

## ABSTRAK

Dalam era yang ditandai oleh persaingan yang semakin ketat dan dinamika pasar yang terus berubah, kualitas layanan pelanggan menjadi salah satu faktor kunci yang membedakan antara kesuksesan dan kegagalan suatu perusahaan. Pertumbuhan ekonomi dan populasi penduduk di Jawa Tengah, khususnya di Kota Semarang, memberikan dampak positif terhadap perkembangan bisnis ke pelabuhan, dengan semakin banyaknya kegiatan ekspor dan impor yang dilakukan melalui pelabuhan ini. Hal ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat dalam industri tersebut, mendorong PT Pelindo Terminal Petikemas Semarang untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas Layanan guna mempertahankan pangsa pasar. Metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan adalah model SERQUAL.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kualitatif deskriptif dengan menganalisis kualitas layanan pelanggan di PT Pelindo Terminal Petikemas Semarang. Jenis data yang digunakan ialah data primer dan data sekunder. Responden yang digunakan terdiri dari lima orang yaitu: Umum dan Sumberdaya Manusia, Manajemen HSSE, Bina Pelanggan, Operasional dan Pelanggan. Penelitian ini berlangsung selama dua bulan dari bulan Juli hingga Agustus 2024. Metode pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara mendalam dengan lima narasumber, observasi langsung, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan pelanggan di PT Pelindo Terminal Petikemas TPK Semarang telah mengalami peningkatan signifikan berkat penerapan kebijakan dan strategi manajemen yang komprehensif. Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3), termasuk sertifikasi SMK3 dan ISPS Code, serta perbaikan dalam infrastruktur dan sistem keamanan, telah berkontribusi positif terhadap kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan. Teori SERVQUAL, yang diterapkan dalam penelitian ini, mengonfirmasi bahwa meskipun dimensi *tangibility*, *reliability*, dan *assurance* telah menunjukkan hasil positif, tantangan utama terletak pada dimensi *responsiveness* dan *empathy*. Peningkatan dalam dimensi *responsiveness* diperlukan untuk mengurangi waktu tunggu dan memperbaiki alur layanan, sementara dimensi *empathy* perlu diperhatikan untuk memahami dan menanggapi umpan balik pelanggan dengan lebih baik.

**Kata Kunci: Kualitas Layanan, Strategi Layanan, Kinerja Layanan, Pelanggan, Metode SERVQUAL.**