

4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

1.1.1. Sejarah Berdirinya PT. PELNI

Pendirian PT. PELNI diawali pada masa penjajahan Belanda. Dengan melihat segi geografis wilayah Indonesia, maka penjajahan mengutamakan transportasi laut di Indonesia. Pada masa penjajahan Belanda satu-satunya perusahaan yang ada di Indonesia adalah Koningkeke Paketvart Maatschappij (KPM), dimana KPM merupakan perusahaan pelayaran yang memonopoli dan mendominasi seluruh kawasan Nusantara Indonesia. Sehingga KPM memperoleh keuntungan yang sangat besar. Dengan adanya KPM, Belanda dapat dengan mudah menghubungkan antar pulau-pulau di seluruh wilayah Nusantara. Di dalam memberikan jasa pelayaran kepada masyarakat tidak hanya memberikan jasa transportasi laut untuk pengangkutan orang saja melainkan juga pengiriman barang-barang.

Pada tanggal 5 September 1950 atas persetujuan Menteri Perhubungan Republik Indonesia yaitu Ir. H. Juanda transportasi laut dikembangkan dan juga atas usul-usul dari golongan Bahariwan Indonesia maka didirikan PEPUSKA (Penguasaan Pusat Kapal-kapal) dengan tujuan untuk mengembangkan pelayaran pantai dan pelayaran samudera Indonesia.

Dengan berdirinya PEPUSKA merupakan langkah sebagai pelaksana policy pemerintah dalam bidang perhubungan laut. Tugas yang dibebankan oleh Menteri Perhubungan untuk memimpin yayasan tersebut adalah Mr. Mamun Suradipraja dan Bapak Soenar Soeraputra dan kepada beliau Menteri Perhubungan menugaskan untuk mendirikan sebuah perusahaan pelayaran kepada DPR Republik Indonesia pada tahun 1951. Setelah melalui perdebatan dalam sidang DPR RI maka disetujuinya PT. Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) oleh DPR dengan melikuiditaskan yayasan PEPUSKA dan semua harta kekayaannya dimasukkan menjadi kekayaan PT. PELNI.

Setelah PT. PELNI berdiri melalui SK Menteri Perhubungan RI No. M/1/1/1 pada tanggal 19 Pebruari 1952 dengan akte notaris, yang berkediaman di Jakarta. Pada tanggal 28 April 1952 PT. PELNI secara resmi didirikan dengan modal 100 juta dolar dan kekuatan armada GX yayasan PEPUSKA sejumlah delapan buah kapal dengan 4500 ton. PT. PELNI membuka lembaran sejarah baru. Pada tahun 1960 dikeluarkan peraturan pemerintah No. 107/1961 tanggal 1 januari 1961 status PELNI sebagai perseroan diubah menjadi perusahaan milik negara hingga tahun 1975. Setelah dikeluarkannya peraturan pemerintah No. 31 tanggal 30 Oktober 1975 status perusahaan PELNI diubah menjadi perseroan kembali hingga saat ini.

Seiring dengan perjalanan waktu dan perkembangan usaha yang terus mengalami peningkatan, kini PT.PELNI mengoperasikan 30 unit kapal penumpang mewah berkapasitas 30.323 penumpang dan 20 unit kapal serbaguna dengan bobot mati 35.412 DWT. Jumlah pelabuhan yang disinggahi juga terus mengalami peningkatan, hingga kini mencapai 101 pelabuhan di seluruh Indonesia.

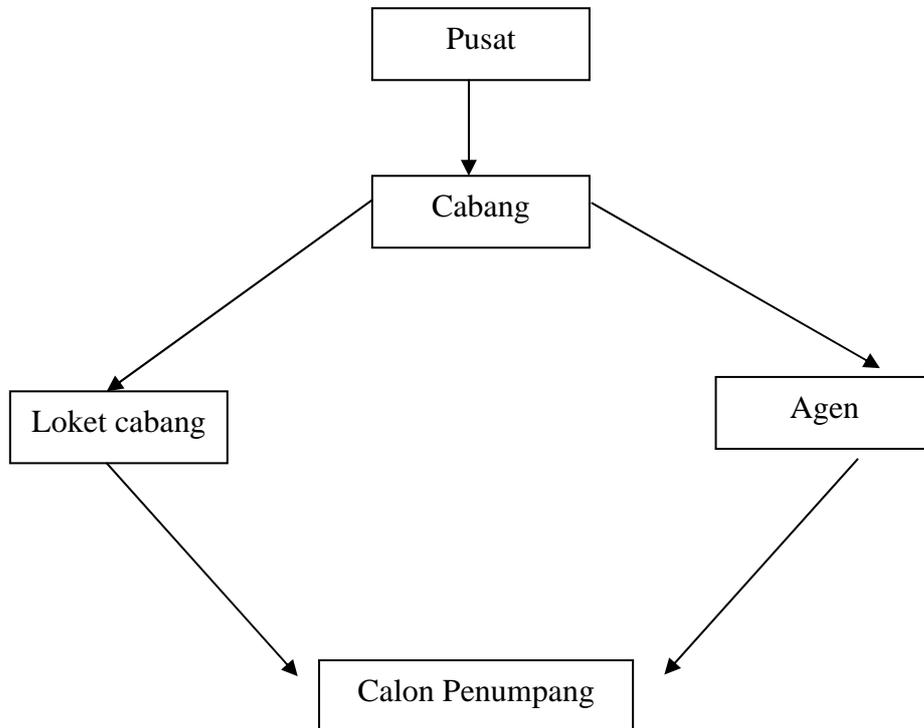
1.1.2. Bisnis Proses dan Bisnis Rule Perusahaan

Setiap usaha yang direncanakan untuk mencapai hasil yang efektif dan efisiensi memerlukan suatu koordinasi yang baik diantara pelaku aktivitas usaha tersebut. Oleh karena itu perlu adanya pengorganisasian dari pelaksanaan aktivitas usaha. Dengan struktur organisasi yang baik akan memberikan pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab yang jelas serta menunjang tercapainya tujuan bersama dalam suatu organisasi.

