interpretasinya sebagai berikut :

chi square

Chi-square merupakan ukuran over all fit yang menjelaskan kesesuaian model teoritis data, yang diharapkan adalah nilai chi-square yang kecil atau tidak signifikan, yang mencerminkan tidak ada perbedaan antara model teoritis yang dikembangkan dengan data yang diobservasi. Jika chi-square tidak signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa ada kesesuaian (fit) antara model teoritis dengan data empirisnya. Dari tabel di atas diketahui nilai probabilitas chi-square = 0,000 ($P > 0,05$) sehingga dari hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa ada kesesuaian data dengan model teoritis dietimasi.

Cmin/df

Cmin/df merupakan the minimum sampel dierepanance function (CMIN) dibagi dengan degree of freedom yang akan menghasilkan cmin/df da pada umumnya digunakan sebagai salah satu indikator untuk mengukur tingkat kelayakan suatu model. Nilai chi-square relatif kurang dari 2,00 atau kurang dari 5,00 adalah indikasi dari acceptable fit model dengan data. Berdasarkan hasil pengelolaan data, diperoleh Cmin/df sebesar 3,6929303, sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kelayakan model yang diuji sudah cukup baik.

RMSEA

Indeks kesesuaian model juga dapat dilihat dengan membandingkan model yang diuji dengan model Root Mean Square of Approximan (RMSEA). Rata-rata perbedaan dengan per degree of freedom yang diharpkan terjadi dalam populasi dan bukan dalam sampel RMSEA $\leq 0,080$ adalah good fit. Beradsarkan hasil pengelolaan data diperoleh nilai RMSEA sebesar 0,0322368 sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang sudah diuji sudah memenuhi kreteria.

GFI

GFI adalah sebuah ukuran non-statistical yang mempunyai rentang nilai antara 0 (poor fit) sampai dengan 1,0 (prefect fit). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah "better fit". Berdasrkan hasil pengelolaan data diperoleh nilai GFI sebesar 0,9779687 yang lebih besar dari 0,90 (marginal), sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang diuji sudah memenuhi kriteria

AGFI

AGFI merupakan GFI yang di-adjust terhadap degree of freedom yang tersedia untuk menguji diterima tidaknya model. Tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0,90. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh nilai AGFI sebesar 0,9696168 yang lebih besar dari 0,90 (marginal) sehingga dapat disimpulakn bahwa model yang sudah diuji sudah memenuhi kriteria.

TLI

TLI merupakan sebuah alternatif incremental fit indeks yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap baseline model. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan diterimanya sebuah model $\geq 0,90$ dan nilai yang sangat mendekati 1 menunjukkan kesesuain yang sangat bagus. Berdasarkan hasil pengelolaan data diperoleh TLI sebesar 0,9857952 yang lebih besar dari 0,90 sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang sudah diuji sudah memenuhi kriteria.

CFI

Indeks kesesuaian model juga dapat dilihat dengan membandingkan model yang diuji dengan model lain (baseline model). Uji indeks kesesuain model komparatif ini menggunakan CFI (comparative fit indeks). Cut-off value yang direkomendasikan adalah 0,90. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh CFI sebesar 0,987830 sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang sudah diuji sudah memenuhi kriteria yang disyaratkan.

Berdasarkan hasil pengujian kriteria kesesuaian model di atas, diketahui bahwa model modifikasi yang diuji sudah merupakan model yang baik karena dilakukan uji reliabilitas konstruk.

PEMBAHASAN

Kualitas Layanan berpengaruh langsung terhadap Penerapan Digitalisasi Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya

Pada Hipotesis Pertama Kualitas Layanan berpengaruh langsung terhadap Penerapan Digitalisasi Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya. Pengujian asumsi dilakukan dengan menggunakan analisis model path (analisis jalur) melalui bantuan program AMOS versi 23. Berdasarkan pengujian model asumsi yang disajikan dalam tabel 5.7 menyatakan bahwa Penyelenggaraan Pelayanan Publik dengan nilai estimate regression weights 0,7888503, standart error 0,0687363, critical ratio (t-tabel) 11,4764802 lalu nilai signifikansi probability (P-value) 0,000 < 0,05.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011 : 164), Konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*). Kualitas desain merupakan fungsi secara spesifik dari sebuah produk atau jasa, kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk atau jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya. Terdapat faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Dari beberapa pendapat, dapat diambil garis besar bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen dengan memberikan pelayanan kepada konsumen pada saat berlangsung dan sesudah transaksi berlangsung.

