

**KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PENGGUNA JASA PADA PT. PELABUHAN
INDONESIA IV CABANG TERMINAL PETI KEMAS MAKASSAR**

***SERVICE QUALITY AND SERVICE USER SATISFACTION AT PT. PELABUHAN
INDONESIA IV, MAKASSAR CONTAINER TERMINAL BRANCH***

Rostini¹, Nurfadhillah Insan Maulida AS², Nursyam³

¹Magister Manajemen, Universitas Indonesia Timur
(rostinihasanuddin@gmail.com)

²Manajemen, Universitas Indonesia Timur
(nurfadhillah.imas13@gmail.com)

³Akuntansi, Universitas Indonesia Timur
(adhenursyam07@gmail.com)

ABSTRAK

PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa kepelabuhan yang menyediakan sarana dan prasarana kepelabuhan dalam rangka menunjang kelancaran arus kapal laut, angkutan penumpang, dan pengiriman barang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa pada PT. Pelabuhan Indonesia IV Cabang Terminal Peti Kemas Makassar. Populasi dalam penelitian pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Cabang Terminal Petikemas Makassar 220 Ekspedisi yaitu dari banyaknya ekspedisi yang menggunakan jasa PT Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Cabang Terminal Petikemas Makassar . Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 69 sampel dengan menggunakan metode *Slovin*. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangible*, secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa. Sedangkan secara parsial bahwa *reability* , *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangible*, semuanya berpengaruh positif tapi hanya *responsiveness* dan *emphaty* yang mempunyai pengaruh signifikan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengguna Jasa, Pelabuhan Indonesia, Terminal Peti Kemas

ABSTRACK

PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) is a state-owned company (BUMN) engaged in port services that provides port facilities and infrastructure in order to support the smooth flow of ships, passenger transportation, and delivery of goods. This study aims to determine the effect of Service Quality on Service User Satisfaction at PT. Pelabuhan Indonesia IV, Makassar Container Terminal Branch. The population in the study at PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Makassar Container Terminal Branch 220 Espedisi, namely from the many expeditions that use the services of PT Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Makassar Container Terminal Branch. The number of samples is 69 from the existing population. Determination of the number of samples in this study using the Sloving formula. Multiple Linear Regression Analysis Method with a quantitative approach. The results showed that reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible, simultaneously affect service user satisfaction. Meanwhile, through partial, reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible all have a positive effect, but only responsiveness and empathy have a significant effect.

Keywords: Service Quality, Service User Satisfaction, Indonesian Ports, Container Terminals

PENDAHULUAN

PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa kepelabuhan yang menyediakan sarana dan prasarana kepelabuhan dalam rangka menunjang kelancaran arus kapal laut, angkutan penumpang, dan pengiriman barang. Adapun tujuan utama dari PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) ini adalah untuk melaksanakan dan menunjang kebijaksanaan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan melalui pelayanan jasa kepelabuhan, serta untuk memperoleh keuntungan bagi perusahaan dengan cara menyelenggarakan usaha jasa kepelabuhan, misalnya dermaga dan fasilitas lain untuk bertambat bongkar muat barang, angkutan penumpang, alat bongkar muat, serta jasa-jasa lain yang berhubungan dengan pemanduan kapal dan penundaan kapal. Salah satu pelayanan jasa di bidang kepelabuhan yang dilaksanakan oleh PT. Pelabuhan Indonesia (Persero) adalah Terminal Petikemas Makassar yang disiapkan khusus untuk melayani kegiatan bongkar muat petikemas, penumpukan petikemas, *Receiving* atau *Delivery* (Penerimaan atau Pengiriman) petikemas dan kegiatan penunjang lainnya. Saat ini sebagian besar barang yang diangkut melalui kapal laut dilakukan menggunakan petikemas, baik itu kegiatan petikemas ekspor impor maupun antar pulau.

Menurut Kotler, kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli atau konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Sebuah pelayanan dapat dilakukan pada saat konsumen memilih produk maupun setelah selesai melakukan transaksi pembelian produk.

Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang royal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Menurut Kotler (dalam Aulia, 2011) mendefinisikan kepuasan pelanggan yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang diberikan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan pelanggan merasa tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang sedangkan menurut Rangkuti (dalam Aulia, 2011) bahwa yang dimaksudkan dengan kepuasan konsumen adalah perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Oleh karena itu dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang dia terima dengan yang diharapkan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, kemudahan pengalaman pribadi, pengalaman orang lain, dan iklan. Dalam penelitian yang akan diteliti adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan ini menjadi sangat penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Pada dasarnya posisi pelayanan ini merupakan faktor pendukung aktivitas pemasaran jasa PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Cabang Terminal Petikemas Makassar. Kualitas pelayanan yang baik akan berdampak positif bagi perusahaan dan sebaliknya. Oleh karena itu, tingkat kepuasan sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan hal sangat penting dan sangat berpengaruh, tanpa adanya pelayanan yang tepat produk akan kurang diminati oleh konsumen. Oleh karena itu kualitas pelayanan harus meliputi lima dimensi yang dikembangkan Parasuraman, Zeithml dan Berry 1998 (dalam Rahmatullah, 2013) yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*) berupa penampilan fisik layanan, peralatan

dan berbagai materi komunikasi yang baik, reabilitas (*reability*) yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan, daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengarkan dan mengatasi keluhan konsumen, jaminan (*assurance*) yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen, dan empati (*empaty*) yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa lima dimensi tersebut sangat berperan penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan apabila salah-satu dimensi tidak terpenuhi maka customer atau ekspedisi merasa tidak puas contohnya daya tangkap terhadap keluhan customer atau ekspedisi yang tidak langsung diatasi oleh pihak perusahaan maka, kepercayaan customer atau ekspedisi akan berkurang terhadap pelayanan perusahaan. Menurut J Supranto (2016) kualitas pelayanan adalah sebuah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan. Namun tindakan tersebut tidak berwujud dan mudah hilang, namun dapat dirasakan dan diingat. Dampaknya adalah konsumen dapat lebih aktif dalam proses

mengonsumsi produk dan jasa suatu perusahaan. Menurut Tjiptono (2016), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono (2016), definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketetapan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Menurut Kotler (2016), kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun.