4.1.2.1. Proses Operasional Penjualan Tiket

PT.PELNI cabang Surabaya mengajukan permintaan tiket kosong dari pusat di Jakarta untuk dilakukan penjualan di Surabaya. Tiket kosong tersebut sudah tercantum nomor seri tiket. Jumlah tiket yang dikirim oleh PT.PELNI pusat sesuai dengan jumlah permintaan yang telah diajukan PT. PELNI cabang Surabaya. Berikut adalah diagram proses penjualan tiket :

GAMBAR 5
PROSES PENJUALAN TIKET



Sumber : PT PELNI Cabang Surabaya

4.1.2.2. Cara Pembelian Tiket di PT.PELNI

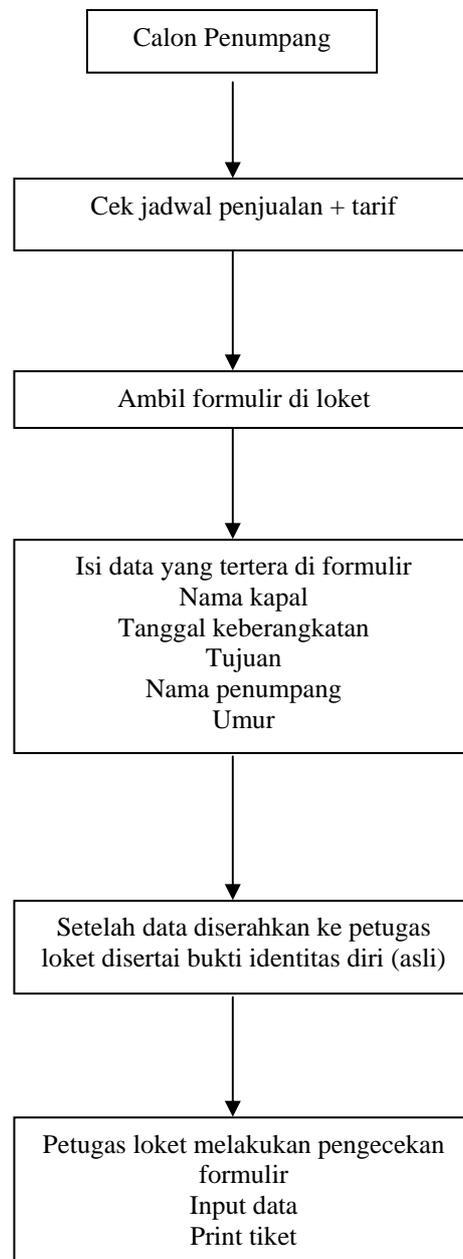
Pembelian tiket penumpang dapat dilakukan dimana saja dengan kata lain dapat dilakukan di setiap kantor cabang atau agen-agen resmi yang bekerja sama dengan PT.PELNI.

Dalam pembelian tiket pembeli diwajibkan untuk mengikuti prosedur pembelian tiket yang berlaku di PT.PELNI yang terdiri dari :

1. Mengisi formulir yang telah disediakan secara Cuma-Cuma. Pada formulir tersebut harus mengisi nama kapal, tujuan, tanggal keberangkatan, sedangkan identitas terdiri dari nama, umur, dan tanda tangan pembeli.
2. Menyerahkan formulir kepada petugas loket dan administrasi pembayaran tiket, kemudian oleh petugas tiket di inputksn dalam komputer dan dicetak tiketnya sesuai dengan nomor kabinnya.

Berikut ini merupakan diagram prosedur pembelian tiket di loket PELNI.

GAMBAR 6
PROSEDUR PEMBELIAN TIKET DI LOKET PELNI



Sumber : PT PELNI Cabang Surabaya

1.1.3. Tugas dan Wewenang

Berdasarkan struktur organisasi yang ada di PT.PELNI cabang Surabaya, uraian tugas dan wewenang yang dijalankan sebagai berikut :

1. Kepala Cabang

Tugasnya adalah memimpin semuanya atas kantor cabang Surabaya dengan mengkoordinasi segala operasional di bidang pelayanan yang berhubungan dengan kedinasan. Kepala Cabang bertanggung jawab kepada pusat untuk menyelenggarakan seluruh kegiatan yang berkaitan dengan kebijaksanaan-kebijaksanaan perusahaan.

2. Bagian umum

Tugasnya adalah mengurus segala kegiatan yang bersifat umum yang berhubungan dengan perusahaan seperti rumah tangga, personalia dan kesejahteraan pegawai serta mutasi pegawai laut. Kedudukan bagian umum diletakkan lebih tinggi setingkat dari bagian yang lainnya. Kepala bagian umum bertanggung jawab kepada Kepala Cabang. Dalam melaksanakan fungsinya bagian umum membawahi :

- a. Urusan Umum / Rumah Tangga
- b. Urusan Personalia dan Kesejahteraan
- c. Urusan Mutasi Pegawai Laut (UMPL)

3. Bagian Operasi

Bagian Operasi dipimpin oleh Kepala Bagian Operasi yang bertanggung jawab langsung kepada Kepala Cabang. Tugasnya adalah menangani secara langsung segala kegiatan operasional dari PT.PELNI Cabang Surabaya.

Bagian Operasi membawahi empat urusan yaitu :

- a. Urusan Pasasi
- b. Urusan Muatan
- c. Urusan Ekspedisi Muatan Kapal Laut
- d. Urusan Pelayanan Kapal

4. Bagian Keuangan

Bagian Keuangan dipimpin oleh seorang kepala bagian keuangan yang bertanggung jawab kepada kepala bagian cabang Surabaya. Tugasnya adalah mengurus segala sesuatu tentang finansial PT.PELNI Cabang Surabaya.

Kepala bagian keuangan dalam melaksanakan kegiatannya dibantu oleh 3 urusan yaitu :

- a. Urusan Perbendaharaan
- b. Urusan Inkaso
- c. Urusan Pembukuan

5. Bagian Armada Teknik

Bagian Armada Teknik dipimpin oleh seorang Kepala Bagian Armada Teknik yang bertanggung jawab langsung kepada Kepala Bagian Cabang Surabaya. Bagian Armada Teknik merupakan bagian yang mengurus kapal. Bagian Armada Teknik dibagi menjadi 2 urusan yaitu :

- a. Urusan Nautika
- b. Urusan Teknika

6. Bagian Galangan

Bagian Galangan dipimpin oleh seorang Kepala Bagian Galangan yang bertanggung jawab langsung kepada Kepala Bagian Cabang Surabaya. Tugasnya adalah menangani mesin-mesin kapal seperti perbaikan kapal secara menyeluruh. Bagian galangan disebut juga bengkel besar sedangkan teknik merupakan bengkel kecil.

7. Urusan Claim

1.1.4. Visi, Misi, dan Budaya Perusahaan PT. PELNI

4.1.4.1. Visi Perusahaan PT. PELNI

Menjadi perusahaan kelas dunia dengan jaringan internasional.

4.1.4.2. Misi Perusahaan PT. PELNI

Mengelola dan mengembangkan angkutan laut untuk menunjang terwujudnya wawasan nusantara dan meningkatkan kontribusi atau pendapatan bagi negara.

4.1.4.3. Budaya Perusahaan PT.PELNI

Budaya perusahaan adalah nilai-nilai atau falsafah yang sangat dihargai, diutamakan dan dijunjung tinggi serta dipakai sebagai petunjuk prinsip berperilaku dalam berbisnis. Budaya perusahaan adalah tiga prima :

1. Prima dalam Layanan

Insan PELNI wajib memberikan layanan prima kepada setiap pengguna jasa.

2. Prima dalam Sikap

Insan PELNI menjunjung tinggi nilai-nilai keunggulan dalam segala hal yang diperbuat.

3. Prima dalam Kreatifitas

Insan PELNI menghargai kreatifitas dan inovasi dalam bekerja dan mengembangkan usaha.