Peran Bea Cukai sangat identik dengan pelayanan dan pengawasan di sektor kepabeanan dan cukai. Dalam menjalankan peran tersebut, Bea Cukai dibantu dengan sistem teknologi informasi yang sangat memadai dan terus berkembang. Transformasi digital di Bea Cukai bukanlah perjalanan yang singkat. Transformasi digital di Bea Cukai dimulai sejak tahun 1990 ketika pemberitahuan impor dan ekspor barang masih menggunakan *hard copy*, dan data tersebut diinput ke komputer yang ada di kantor pelayanan. Seiring berjalannya waktu, sistem teknologi informasi terus dikembangkan oleh para pegawai Bea Cukai dan dibantu oleh pihak ketiga. Saat ini, Bea Cukai telah menghasilkan beberapa produk teknologi informasi unggulan seperti penggunaan *internet of things* (e-seal, autogate system), teknologi big data (data analytic), dan *artificial intelligence*.

"Transformasi digital dari sistem PIB disket sampai menjadi CEISA 4.0 seperti saat sekarang ini tentu memiliki tujuan utama untuk mempermudah proses bisnis kepabeanan dan cukai. Selain kemudahan proses bisnis, keuntungan lain yang diperoleh pengguna jasa adalah dalam hal kecepatan dan transparansi. Di sisi lain, dalam bidang pengawasan, teknologi big data dan *artificial intelligence* telah kami gunakan dalam melakukan pengawasan yang efektif dan efisien. Peran Bea Cukai dalam sistem logistik di Indonesia. Bea Cukai merupakan bagian dari *global supply chain* bersama otoritas pelabuhan. Komunitas *demand-side logistic* telah terhimpun dalam portal CEISA, sementara komunitas *supply-side logistic* berkumpul dalam platform-platform swasta. Sistem logistik saat ini masih belum ideal. Tingginya biaya logistik selalu menjadi isu hangat dalam sistem perlogistik nasional. Belum terbangunnya sistem informasi *online* (e-logistics) yang terintegrasi untuk menyediakan informasi dan data mengenai sumber penyediaan dan permintaan barang, tarif, transportasi, dan pelayanan birokrasi merupakan peluang yang dijawab dengan *National Logistic Ecosystem* (NLE) sebagai salah satu *pilar key driver* dalam sistem logistik nasional.

Dalam proses pengembangannya, kata Agus, NLE menerapkan konsep Open API Collaboration. Dengan Open API Collaboration, NLE dapat berperan menjadi kolaborator dengan cara menyediakan open platform dan open API dalam bekerja sama dengan partner dan *digital ecosystem* untuk mempermudah dan mempercepat pengembangan solusi/layanan baru, inovasi, dan model bisnis di bidang logistik. Melihat perjalanan transformasi digital yang tidak singkat di Bea Cukai, akan terus lahir inovasi teknologi informasi yang dapat bersaing di kepabeanaan internasional dan senantiasa berusaha meningkatkan kehandalan sistem teknologi informasinya guna memenuhi ekspektasi yang tinggi dari para *stakeholder* hingga menjadi institusi kepabeanaan terkemuka di dunia.

Hal ini dapat dilihat pada Kategori Layanan Tempat Penimbunan Berikat. Dalam materi tersebut dijelaskan tatacara Bea dan Cukai melakukan penyusunan dan pemutakhiran profil perusahaan penerima fasilitas TPB yang berimbas pada kategori layanan . Hal yang menarik pada materi tersebut adalah kategori layanan yang diperoleh masing-masing perusahaan penerima fasilitas TPB berpengaruh pada penjaluran pada layanan dokumen kepabeanaan pada CEISA TPB yang baru mandatory per 1 Mei 2017. Hal tersebut membuat perusahaan wajib meningkatkan kepatuhan agar mendapat jalur layanan yang optimal. Adapun komponen-komponen yang dinilai dalam penyusunan profil yaitu nilai registrasi pabean, tingkat kepatuhan pemenuhan kepabeanaan, data pelanggaran, pemberdayaan IT inventory, lokasi perusahaan dan jenis hasil produksi dan barang yang ditimbun. Bea dan Cukai melakukan penyusunan dan pemutakhiran setiap 6 (enam) bulan sekali yaitu pada bulan Januari dan Juli. Pada periode Juli 2017 terdapat peningkatan kepatuhan pengusaha TPB yang cukup signifikan, dilihat dari jumlah penerima jalur layanan merah yang periode sebelumnya 31 perusahaan turun drastis menjadi 19 perusahaan, dan jalur layanan kuning yang sebelumnya 79 perusahaan meningkat tajam menjadi 91 perusahaan. Untuk jalur layanan hijau terdapat sedikit penurunan yang sebelumnya 54 perusahaan di Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya.