4.2. Gambaran Subyek Penelitian

4.2.1. Pekerjaan Konsumen

Tabel 4.1

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai Negeri	58	16.1	16.1	16.1
	Pegawai Swasta	162	44.9	44.9	60.9
	Wiraswasta	141	39.1	39.1	100.0
	Total	361	100.0	100.0	

Berdasarkan pekerjaannya, konsumen paling banyak memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta. Ada 162 orang (44,9%) yang bekerja sebagai pegawai swasta. Banyaknya pegawai swasta menggunakan jasa PELNI karena jasa angkutan melalui laut ini masih dianggap bisa memenuhi kebutuhan akan transportasi ke daerah yang dituju, terutama daerah-daerah yang sulit ditempuh oleh transportasi lainnya. Sedangkan untuk pegawai negeri persentasinya paling kecil (16.1%) hal ini dikarenakan pada saat pengambilan sampel bukan pada musim liburan.

1.2.2 Menjadi Konsumen Sejak Tahun

Tabel 4.2
Menjadi Konsumen Sejak

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1982 - 1985	69	19.1	19.1	19.1
1986 - 1989	52	14.4	14.4	33.5
1990 - 1993	128	35.5	35.5	69.0
1994 - 1997	94	26.0	26.0	95.0
> 1997	18	5.0	5.0	100.0
Total	361	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden yang telah menjadi konsumen sejak tahun 1990-1993 dengan jumlah responden sebanyak 128 orang (35,5%). Karena pada tahun 1990-1993 masih belum banyak persaingan antar perusahaan transportasi laut selain itu harga tiket untuk transportasi lain seperti pesawat terbang harganya masih relatif mahal sehingga masyarakat masih menganggap kapal laut sebagai satu-satunya solusi yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang sesuai dengan kemampuan masyarakat pada saat itu. Dan sampai sekarang sebagian masyarakat masih percaya PELNI mampu memenuhi kebutuhan akan transportasi laut terutama pada wilayah-wilayah yang sukar dijangkau.

4.3. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian dilakukan dengan cara membuat distribusi frekuensi pada variabel penilaian agen tentang penjualan tiket kapal dan penilaian konsumen tentang penjualan tiket kapal. Distribusi frekuensi ini dibuat dalam lima kategori, yaitu sangat buruk, buruk, cukup, baik, dan sangat baik.

4.3.1. Penilaian Agen tentang penjualan tiket kapal

Tabel distribusi frekuensi pada penilaian agen ini didapatkan dari cara berikut (Hadi, 2000 : 12) :

1. Nilai masing-masing responden pada kuesioner akan diklasifikasikan menjadi 5, yaitu sangat buruk, buruk, cukup, baik, dan sangat baik, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$i = \frac{Nt - Nr}{k}$$

i = Lebar kelas

Nt = Nilai tertinggi dari skor total distribusi nilai agen

Nr = Nilai terendah dari skor total distribusi nilai agen

k = Jumlah kelas, yaitu dibagi menjadi 5 kelas/kategori

2. Dari perhitungan yang ada pada lampiran halaman 108, terlihat bahwa lebar kelas (i) pada kelompok agen dan kelompok konsumen sama, yaitu 4. Nilai tertinggi adalah 33 dan nilai terendah adalah 14.
3. Setelah ditemukan lebar kelas, maka tahap berikutnya adalah mencari batas-batas kelas/kategori yang ada.

Berikut ini disajikan batas-batas kelas pada masing-masing kategori: sangat buruk, buruk, cukup, baik, dan sangat baik, dalam bentuk tabel.

Tabel 4.3
Distribusi Penilaian Agen Tentang Penjualan Tiket Kapal
Pra Sistem *Full online*

Kategori	Interval Nilai	Frekuensi	Persentase
Sangat buruk	14 – 17	2	8,7%
Buruk	18 – 21	2	8,7%
Cukup	22 – 25	10	43,5%
Baik	26 – 29	7	30,4%
Sangat baik	30 – 33	2	8,7%
Total		23	100,00%

Pada tabel 4.3, jumlah subyek penelitian terbanyak adalah agen yang mempunyai penilaian yang cukup terhadap penjualan tiket kapal pra sistem *full online*. Jumlah subyek ini sebanyak 10 orang (43,5%).

Tabel 4.4
Distribusi Penilaian Agen Tentang Penjualan Tiket Kapal Pasca
Sistem Online

Kategori	Interval Nilai	Frekuensi	Persentase
Sangat buruk	14 – 17	0	0,00%
Buruk	18 – 21	0	0,00%
Cukup	22 – 25	6	26,1%
Baik	26 – 29	15	65,2%
Sangat baik	30 – 33	2	8,7%
Total		23	100,00%

Pada tabel 4.4, jumlah subyek penelitian terbanyak adalah subyek yang mempunyai penilaian baik terhadap sistem penjualan tiket kapal setelah menggunakan sistem *full online*. Jumlah subyek ini sebanyak 15 orang (65,2%).

Dari perbandingan penilaian agen sebelum dan sesudah sistem *full online*, terlihat bahwa ada peningkatan yang cukup besar pada penilaian agen tentang penjualan tiket kapal. Penjualan tiket pasca sistem *full online* dinilai baik oleh sebagian besar agen (65,2%), sedangkan pada penjualan tiket pra sistem *full online* sebagian besar agen menilai cukup (43,5%). Hal ini menunjukkan bahwa ada peningkatan penilaian karena sistem *full online* dianggap dapat mempermudah konsumen dalam membeli tiket dibandingkan sistem manual.

4.3.2. Penilaian Konsumen tentang penjualan tiket kapal

Tabel distribusi frekuensi pada penilaian konsumen ini didapatkan dari cara yang sama seperti pada penentuan distribusi frekuensi agen (Hadi, 2000:12), yaitu sebagai berikut:

1. Nilai masing-masing responden pada kuesioner akan diklasifikasikan menjadi 5, yaitu sangat buruk, buruk, cukup, baik, dan sangat baik, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$i = \frac{Nt - Nr}{k}$$

i = Lebar kelas

Nt = Nilai tertinggi dari skor total distribusi nilai konsumen.

Nr = Nilai terendah dari skor total distribusi nilai konsumen

k = Jumlah kelas, yaitu dibagi menjadi 5 kelas/kategori

2. Dari perhitungan yang ada pada lampiran halaman 108, terlihat bahwa lebar kelas (i) pada kelompok agen dan kelompok konsumen sama, yaitu 4. Nilai tertinggi adalah 33 dan nilai terendah adalah 14.
3. Setelah ditemukan lebar kelas, maka tahap berikutnya adalah mencari batas-batas kelas/kategori yang ada.

Berikut ini disajikan batas-batas kelas pada masing-masing kategori: sangat buruk, buruk, cukup, baik, dan sangat baik, dalam bentuk tabel.

Tabel 4.5
Distribusi Penilaian Konsumen Tentang Penjualan Tiket Kapal Pra
Sistem *Full online*

Kategori	Interval Nilai	Frekuensi	Persentase
Sangat buruk	14 – 17	13	3,6%
Buruk	18 – 21	84	23,3%
Cukup	22 – 25	164	45,4%
Baik	26 – 29	86	23,8%
Sangat baik	30 – 33	14	3,9%
Total		361	100,00%

Pada tabel 4.5, jumlah subyek penelitian terbanyak adalah konsumen yang mempunyai penilaian yang cukup terhadap penjualan tiket kapal pra sistem *full online*. Jumlah subyek ini sebanyak 164 orang (45,4%).