Pelayanan dengan sistem digitalisasi di era seperti sekarang ini sangatlah dibutuhkan karena dianggap sangat efektif dan efisien bagi pengguna jasa di Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya. Di era digital seperti sekarang ini, Menteri Keuangan meminta agar Kementerian Keuangan menjadi institusi yang mampu memahami dan beradaptasi dengan segala perubahan yang mungkin terjadi di masa depan. Nadine 2.0 sebagai perwujudan otomatisasi perkantoran yaitu aplikasi persuratan yang dirilis oleh Sekretariat Jenderal Kementerian Keuangan, akan diterapkan di seluruh Lingkungan Kementerian Keuangan tidak terkecuali Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, tidak pula dilingkungan Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya.

Selain itu dalam upaya menjaga kebersihan tangan yang merupakan sumber penyebaran bakteri, kuman bahkan virus Covid-19, Pemerintah Provinsi Bali bekerjasama dengan Bank Indonesia dan Bank BUMN lainnya untuk terus mensosialisasikan penggunaan aplikasi QRIS sebagai alat pembayaran non tunai. “aplikasi QRIS ini tentu memberikan kemudahan yang sangat luar biasa kepada semua orang khususnya untuk melakukan pembayaran. Peralihan ke sistem digitalisasi ini merupakan keharusan yang secara perlahan akan dimiliki oleh semua masyarakat. Karena selain mempermudah, pembayaran menggunakan QRIS juga menjamin keamanan uang kartal.

Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya menggunakan digitalisasi pembayaran berbasis QRIS, dan ke depannya sistem pembayaran nontunai ini juga akan melibatkan lembaga perpajakan, dengan maksud memberikan kemudahan bagi masyarakat. Bentuk kolaborasi dan kerjasama yang luar biasa dimana QRIS memiliki dua (2) jenis yakni QRIS dinamis dan QRIS statis yang sering dilihat menggunakan pamflet yang digunakan untuk pembayaran di beberapa tempat untuk transaksi pembayaran. Dengan menggunakan aplikasi pembayaran nontunai (QRIS) maka tidak ada lagi alasan untuk seseorang atau institusi yang menunggak (tidak membayar) kewajiban kepada negara khususnya kepada bea cukai karena siapapun bisa membayar menggunakan digitalisasi.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian Muhammad Ariefian Isnaini (2013) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan *Online Reservation Ticket* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang) Latar belakang penelitian ini, masih banyaknya penumpukan jumlah calon penumpang di loket pembelian tiket kereta api di stasiun pemberangkatan , hal ini menunjukkan kurangnya minat dalam penggunaan layanan *Online Reservation Ticket*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris

mengenai pengaruh empat variable dari kualitas pelayanan elektronik yaitu *efficiency* (X1), *fulfillment* (X2), *system availability* (X3), dan *privacy* (X4) terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan *Online Reservation Ticket* PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah calon penumpang kereta api yang menggunakan layanan online reservation ticket di wilayah PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari perhitungan analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan menunjukkan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, dan *privacy* memiliki koefisien dengan arah koefisien positif. Hal ini membuktikan bahwa semua variabel independen mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Dan koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,525 hal ini berarti 52,5% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, dan *privacy*. Selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model regresi yang diperoleh dalam penelitian ini. Variabel *efficiency* merupakan variabel independen yang paling besar pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu sebesar 0,400.