Tabel 4.6
Distribusi Penilaian Konsumen Tentang Penjualan Tiket Kapal Pasca
Sistem *Full Online*

Kategori	Interval Nilai	Frekuensi	Persentase
Sangat buruk	14 – 17	5	1,4%
Buruk	18 – 21	57	15,8%
Cukup	22 – 25	162	44,9%
Baik	26 – 29	118	32,7%
Sangat baik	30 – 33	19	5,3%
Total		361	100,00%

Pada tabel 4.6, terlihat bahwa sebagian besar konsumen menilai penjualan tiket pasca sistem *full online* cukup, yaitu sejumlah 162 orang (44,9%).

Jumlah ini sedikit menurun dibandingkan dengan penilaian konsumen pra sistem *full online*. Pada penilaian konsumen terhadap penjualan tiket pra sistem *full online*, ada sebanyak 164 (45,4%) konsumen yang menganggap penjualan tiket cukup. Namun, terjadi perubahan yang cukup besar pula pada konsumen yang memberi penilaian baik terhadap penjualan tiket pra sistem *full online* ke pasca sistem *full online* dari hanya 86 orang (23,8%) menjadi 118 orang (32,7%). Kenaikan ini menunjukkan bahwa konsumen menganggap perbaikan sistem penjualan tiket kapal penumpang, dari sebelum diterapkannya sistem *full online* ke penerapan sistem *full online*, telah membantu konsumen memudahkan pembelian tiket.

4.4. Hasil Penelitian

4.4.1. Uji Validitas & Reliabilitas

4.4.1.1. Uji Validitas Butir

Uji validitas dilakukan sebelum kuesioner digunakan untuk pengumpulan data. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan

sampel terpakai, artinya peneliti langsung menyebarkan kuesioner kepada subyek penelitian dan jawaban dari subyek penelitian tersebut akan digunakan langsung sebagai data pengujian validitas.

Penentuan suatu butir pernyataan dikatakan valid atau tidak harus menggunakan patokan tertentu. Berikut ini adalah patokan yang digunakan (Santoso, 2000 : 277):

- r (korelasi antara skor butir dengan skor total seluruh butir) harus positif (+), dan
- r hitung harus lebih besar atau sama dengan r tabel. Nilai r tabel untuk kuesioner sistem penjualan tiket agen dengan $N = 23$, taraf signifikansi 5%, *one tail*, adalah 0,352. Berarti nilai r hitung harus $\geq 0,352$. Dan untuk nilai r tabel dari kuesioner sistem penjualan konsumen dengan $N = 361$, taraf signifikansi 5%, *one tail* adalah 0.087. Berarti nilai r hitung harus $\geq 0,087$

Pengujian validitas yang dilakukan terhadap kuesioner sistem penjualan tiket untuk agen, dari 8 butir keseluruhan didapatkan hasil bahwa tidak terdapat butir yang dinyatakan gugur (tidak valid). Berdasarkan pada lampiran 4 halaman 110, keseluruhan butir tersebut dinyatakan valid karena mempunyai nilai $r \geq 0,352$. Sedangkan pada kuesioner sistem penjualan tiket untuk konsumen, berdasarkan hasil uji validitas didapatkan hasil bahwa tidak ada butir yang gugur dari keseluruhan 8 butir. Berdasarkan pada lampiran 4 halaman 111, keseluruhan butir tersebut dapat dikatakan tidak gugur karena mempunyai nilai $r \geq 0,087$.

4.4.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menentukan apakah suatu alat ukur tersebut reliabel atau tidak, standar atau patokan yang digunakan sama dengan pengujian validitas, yaitu:

- r alpha harus positif (+), dan
- r alpha harus lebih besar atau sama dengan r tabel. Nilai r tabel untuk $N = 23$, taraf signifikansi 5%, *one tail*, adalah 0,352. Berarti nilai r alpha harus $\geq 0,352$. Dan untuk nilai r tabel dari kuesioner sistem penjualan konsumen dengan $N = 361$, taraf signifikansi 5%, *one tail*

adalah 0.087. Berarti nilai r alpha harus $\geq 0,087$. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach. Teknik ini lebih mudah digunakan dan tidak terlalu dibatasi oleh aturan-aturan tertentu seperti jumlah butir yang standar dan tingkat kesukaran butir yang seimbang (Santoso, 2000 : 280).

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas alat ukur dengan menggunakan SPSS 10.00, didapatkan hasil r alpha untuk sistem penjualan tiket agen sebesar 0,8924. Karena nilai r tersebut positif dan lebih besar daripada 0,352, maka berarti kuesioner tersebut dapat dinyatakan reliabel, hasil ini dapat dilihat pada lampiran 4 halaman 110. Dan untuk kuesioner sistem penjualan tiket konsumen mempunyai nilai r alpha sebesar 0,6040. Nilai r tersebut positif dan lebih besar daripada 0,087, maka berarti kuesioner tersebut juga dapat dinyatakan reliabel, hasil ini dapat dilihat pada lampiran 4 halaman 111.

4.4.2. Pengujian Asumsi

4.4.2.1. Uji Normalitas Sebaran

Pengujian normalitas sebaran ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov test*. Dari hasil pengujian pada lampiran 5 halaman 113, didapatkan nilai KS-Z untuk variabel penjualan tiket pra sistem *full online* menurut agen sebesar 0,720 dengan p (*probability of error*) = 0,677, sedangkan nilai KS-Z untuk variabel penjualan tiket pasca sistem *full online* menurut agen sebesar 0,536 dengan p (*probability of error*) = 0.936. Berdasarkan pada lampiran 5 halaman 114, untuk variabel penilaian konsumen tentang penjualan tiket pra sistem *full online*, didapatkan nilai KS-Z sebesar 1.315, dengan p = 0,063, sedangkan variabel penilaian konsumen tentang pasca sistem penjualan tiket, didapatkan nilai KS-Z sebesar 1.257, dengan p = 0,085

Standar suatu sebaran dikatakan normal jika nilai p yang didapatkan lebih besar dari 0,05 (Santoso, 2000 : 75). Karena nilai p hasil lebih besar dari 0,05, maka berarti sebaran variabel penilaian agen terhadap sistem penjualan tiket dan variabel penilaian konsumen tentang sistem penjualan tiket mengikuti distribusi normal.

4.4.2.2 Uji Homogenitas

Uji homogenitas ini digunakan untuk melihat apakah terdapat perbedaan variansi nilai antara kelompok-kelompok yang dibandingkan. Uji homogenitas dilakukan dengan menggunakan *Levene Test*. Berdasarkan hasil perhitungan uji homogenitas pada lampiran 5 halaman 115-116, untuk penilaian agen terhadap penjualan tiket keseluruhan pengujiannya memperoleh hasil $p > 0,05$. Sedangkan untuk kuesioner penilaian konsumen terhadap penjualan tiket seluruh pengujian homogenitasnya mendapatkan nilai $p > 0,05$. Karena nilai $p > 0,05$, maka berarti variansi nilai pada kelompok agen dan konsumen sama atau disebut juga homogen (Santoso, 2000 : 97).