Kualitas Layanan berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Konsumen Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya

Pada Hipotesis Kedua Kualitas Layanan berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Konsumen Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya. Pengujian asumsi dilakukan dengan menggunakan analisis model path (analisis jalur) melalui bantuan program AMOS versi 23. Berdasarkan pengujian model asumsi yang disajikan dalam tabel 5.7 menyatakan bahwa Penyelenggaraan Pelayanan Publik dengan nilai estimate regression weights 0,0527673, standart error 0,1342303, critical ratio (t-tabel) 3,3931107 lalu nilai signifikansi probability (P-value) 0,0269423 > 0,05.

Menurut Freddy Rangkuti (2003), tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi kepada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2000:23), kualitas jasa merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik.

Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di restoran tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *marketshare* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Monalisa dan Erma Suryani (2015) Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Dengan Menggunakan Sistem Dinamik Penelitian ini bertujuan untuk membangun model umum sistem simulasi dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah bank melalui kualitas layanan internet banking serta menghasilkan skenario terbaik yang dapat digunakan oleh pembuat kebijakan dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah bank melalui kualitas layanan internet banking. Dimensi kualitas layanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dimensi *efficiency*, *reliability*, *responsiveness*, *privacy*, *security* dan *fulfillment*. Pengembangan dan simulasi model dalam penelitian ini menggunakan sistem dinamik. Sistem dinamik merepresentasikan dunia nyata dalam bentuk stok, aliran antar stok, dan informasi yang menentukan nilai dari aliran. Model sistem dinamik dalam penelitian ini menggambarkan hubungan kualitas layanan internet banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank. Hasil simulasi menunjukkan bahwa kualitas layanan internet banking berperan penting dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah bank.

Dengan meningkatkan nilai dimensi kualitas layanan sebesar 80% untuk setiap dimensi maka kepuasan dan loyalitas nasabah akan meningkat sehingga akan meningkatkan pendapatan dan profit bank. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah maka semua dimensi kualitas layanan internet banking harus ditingkatkan seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna dan jumlah transaksi internet banking.

Penerapan Digitalisasi berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Konsumen Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya

Pada Hipotesis Ketiga Penerapan Digitalisasi berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Konsumen Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya. Pengujian asumsi dilakukan dengan menggunakan analisis model path (analisis jalur) melalui bantuan program AMOS versi 23. Berdasarkan pengujian model asumsi yang disajikan dalam tabel 5.7 menyatakan bahwa Penyelenggaraan Pelayanan Publik dengan nilai estimate regression weights 1,0606302, standart error 0,1702967, critical ratio (t-tabel) 6,2281324 lalu nilai signifikansi probability (P-value) 0,000 < 0,05.

Kotler (2001 : 46) menandakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas. Setiap orang atau organisasi (perusahaan) harus bekerja dengan konsumen internal dan eksternal untuk memenuhi kebutuhan mereka bekerjasama dengan pemasok internal dan eksternal demi terciptanya kepuasan pengguna jasa.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Dalam era globalisasi saat ini yang ditandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan teknologi informasi mengakibatkan terjadinya perubahan yang luar biasa. Karena terjadi berbagai kemudahan komunikasi untuk memperoleh informasi dan muncul kompetisi yang sangat ketat sehingga mengakibatkan pelanggan memiliki banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan. Hal ini mengakibatkan terjadinya pergeseran pada tingkah laku pemasar yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan (*expectation*) untuk memenuhi kepuasan. Perubahan ini mendorong munculnya pemikiran baru, pasar baru serta kompetisi baru yang sangat ketat. Kebutuhan dan keinginan pelanggan semakin meningkat dan beranekaragam, sehingga produsen sangat sulit memuaskan kebutuhan pengguna jasa.

Jika perusahaan barang atau jasa sudah memberikan kepuasan konsumen, maka akan menciptakan pembelian ulang. Memberikan kepuasan kepada pelanggannya hanya dapat diperoleh jika perusahaan memperhatikan apa yang diinginkan oleh pelanggannya, sehingga kualitas layanan yang dihasilkan ditentukan oleh pelanggannya. Persepsi pelanggan terhadap kepuasan merupakan penilaian subjektif dari hasil yang diperoleh. Harapan pelanggan merupakan referensi standar kinerja pelayanan dan seringkali diformulasikan berdasarkan keyakinan tentang apa yang akan terjadi (Lovelock, 2005).