4.4.3. Pengujian Hipotesis

Dengan telah terpenuhinya semua syarat / asumsi, maka pengujian hipotesis bisa dilakukan. Pengujian hipotesis untuk pertanyaan: “apakah ada perbedaan pelayanan sistem penjualan tiket kapal penumpang terhadap agen sebelum dan sesudah adanya sistem *full online*” dilakukan dengan menggunakan analisis uji T-test. Hasil pengujian tersebut didapatkan nilai t secara keseluruhan untuk agen sebesar -2.615, dengan nilai $p = 0,016$, Karena nilai $p < 0,05$, maka berarti ada perbedaan yang signifikan antara pelayanan sistem penjualan tiket kapal penumpang terhadap agen sebelum dan sesudah adanya sistem *full online*. Hasil tersebut dapat dilihat pada lampiran 6 halaman 118. Hipotesis pertama yang diajukan dapat diterima.

Untuk lebih memperluas hasil pengujian, maka dapat dibandingkan antara penilaian agen terhadap penjualan tiket sebelum dan sesudah penerapan sistem *full online* pada masing-masing aspek pernyataan dalam kuesioner. Berikut ini disajikan hasil perbandingan masing-masing aspek pada agen, sebelum dan sesudah diterapkannya penjualan tiket sistem *full online*:

Tabel 4.7
Perbandingan Penilaian Agen terhadap Penjualan Tiket Sebelum dan
Sesudah Sistem Full Online

Indikator	Mean		St. Deviasi		t	p	Perubahan
	Pra	Pasca	Pra	Pasca			
Mudah melakukan pemesanan tiket secara cepat.	3.087	3.478	0.596	0.511	-2.237	0.036*	Meningkat
Berkurangnya batasan jumlah tiket yang diberikan kantor cabang untuk di jual.	3.087	3.304	0.733	0.471	-2.472	0.022*	Meningkat
Mempermudah penjualan tiket ke konsumen.	3.044	3.435	0.502	0.507	-2.598	0.016*	Meningkat
Mudah dan cepat dalam mencetak tiket.	2.870	3.217	0.344	0.421	-2.577	0.017*	Meningkat
Harga tiket sesuai dengan sistem penjualan yang ada.	3.087	3.435	0.668	0.507	-3.425	0.002*	Meningkat
Pembukuan jadi lebih mudah.	3.00	3.348	0.603	0.487	-2.577	0.017*	Meningkat
Komisi yang diberikan PELNI lebih kecil.	3.478	3.00	0.731	0.905	2.421	0.024*	Menurun
Layanan ke konsumen lebih cepat.	3.00	3.478	0.853	0.511	-3.477	0.002*	Meningkat

* : terjadi perbedaan yang signifikan.

Pada tabel 4.7 di atas terlihat bahwa :

1. Pada indikator pertama, yaitu “mudah melakukan pemesanan tiket secara cepat” terjadi peningkatan dimana pada *pasca full online* pemesanan tiket semakin mudah dan cepat dilakukan dibandingkan pada *pra full online*.
2. Pada indikator kedua, yaitu “berkurangnya batasan jumlah tiket yang diberikan kantor cabang untuk di jual” terjadi peningkatan dimana pada *pasca full online* batasannya semakin berkurang dibandingkan pada saat *pra full online*.
3. Pada indikator ketiga, yaitu “mempermudah penjualan tiket ke konsumen” terjadi peningkatan dimana pada *pasca full online* penjualan tiket ke konsumen lebih mudah dibandingkan pada saat *pra full online*.

4. Pada indikator keempat, yaitu “mudah dan cepat dalam mencetak tiket” terjadi peningkatan pada *pasca full online*, dimana agen dengan lebih mudah dan cepat mencetak tiket dibandingkan *pra full online*.
5. Pada indikator kelima, yaitu “harga tiket sesuai dengan sistem penjualan yang ada” pada *pasca full online* harga tiket lebih sesuai dengan sistem penjualan yang ada dibandingkan pada *pra full online*.
6. Pada indikator keenam, yaitu “Pembukuan jadi lebih mudah” Sistem pembukuan *pasca full online* menjadi lebih mudah dan lebih baik dibandingkan pada *pra full online*.
7. Pada indikator ketujuh, yaitu “komisi yang diberikan PELNI lebih kecil” terjadi peningkatan pemberian komisi ke agen *pasca full online* dibandingkan *pra full online*.
8. Pada indikator kedelapan, yaitu “layanan ke konsumen lebih cepat” , layanan penjualan tiket yang diberikan agen ke konsumen *pasca full online* lebih cepat dibandingkan *pra full online*.

Hasil uji T-test untuk hipotesis dengan pertanyaan: “apakah ada perbedaan pelayanan sistem penjualan tiket kapal penumpang sebelum dan sesudah adanya sistem *full online* menurut penilaian konsumen?” diperoleh nilai t secara keseluruhan sebesar -5,064, dengan nilai $p = 0,000$. Karena nilai $p < 0,05$, maka berarti ada perbedaan yang signifikan antara pelayanan sistem penjualan tiket kapal sebelum dan sesudah adanya sistem *full online*, sehingga hipotesis kedua yang diajukan dapat diterima. Hasil ini dapat dilihat pada lampiran 6 halaman 121.

Hasil perbandingan antara penilaian konsumen terhadap penjualan tiket sebelum dan sesudah penerapan sistem *full online* pada masing-masing aspek pernyataan dalam kuesioner, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Perbandingan Penilaian Konsumen terhadap Penjualan Tiket
Sebelum dan Sesudah Sistem *Full Online*

Indikator	Mean		St. Deviasi		t	p	Perubahan
	Pra	Pasca	Pra	Pasca			
Mudah dalam pemesanan tiket.	2.925	3.050	0.766	0.736	-2.254	0.025*	Meningkat
Berkurangnya antrian dalam pembelian tiket.	2.934	3.044	0.827	0.737	-2.003	0.046*	Meningkat
Mudah dalam mendapatkan tiket.	2.820	2.917	0.912	0.884	-3.279	0.001*	Meningkat
Mudah dalam proses pembatalan tiket.	3.011	3.114	0.810	0.739	-2.115	0.025*	Meningkat
Harga tiket sesuai dengan sistem penjualan tiket yang ada.	2.978	3.139	0.869	0.701	-2.969	0.003*	Meningkat
Pelayanan penjualan tiket lebih cepat.	2.970	3.053	0.780	0.781	-2.004	0.046*	Meningkat
Mudah dalam mendapatkan informasi mengenai jumlah tiket yang tersedia.	2.950	3.075	0.822	0.801	-2.476	0.014*	Meningkat
Mudah dalam merencanakan jadwal perjalanan.	2.953	3.058	0.779	0.823	-2.058	0.040*	Meningkat

* : terjadi perbedaan yang signifikan.