Pandemi Covid-19 telah menjadi momentum akselerasi transformasi digital. Tantangan digitalisasi ini menuntut instansi pemerintah untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi dalam setiap proses bisnisnya. Mengambil langkah sigap dalam menyikapi hal ini, Bea Cukai terus mengembangkan layanan berbasis teknologi dan informasi untuk mempermudah pengguna jasa. Bahwa pengembangan layanan digital bertujuan semata-mata untuk mempermudah konsumen dalam proses bisnis kepabeanan dan cukai. Pada kesempatan ini, Bea Cukai di berbagai daerah kenalkan aplikasi SPIKE, SiANDRU dan SIPINTER kepada konsumen. Pengembangan aplikasi mandiri telah dan akan terus dilakukan kantor-kantor pelayanan Bea Cukai demi menunjang kinerja pelayanan dan pengawasan. Pengembangan aplikasi tentunya disesuaikan dengan kebutuhan tiap-tiap kantor khususnya Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya

Pabean Juanda Surabaya. Aplikasi Sentra Pelayanan Informasi dan Konsultasi Ekspor (SPIKE) kepada kalangan eksportir dan PPJK. SPIKE merupakan aplikasi berbasis dalam jaringan sebagai akses konsultasi yang tidak terbatas pada jarak dan jangkauan pengguna. Aplikasi ini juga memuat segala hal terkait ekspor yang telah terangkum dalam FAQ SPIKE, seperti tata cara ekspor, legalitas pelaku ekspor, perizinan dan dokumen ekspor, dan hal pendukung lainnya.

Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya mengadakan sosialisasi mengenai fasilitas KITE IKM (Kemudahan Impor Tujuan Ekspor Industri Kecil Menengah), dengan harapan nantinya mampu meningkatkan keuntungan yang sebesar-besarnya kepada pelaku usaha. Sementara itu, aplikasi Sistem Antrian Depan dan Layanan Tanpa Turun (SIANDRU). Aplikasi ini merupakan inovasi terbaru yang diluncurkan guna meningkatkan kualitas pelayanan di masa pandemi. Melalui penerapan aplikasi SIANDRU ini, para konsumen dengan mudah dapat berkomunikasi dengan petugas loket untuk merencanakan kedatangan sehingga tidak perlu menunggu lama ketika sampai di kantor. Konsumen juga dapat memanfaatkan sistem drive-thru, yakni dengan menyerahkan atau mengambil dokumen secara langsung di area drive-thru tanpa harus masuk ke dalam ruangan kantor. Dalam aplikasi Sistem Pelayanan dan Informasi Terpadu (SIPINTER) kepada konsumen. Aplikasi ini pertama kali muncul pada tahun 2016. Awalnya, aplikasi berbasis web ini hanya digunakan untuk memfasilitasi surat masuk. Kini, seiring perkembangan kebutuhan dan zaman, aplikasi SIPINTER berkembang pesat untuk mendukung percepatan penerimaan dokumen hingga kini dapat diakses secara mobile. Dengan adanya pengembangan aplikasi yang berkelanjutan ini, kami berharap dapat meningkatkan kualitas pelayanan maupun pengawasan. Pengembangan aplikasi ini juga diharapkan mampu mempermudah segala proses bisnis kepabeanan dan cukai sehingga jauh lebih efektif dan efisien.

Jika harapan pegguan jasa sesuai dengan yang dialami dan dirasakannya, bahkan apa yang dialami dan dirasakan melebihi harapannya, sudah dapat dipastikan konsumen tersebut akan merasa puas. Bila yang dialami dan dirasakan konsumen tidak sesuai dengan harapannya, sudah dapat dipastikan pelanggan tidak akan merasa puas. Dengan kata lain, kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapan.