Pada tabel 4.8 di atas terlihat bahwa :

1. Pada indikator pertama, yaitu “mudah dalam pemesanan tiket” terjadi peningkatan dimana pada *pasca full online* pemesanan tiket dapat dilakukan dengan mudah dibandingkan pada *pra full online*.
2. Pada indikator kedua, yaitu “berkurangnya antrian dalam pembelian tiket” terjadi peningkatan pada *pasca full online* dimana antrian pada saat pembelian tiket semakin berkurang dibandingkan pada *pra full online*.
3. Pada indikator ketiga, yaitu “mudah dalam mendapatkan tiket” terlihat bahwa pada *pasca full online* konsumen lebih mudah mendapatkan tiket dibandingkan pada *pra full online*.

4. Pada indikator keempat, yaitu “mudah dalam proses pembatalan tiket” dimana pada *pasca full online* konsumen lebih mudah melakukan proses pembatalan tiket dibandingkan pada *pra full online*.
5. Pada indikator kelima, yaitu “harga tiket sesuai dengan sistem penjualan tiket yang ada” pada *pasca full online* harga tiket lebih sesuai dengan sistem penjualan yang ada dibandingkan pada *pra full online*.
6. Pada indikator keenam, yaitu “pelayanan penjualan tiket lebih cepat” dimana pelayanan penjualan tiket pada *pasca full online* lebih cepat dilakukan dibandingkan pada *pra full online*.
7. Pada indikator ketujuh, yaitu “mudah dalam mendapatkan informasi mengenai jumlah tiket yang tersedia” dimana pada *pasca full online* konsumen dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai jumlah tiket yang tersedia dibandingkan pada *pra full online*.
8. Pada indikator kedelapan, yaitu “mudah dalam merencanakan jadwal perjalanan” dimana pada saat *pasca full online* konsumen dengan mudah merencanakan jadwal perjalanan yang diinginkan dibandingkan pada *pra full online*.

Hipotesis yang ketiga yang menyatakan adanya peningkatan pelayanan sebagai perusahaan *public service* dalam penjualan tiket kapal setelah sistem *full online* ditunjukkan dengan nilai mean konsumen dan agen. Berdasarkan nilai mean yang ada dapat diketahui bahwa nilai mean konsumen sebelum sistem online adalah sebesar 23,5402 sedangkan nilai mean setelah sistem online adalah sebesar 24,4488 (lampiran 6, halaman 121). Dan nilai mean agen sebelum sistem online adalah sebesar 24,6522 sedangkan nilai mean setelah sistem online adalah sebesar 26,6957 (lampiran 6, halaman 118). Nilai yang semakin besar ini menunjukkan bahwa konsumen dan agen memiliki anggapan bahwa pelayanan yang diberikan PELNI terhadap konsumen dan agen semakin baik

Untuk melihat lebih rinci lagi, maka berikut ini disajikan tabulasi silang antara variabel pelayanan sistem penjualan tiket kapal penumpang terhadap agen maupun konsumen sebelum dan sesudah adanya sistem *full online*.

Tabel 4.9
Pra Sistem *Full online* Ditinjau dari Pasca Sistem *Full online* (Agen)

			Penilaian Agen terhadap Sistem Penjualan Tiket (Pasca Sistem Online Full Online)			Total
			Cukup	Baik	Sangat Baik	
Penilaian Agen terhadap Sistem Penjualan Tiket (Pra Sistem Online Full Online)	Sangat Buruk	Count	0	2	0	2
		% of Total	.0%	8.7%	.0%	8.7%
	Buruk	Count	0	2	0	2
		% of Total	.0%	8.7%	.0%	8.7%
	Cukup	Count	6	4	0	10
		% of Total	26.1%	17.4%	.0%	43.5%
	Baik	Count	0	5	2	7
		% of Total	.0%	21.7%	8.7%	30.4%
	Sangat Baik	Count	0	2	0	2
		% of Total	.0%	8.7%	.0%	8.7%
Total		Count	6	15	2	23
		% of Total	26.1%	65.2%	8.7%	100.0%

Pada tabel di atas terlihat bahwa ada perkembangan penilaian agen terhadap pelayanan penjualan tiket PELNI pasca sistem *full online*. Responden yang mempunyai penilaian lebih baik pada pelayanan penjualan tiket PELNI pasca sistem *full online* ada 10 orang (43,48%), yang dapat dirinci sebagai berikut:

- Ada 2 orang (8,7%) meningkat penilaiannya dari sangat buruk menjadi baik
- Ada 2 orang (8,7%) meningkat penilaiannya dari buruk menjadi baik
- Ada 4 orang (17,4%) meningkat penilaiannya dari cukup menjadi baik
- Ada 2 orang (8,7%) meningkat penilaiannya dari baik menjadi sangat baik

Agen merasakan adanya peningkatan pelayanan penjualan tiket setelah diterapkan sistem *full online*. Kemudahan-kemudahan yang diperoleh agen, seperti kemudahan dalam hal pemesanan tiket ternyata dapat meningkatkan penilaian agen terhadap sistem penjualan tiket. Agen saat ini tidak kesulitan untuk mengetahui apakah masih terdapat sisa kursi untuk kapal dengan tujuan tertentu atau tidak. Sebelum dilaksanakannya sistem *full online* ini, agen harus beberapa kali menelpon PELNI untuk menanyakan tersedianya kursi di kapal. Sistem *full online* memudahkan kerja agen dalam mengkonfirmasi ketersediaan tiket. Konsumen pun tidak perlu menunggu lama untuk memesan tiket.

Responden yang menilai tidak ada perubahan pelayanan setelah penerapan sistem *full online* ada 11 orang (47,83%), yang dapat dirinci sebagai berikut:

- Ada 6 orang (26,1%) yang tetap menilai cukup
- Ada 5 orang (21,7%) yang tetap menilai baik

Pada responden yang menilai tidak ada perubahan, terlihat bahwa semuanya telah menilai cukup baik atau baik. Pelayanan yang diterima oleh agen-agen ini sudah dirasakan baik meskipun PELNI belum menerapkan sistem *full online*. Beberapa hal yang membuat beberapa agen merasa pelayanan penjualan tiketnya sudah cukup baik adalah dikarenakan adanya hubungan erat yang sudah terjalin antara agen dengan PELNI. Hubungan yang sudah lama terjalin inilah yang membuat agen-agen tertentu ini cukup mendapatkan kemudahan dalam mengurus permasalahan tiket. Perubahan yang terjadi pada sistem penjualan tiket PELNI menjadi sistem *full online* tidak banyak dirasakan oleh beberapa agen ini karena adanya kemudahan-kemudahan yang sudah didapatkan sebelumnya.