Pengukur tingkat kepuasan layanan yang diberikan Bea dan Cukai kepada konsumen, bukan hanya dalam layanan dokumen, namun juga sarana prasarana penunjang layanan seperti ruang tunggu, toilet, lahan parkir dan sarana ibadah. Setelah sosialisasi dan pengisian survei selesai, ditutup dengan foto bersama dan menikmati makan siang yang telah disediakan. Sosialisasi yang dilakukan oleh Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan konsumen terkait peraturan sistem dan prosedur yang berlaku di bidang Kepabeanan. Sehingga tingkat kepatuhan pengguna jasa juga akan meningkat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Asmirawati Ismail (2018) Kualitas Layanan Sistem Perijinan Perdagangan Online Intrade Di Kementerian Perdagangan. Proses pelayanan yang berkualitas, transparan dan cepat merupakan nilai penting yang diharapkan oleh pelaku-pelaku ekonomi termasuk eksportir dan importir. Sistem perijinan perdagangan online INATRADE Kementerian Perdagangan perlu melakukan peningkatan . Dalam menggunakan sistem INATRADE, eksportir dan importir mengharapkan mendapatkan pelayanan yang cepat dan transparan karena mempengaruhi waktu proses dan biaya yang harus dikeluarkan pada aktivitas perdagangan. Penelitian ini menilai kualitas pelayanan sistem perijinan perdagangan online INATRADE dengan menggunakan metode Service Quality, dan perbaikan apa yang perlu dilakukan pada sistem INATRADE dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada eksportir dan importir berdasarkan tingkat kepuasan pengguna jasa dengan menggunakan metode Quality Function Deployment. Pengguna sistem perijinan perdagangan online INATRADE tidak puas dengan layanan yang diberikan sehingga diperlukan perbaikan atau peningkatan kualitas pada sistem INATRADE online. Kementerian Perdagangan mengoptimalkan pelaksanaan service level arrangement sebagai janji layanan yang sudah ditetapkan pada Permendag No. 28/M-DAG/6/2013 karena sampai saat ini belum terlaksana 100%, peningkatan kemampuan Sumber Daya Manusia terutama dalam memberikan solusi terkait dengan kebijakan yang berlaku, serta pengaplikasian dan pengesahan dokumen secara digital. Penerapan digitalisasi dokumen dan pengesahan secara digital, memerlukan koordinasi dengan Kementerian terkait yaitu Kementerian Informasi dan Informatika, dan Kementerian Keuangan terutama Bea dan Cukai

Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya Melalui Penerapan Digitalisasi System

Pada Hipotesis Keempat Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya Melalui Penerapan Digitalisasi System. Pengujian asumsi dilakukan dengan menggunakan analisis model path (analisis jalur) melalui bantuan program AMOS versi 23. Berdasarkan pengujian model asumsi yang disajikan dalam tabel 5.7 menyatakan bahwa Penyelenggaraan Pelayanan Publik dengan nilai estimate regression weights 0,7888503, standart error 0,0687363, critical ratio (t-tabel) 11,4764802 lalu nilai signifikansi probability (P-value) 0,000 \square 0,05. Berdasarkan pengujian model asumsi yang disajikan dalam tabel 5.7 menyatakan bahwa Penyelenggaraan Pelayanan Publik dengan nilai estimate regression weights 0,0527673, standart error 0,1342303, critical ratio (t-tabel) 3,3931107 lalu nilai signifikansi probability (P-value) 0,0269423 \square 0,05. Berdasarkan pengujian model asumsi yang disajikan dalam tabel 5.7 menyatakan bahwa Penyelenggaraan Pelayanan Publik dengan nilai estimate regression weights 1,0606302, standart error 0,1702967, critical ratio (t-tabel) 6,2281324 lalu nilai signifikansi probability (P-value) 0,000 \square 0,05.

PENUTUP

Kualitas Layanan berpengaruh langsung terhadap Penerapan Digitalisasi Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya. Pengujian asumsi dilakukan dengan menggunakan analisis model path (analisis jalur) melalui bantuan program AMOS versi 23. Berdasarkan pengujian model asumsi yang disajikan dalam tabel 5.7 menyatakan bahwa Penyelenggaraan Pelayanan Publik dengan nilai estimate regression weights 0,7888503, standart error 0,0687363, critical ratio (t-tabel) 11,4764802 lalu nilai signifikansi probability (P-value) 0,000 \square 0,05

Kualitas Layanan berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Konsumen Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya. Pengujian asumsi dilakukan dengan menggunakan analisis model path (analisis jalur) melalui bantuan program AMOS versi 23. Berdasarkan pengujian model asumsi yang disajikan dalam tabel 5.7 menyatakan bahwa Penyelenggaraan Pelayanan Publik dengan nilai estimate regression weights 0,0527673, standart error 0,1342303, critical ratio (t-tabel) 3,3931107 lalu nilai signifikansi probability (P-value) 0,0269423 \square 0,05.

Pada Hipotesis Ketiga Penerapan Digitalisasi berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Konsumen Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya. Pengujian asumsi dilakukan dengan menggunakan analisis model path (analisis jalur) melalui bantuan program AMOS versi 23. Berdasarkan pengujian model asumsi yang disajikan dalam tabel 5.7 menyatakan bahwa Penyelenggaraan Pelayanan Publik dengan nilai estimate regression weights 1,0606302, standart error 0,1702967, critical ratio (t-tabel) 6,2281324 lalu nilai signifikansi probability (P-value) 0,000 \square 0,05

Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya Melalui Penerapan Digitalisasi System. Pengujian asumsi dilakukan dengan menggunakan analisis model path (analisis jalur) melalui bantuan program AMOS versi 23. Berdasarkan pengujian model asumsi yang disajikan dalam tabel 5.7 menyatakan bahwa Penyelenggaraan Pelayanan Publik dengan nilai estimate regression weights 0,7888503, standart error 0,0687363, critical ratio (t-tabel) 11,4764802 lalu nilai signifikansi probability (P-value) 0,000 \square 0,05. Berdasarkan pengujian model asumsi yang disajikan dalam tabel 5.7 menyatakan bahwa Penyelenggaraan Pelayanan Publik dengan nilai estimate regression weights 0,0527673, standart error 0,1342303, critical ratio (t-tabel) 3,3931107 lalu nilai signifikansi probability (P-value) 0,0269423 \square 0,05. Berdasarkan pengujian model asumsi yang disajikan dalam tabel 5.7 menyatakan bahwa Penyelenggaraan Pelayanan Publik dengan nilai estimate regression weights 1,0606302, standart error 0,1702967, critical ratio (t-tabel) 6,2281324 lalu nilai signifikansi probability (P-value) 0,000 \square 0,05.

Saran

Bagi Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan evaluasi terhadap Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean Juanda Surabaya Melalui Penerapan Digitalisasi System.

Bagi Peneliti

Agar dapat lebih memahami dan mencoba untuk menerapkan ilmu yang pernah peneliti terima untuk mempraktekkannya langsung ke lapangan kerja, khususnya bagi mata kuliah Manajemen Pemasaran.

Bagi Universitas

Dapat menambah buku referensi dan masukan bagi pihak-pihak yang bersangkutan dan memerlukan informasi mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, khususnya bagi jurusan manajemen

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, 2011 . *Manajemen Pemasaran*. Bogor: Ghalia. Indonesia
- Altje Tumbel. 2016. *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank BTPN Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan*. Jurnal LPPM Bidang EkoSosbudKum. Volume 3 Nomor 1.
- Arikunto, 2012. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dan Praktek*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Asmirawati Ismail (2018) Jurnal ISSN Vol.11 No.6 Tahun 2018 Layanan Sistem Perijinan Perdagangan Online Intrade Di Kementerian Perdagangan
- Bachri, 2010. *Manajemen Pemasaran I*. PT. Graha Ilmu. Bandung
- Bank Indonesia, 2016. *Peraturan Dan Petunjuk Teknik Pelaksanaan Perbankan Indonesia*. Jakarta. Bank Indonesia. Jakarta
- Bramson. 2005. *Marketing Mix*. BPFE, Yogyakarta
- Buchari 2007. *Manajemen Pemasaran*. Bandung. Penerbit Alvabeta, CV
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran: Edisi 3*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2015) *Manajemen Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Umum
- Fandy Tjiptono 2011. *Dasar- Dasar Pemasaran*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Umum
- Freddy Rangkuti. 2009. *Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fombrun, C.J. (2016) *“Reputation: Realizing Value from the Corporate Image”*, Harvard Business School Press, Boston.
- Foster dan Cadogan, 2010. *Marketing Mix, Strategi, And Analisis*. Jakarta :Penerbit Erlangga (Terjemahan)
- Gilbert dkk, 2004
- Ebert, R.J., Ronald J., Griffin, Ricky W., 2003, *Introducing of Business, 6th Edition*, Prentice Hall. Inc. New York