Responden yang menilai pelayanan lebih buruk ada 2 orang agen (8,7%), yaitu yang sebelumnya pelayanannya sangat baik menurun menjadi baik. Penilaian yang menurun ini dikarenakan ada beberapa agen yang mungkin masih kesulitan dalam mengikuti perubahan teknologi dalam sistem pelayanan penjualan tiket PELNI. Sistem *full online* yang dikemas oleh PELNI menuntut adanya perubahan infrastruktur dan SDM dari agen yang bersangkutan. Agen harus membenahi sistem komputerisasi perusahaan sehingga bisa melakukan kontak secara *online* dengan PELNI. Peningkatan kualitas SDM juga sangat diperlukan karena perlu SDM yang memadai untuk menjalankan sistem komputerisasi yang ada di agen. Hambatan-hambatan semacam inilah yang kadang mengurangi kenyamanan komunikasi antara agen dan PELNI.

Dari hasil di atas terlihat bahwa secara umum responden yang menilai pelayanannya meningkat lebih banyak daripada yang menilai pelayanan menurun (lebih buruk).

Tabel 4.10
Pra Sistem *Full online* Ditinjau dari Pasca Sistem
***Full online* (Konsumen)**

			Penilaian Konsumen terhadap Sistem Penjualan Tiket (Pasca Sistem Online Full Online)					Total
			Sangat Buruk	Buruk	Cukup	Baik	Sangat Baik	
Penilaian Konsumen terhadap Sistem Penjualan Tiket (Pra Sistem Online Full Online)	Sangat Buruk	Count	0	6	6	0	1	13
		% of Total	.0%	1.7%	1.7%	.0%	.3%	3.6%
	Buruk	Count	2	23	39	19	1	84
		% of Total	.6%	6.4%	10.8%	5.3%	.3%	23.3%
	Cukup	Count	3	19	90	45	7	164
		% of Total	.8%	5.3%	24.9%	12.5%	1.9%	45.4%
	Baik	Count	0	8	26	47	5	86
		% of Total	.0%	2.2%	7.2%	13.0%	1.4%	23.8%
	Sangat Baik	Count	0	1	1	7	5	14
		% of Total	.0%	.3%	.3%	1.9%	1.4%	3.9%
Total	Count	5	57	162	118	19	361	
	% of Total	1.4%	15.8%	44.9%	32.7%	5.3%	100.0%	

Pada tabel di atas terlihat bahwa ada perkembangan penilaian konsumen terhadap pelayanan penjualan tiket PELNI pasca sistem *full online*. Responden yang mempunyai penilaian lebih baik pada pelayanan penjualan tiket PELNI pasca sistem *full online* ada 129 orang (35,73%), yang dapat dirinci sebagai berikut:

- Ada 13 orang (3,6%) meningkat penilaiannya dari sangat buruk menjadi buruk, cukup, atau sangat baik
- Ada 59 orang (16,34%) meningkat penilaiannya dari buruk menjadi cukup, baik, atau sangat baik
- Ada 52 orang (14,4%) meningkat penilaiannya dari cukup menjadi baik atau sangat baik
- Ada 5 orang (1,39%) meningkat penilaiannya dari baik menjadi sangat baik.

Konsumen yang merasakan adanya peningkatan dalam hal pelayanan penjualan tiket ini jumlahnya cukup besar. Perubahan yang dirasakan oleh konsumen ini terutama berkaitan dengan kemudahan konsumen untuk memesan tiket, bahkan jauh hari sebelumnya. Tiket dapat diperoleh dengan lebih mudah. Konsumen pun tidak perlu antri dalam mendapatkan tiket, karena bisa reservasi terlebih dahulu melalui *online*. Harga yang diperoleh konsumen pun sesuai dengan pelayanan sistem penjualan tiket pada saat ini.

Responden yang menilai tidak ada perubahan pelayanan setelah penerapan sistem *full online* ada 165 orang (45,71%), yang dapat dirinci sebagai berikut:

- Ada 23 orang (6,37%) yang tetap menilai buruk
- Ada 90 orang (24,93%) yang tetap menilai cukup
- Ada 47 orang (13,02%) yang tetap menilai baik
- Ada 5 orang (1,39%) yang tetap menilai sangat baik

Konsumen yang berada pada kelompok ini cenderung tidak merasakan banyak perubahan dalam pelayanan, karena mungkin konsumen ini kurang begitu *familiar* dengan sistem *online* pada penjualan tiket. Namun, dari konsumen kelompok ini, terlihat bahwa sebagian besar konsumen masih menilai pelayanan penjualan tiketnya cukup, yaitu sejumlah 90 orang (24,93%). Dengan demikian, konsumen tidak banyak merasakan permasalahan dengan model penjualan tiket yang ada selama ini.

Responden yang menilai pelayanan lebih buruk ada 67 orang (18,56%), terdiri dari:

- Ada 2 orang (0,55%) yang menganggap pelayanannya sangat buruk (sebelumnya menilai pelayanannya buruk)
- Ada 22 orang (6,09%) yang menganggap pelayanannya sangat buruk atau buruk (sebelumnya menilai pelayanannya cukup).
- Ada 34 orang (9,42%) yang menganggap pelayanannya buruk atau cukup (sebelumnya menilai pelayanannya baik)
- Ada 9 orang (2,49%) yang menganggap pelayanannya buruk, cukup, atau baik (sebelumnya menilai pelayanannya sangat baik).

Jumlah konsumen yang masuk dalam kelompok ini tidak begitu banyak. Ada beberapa masalah yang mungkin menjadi penyebab mengapa konsumen merasakan adanya penurunan pelayanan. Salah satunya adalah SDM PELNI dan agen yang kurang siap dalam menghadapi perubahan sistem penjualan tiket secara Online dan kondisi jaringan komunikasi yang terkadang mengalami gangguan seringkali membuat konsumen merasa bahwa sistem yang baru bukan mempermudah tetapi justru mempersulit sehingga pelayanan terhadap konsumen jadi memburuk.

Dari hasil di atas terlihat bahwa secara umum responden yang menilai pelayanannya lebih baik lebih banyak daripada yang menilai pelayanan lebih buruk.

Tabel 4.11
Pra Sistem Full Online Konsumen Ditinjau dari Pekerjaan

			Pekerjaan Konsumen			Total
			Pegawai Negeri	Pegawai Swasta	Wiraswasta	
Penilaian Konsumen terhadap Sistem Penjualan Tiket (Pra Sistem Online Full Online)	Sangat Buruk	Count	0	9	4	13
		% of Total	.0%	2.5%	1.1%	3.6%
	Buruk	Count	13	37	34	84
		% of Total	3.6%	10.2%	9.4%	23.3%
	Cukup	Count	29	68	67	164
		% of Total	8.0%	18.8%	18.6%	45.4%
	Baik	Count	13	40	33	86
		% of Total	3.6%	11.1%	9.1%	23.8%
	Sangat Baik	Count	3	8	3	14
		% of Total	.8%	2.2%	.8%	3.9%
Total	Count	58	162	141	361	
	% of Total	16.1%	44.9%	39.1%	100.0%	

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa konsumen dengan pekerjaan pegawai negeri paling banyak mempunyai penilaian yang cukup saat pra sistem *full online*, yaitu sebanyak 29 orang (8%%). Untuk konsumen dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta paling banyak mempunyai penilaian yang cukup pula terhadap pra sistem *full online*, yaitu sebanyak 68 orang (18,8%). Sedangkan pada konsumen dengan pekerjaan sebagai wiraswasta paling banyak mempunyai penilaian yang cukup terhadap pra sistem *full online*, yaitu sebanyak 67 orang (56.0%).