- Griffin 2007. *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga
- Griffin 2012. *Customer Loyalty*. Cetakan III. Jakarta: Erlangga
- Gujarati, D. 2004. *Ekonometrika Dasar*. Sumarno Zain. Penerjemah. Jakarta: PT Erlangga.
- Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan (2008:83
- Hurriyati 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Penerbit. PT. Bumi Aksara. Jakarta
- Jasfar. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta . PT. Grasindo Media. Jakarta
- Jerry dan Wally. 2013. *Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurmawan. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Kontan, 2017. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Andi: Yogyakarta
- Kotler, Philip (2005), *Manajemen Pemasaran*, Buku IV Cetakan Ketiga .Alih Bahasa Imam Nurmawan. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurmawan. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, Philip, Alih Bahasa A.B. Susanto. 2005. *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Keller, Kevin Lane. 2008. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Lovelock, C & Writz, J. 2007. *Service Marketing: People, Technology, Strategy (6th ed*
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006 *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta Penerbit Salemba Empat
- Muhammad Ariefian Isnaini (2013) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan *Online Reservation Ticket* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang) *Jurnal Manajemen* Vol 5 No. 1 Tahun 2013
- Muhamad Yasir Arafat, Febriana Damayanti (2017) *Jurnal Manajemen Dan Akutansi* Volume. 5 Nomor 1 Halaman 177-187 Februari 20179 ISSN- 2248-9909. Pengaruh Penerbitan SIUJPT UP-PTSP Terhadap Kepuasan Pengusaha Bidang Ransportasi Pada Wilayah Jakarta Utara
- Mujiharjo, 2006 *Manajemen Pemasaran Dari Teori Ke Praktek*. PT. Grasindo Media. Jakarta
- Ratih Hurriyati, 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Penerbit. PT. Bumi Aksara. Jakarta
- Rizki Afrika (2019) *Jurnal ISSN* Vol.10 No.4 Tahun 2019 Pengaruh Penerapan E-Spt Ppn Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Dalam Penggunaan E-SPT PPN (Studi Kasus Pada Pengusaha Kena Pajak Di Kpp Pratama Palembang Ilir Barat
- Saladin, Djaslim dan Oesman, Yevis, Marty. 2012. *Intisari Pemasaran*. Edisi Kedua. : Medan: Media IPTEK
- Samarwan, 2011. *Perilaku konsumen*, Cet. Ke-1, Edisi 2, Bogor: Ghalia. Indonesia.
- Scott Robinette and Claire Brand, 2011. *Prinsip-prinsip Pemasaran.*, Jilid Kedua. Edisi Ketujuh.: Jakarta: Erlangga

Siti Monalisa dan Erma Suryani (2018) Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Dengan Menggunakan Sistem Dinamik. e-Jurnal Manajemen Dan Bisnis Volume 9 Nomor 5 Mei 2018 Halaman 57-59 ISSN-2402-2018

Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Sukezi (2021) ANALISIS KEPUASAN MASYARAKAT PADA KANTOR PELAYANAN PERIZINAN TERPADU (KPPT) KOTA MOJOKERTO. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Vol 1 Nomor 2*. 132-147

Sulastiyono. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta . PT. Salemba Empat Jakarta

Sumarwan, dkk . 2010. *Manajemen Pemasaran Dan Strategi*. Penerbit. PT. Bumi Aksara. Jakarta

Tunggal. R. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jogja : Graha Ilmu

Vanessa, 2007. *Manajemen Pemasaran*. PT. Bumi Aksara. Jakarta

Vinny Ribka Bolang, James D.D Massie, dan Agus Supandi Soegoto (2017) Peran Pelayanan *Teller Dan Costumer Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank BRI Unit Karombasan Cabang Manado *Jurnal ISSN Vol.16 No.15 Tahun 2017*

Zainuddin. 2008. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Edisi Pertama*. Jakarta: PT Gramedia. *Pustaka Utama*

Zeithaml, Parasuraman dan Berry (2009, p.26 *Manajemen Pemasaran, Analisis dan Strategi*. Cetakan I Jakarta . PT. Grasindo Media. Jakarta

Zulian Yamit. 2013. *Strategi Pemasaran*. Penerbit. PT. Bumi Aksara. Jakarta