Dari deskripsi tabel di atas terlihat bahwa jenis pekerjaan konsumen tidak mempengaruhi penilaian konsumen pada pelayanan penjualan tiket. Hal ini terlihat dari adanya kecenderungan yang sama antara konsumen yang punya pekerjaan sebagai pegawai negeri, pegawai swasta, atau wiraswasta. Konsumen ini mempunyai tuntutan yang sama dalam hal pelayanan penjualan tiket.

Tabel 4.12
Pasca Sistem *Full online* Konsumen Ditinjau dari Pekerjaan

			Pekerjaan Konsumen			Total
			Pegawai Negeri	Pegawai Swasta	Wiraswasta	
Penilaian Konsumen terhadap Sistem Penjualan Tiket (Pasca Sistem Online Full Online)	Sangat Buruk	Count	1	2	2	5
		% of Total	.3%	.6%	.6%	1.4%
	Buruk	Count	9	28	20	57
		% of Total	2.5%	7.8%	5.5%	15.8%
	Cukup	Count	25	74	63	162
		% of Total	6.9%	20.5%	17.5%	44.9%
	Baik	Count	19	51	48	118
		% of Total	5.3%	14.1%	13.3%	32.7%
	Sangat Baik	Count	4	7	8	19
		% of Total	1.1%	1.9%	2.2%	5.3%
Total	Count	58	162	141	361	
	% of Total	16.1%	44.9%	39.1%	100.0%	

Untuk konsumen yang bekerja sebagai pegawai negeri paling banyak mempunyai penilaian yang cukup terhadap pasca sistem *full online*, yaitu sejumlah 25 orang (6,9%). Pada konsumen yang bekerja sebagai pegawai swasta paling banyak mempunyai penilaian yang cukup terhadap pasca sistem *full online*, yaitu sebanyak 74 orang (20,5%), sedangkan konsumen yang bekerja sebagai wiraswasta paling banyak mempunyai penilaian yang cukup terhadap pasca sistem *full online*, yaitu sebanyak 68 orang (17,5%).

Pada tabel ini terlihat juga bahwa tidak banyak perubahan penilaian konsumen jika ditinjau dari jenis pekerjaan.

Tabel 4.13
Pra Sistem *Full online* Ditinjau dari
Lama Menjadi Konsumen

			Lama Menjadi Konsumen					Total
			1982-1985	1986-1989	1990-1993	1994-1997	>1997	
Penilaian Konsumen terhadap Sistem Penjualan Tiket (Pra Sistem Online Full Online)	Sangat Buruk	Count	0	1	10	2	0	13
		% of Total	.0%	.3%	2.8%	.6%	.0%	3.6%
	Buruk	Count	21	12	28	19	4	84
		% of Total	5.8%	3.3%	7.8%	5.3%	1.1%	23.3%
	Cukup	Count	20	20	65	52	7	164
		% of Total	5.5%	5.5%	18.0%	14.4%	1.9%	45.4%
	Baik	Count	21	19	23	18	5	86
		% of Total	5.8%	5.3%	6.4%	5.0%	1.4%	23.8%
	Sangat Baik	Count	6	1	2	3	2	14
		% of Total	1.7%	.3%	.6%	.8%	.6%	3.9%
Total		Count	68	53	128	94	18	361
		% of Total	18.8%	14.7%	35.5%	26.0%	5.0%	100.0%

Pada tabel 4.13 diatas dapat dilihat bahwa responden yang telah menjadi konsumen sejak tahun 1982-1985 paling banyak mempunyai penilaian yang baik ketika menggunakan pra sistem *full online*, yaitu sebanyak 21 orang (5,8%), sedangkan untuk konsumen yang mulai tahun 1986 - 1989 paling banyak mempunyai penilaian yang cukup saat pra sistem *full online* sebanyak 20 orang (5,5%). Untuk konsumen yang telah menjadi konsumen sejak tahun 1990 - 1993 paling banyak mempunyai penilaian yang cukup pada sistem penjualan tiket pra sistem *full online* dengan jumlah konsumen sebanyak 65 orang (18%). Pada responden yang telah menjadi konsumen sejak tahun 1994-1997 terbanyak memiliki penilaian yang cukup pada sistem penjualan tiket kapal pra sistem *full online*. Responden yang masuk pada kategori ini ada 52 orang (14,4%). Sedangkan responden yang telah menjadi konsumen sejak 1997 sampai sekarang, ketika belum menggunakan sistem online, paling banyak memiliki penilaian yang cukup terhadap sistem penjualan tiket kapal. Ada 10 orang (1,9%) yang masuk pada kategori ini.

Tabel 4.14
Pasca Sistem *Full online* Konsumen Ditinjau dari
Lama Menjadi Konsumen

			Lama Menjadi Konsumen					Total
			1982-1985	1986-1989	1990-1993	1994-1997	>1997	
Penilaian Konsumen terhadap Sistem Penjualan Tiket (Pasca Sistem Online Full Online)	Sangat Buruk	Count	0	1	4	0	0	5
		% of Total	.0%	.3%	1.1%	.0%	.0%	1.4%
	Buruk	Count	15	6	27	9	0	57
		% of Total	4.2%	1.7%	7.5%	2.5%	.0%	15.8%
	Cukup	Count	29	22	51	51	9	162
		% of Total	8.0%	6.1%	14.1%	14.1%	2.5%	44.9%
	Baik	Count	23	24	41	25	5	118
		% of Total	6.4%	6.6%	11.4%	6.9%	1.4%	32.7%
	Sangat Baik	Count	1	0	5	9	4	19
		% of Total	.3%	.0%	1.4%	2.5%	1.1%	5.3%
Total		Count	68	53	128	94	18	361
		% of Total	18.8%	14.7%	35.5%	26.0%	5.0%	100.0%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa responden yang telah menjadi konsumen sejak tahun 1982-1985 paling banyak mempunyai penilaian yang cukup ketika menggunakan sistem *full online*, yaitu sebanyak 29 orang (8%), sedangkan untuk konsumen yang mulai tahun 1986 - 1989 paling banyak mempunyai penilaian yang baik saat sistem *full online* digunakan, yaitu sebanyak 24 orang (6,6%). Untuk konsumen yang telah menjadi konsumen sejak tahun 1990 - 1993 paling banyak mempunyai penilaian yang cukup pada sistem penjualan tiket sistem *full online* dengan jumlah konsumen sebanyak 51 orang (14,1%). Pada responden yang telah menjadi konsumen sejak tahun 1994-1997 terbanyak memiliki penilaian yang cukup pada sistem penjualan tiket kapal sistem *full online*. Responden yang masuk pada kategori ini ada 51 orang (14,1%). Sedangkan responden yang telah menjadi konsumen sejak 1997 sampai sekarang, saat menggunakan sistem *online*, paling banyak memiliki penilaian yang cukup terhadap sistem penjualan tiket kapal. Ada 9 orang (2,5%) yang masuk pada kategori ini.