METODE

Populasi dalam penelitian pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Cabang Terminal Petikemas Makassar 220 Espedisi yaitu dari banyaknya ekspedisi yang menggunakan jasa PT Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Cabang Terminal Petikemas Makassar . Jumlah sampel 69 dari populasi yang ada. Penentuan Jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *Sloving*. Metode Analisis Regresi Linear Berganda dengan pendekatan kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel. 1
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	,807	,914		,883	,380
	X1	,028	,085	,031	,333	,741
	X2	,347	,114	,353	3,044	,003
	X3	,049	,079	,053	,619	,538
	X4	,348	,097	,364	3,573	,001
	X5	,174	,114	,182	1,525	,132

a. Dependent Variable: Y

- a) Pengujian koefisien regresi reability
Nilai koefisien X_1 reability sebesar 0,028 memiliki simbol positif atau searah dan nilai t_{hitung} variabel reability adalah sebesar 0,333 dan nilai signifikan sebesar 0,741. Karena nilai t_{hitung} 0,333 < t_{tabel} 1,669 dan nilai signifikan 0,741 > 0,5, maka dapat disimpulkan bahwa H_1 atau hipotesis pertama ditolak. Artinya ada pengaruh positif tapi tidak signifikan (nyata atau kuat)
- b) Pengujian koefisien regresi responsiveness
Nilai koefisien X_2 responsiveness sebesar 0,347 memiliki simbol positif atau searah dan nilai t_{hitung} variabel responsiveness adalah sebesar 3,044 dan nilai signifikan sebesar 0,741. Karena nilai t_{hitung} 3,044 > t_{tabel} 1,669 dan nilai signifikan 0,003 < 0,5, maka dapat disimpulkan bahwa H_2 atau hipotesis kedua diterima. Artinya ada pengaruh positif dan berpengaruh signifikan (nyata atau kuat).
- c) Pengujian koefisien regresi assurance
Nilai koefisien X_3 assurance sebesar 0,049 memiliki simbol positif atau searah dan nilai t_{hitung} variabel reability adalah sebesar 0,619 dan nilai signifikan sebesar 0,538. Karena nilai t_{hitung} 0,619 < t_{tabel} 1,669 dan nilai signifikan 0,538 > 0,5, maka dapat disimpulkan bahwa H_3 atau hipotesis ketiga ditolak. Artinya ada pengaruh positif tapi tidak signifikan (nyata atau kuat)
- d) Pengujian koefisien regresi emphaty
Nilai koefisien X_4 emphaty sebesar 0,348 memiliki simbol positif atau searah dan nilai t_{hitung} variabel emphaty adalah sebesar 3,573 dan nilai signifikan sebesar 0,001. Karena nilai t_{hitung} 3,573 > t_{tabel} 1,669 dan nilai signifikan 0,001 < 0,5, maka dapat disimpulkan bahwa H_4 atau hipotesis keempat diterima. Artinya ada pengaruh positif dan berpengaruh signifikan (nyata atau kuat).
- e) Pengujian koefisien regresi tangibel
Nilai koefisien X_5 tangibel sebesar 0,174 memiliki simbol positif atau searah dan nilai t_{hitung} variabel tengibel adalah sebesar 1,525 dan nilai signifikan sebesar 0,132. Karena nilai t_{hitung} 1,525 < t_{tabel} 1,669 dan nilai signifikan 0,132 > 0,5, maka dapat disimpulkan bahwa H_5 atau hipotesis kelima ditolak. Artinya ada pengaruh positif tapi tidak signifikan (nyata atau kuat).
- a. Hasil Uji f (Hasil Uji Secara Simultan)
Pengujian hipotesis secara simultan bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Hasil hipotesis yang dalam pengujian ini adalah:

Tabel 2
Hasil Uji f (Hasil Uji Secara Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	287,171	5	57,434	60,317	,000 ^b
	Residual	59,988	63	,952		
	Total	347,159	68			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X3, X1, X4, X2

Sumber olahan data 2020

Berdasarkan tabel output spss diatas, diketahui nilai f hitung adalah sebesar 60,317 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Karena nilai $f_{hitung} 60,317 > f_{tabel} 2,35$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji f dapat disimpulkan bahwa hipotesis di terima atau dengan kata lain reability (X_1), responsiveness (X_2), assurance (X_3), emphaty (X_4), tangible (X_5), secara simultan

berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa.

b. Hasil Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Uji determinasi digunakan untuk menentukan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen, maka perlu diketahui nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*). Adapun hasil koefisien determinasi *Adjusted R²*.

Tabel 3
Hasil Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,910 ^a	,827	,813	,97581	1,891

a. Predictors: (Constant), X5, X3, X1, X4, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber olahan data 2020

Koefisien determinasi (*Adjusted R²*) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen (reability, responsiveness, assurance, emphaty, tangible) mampu menjelaskan variabel dependen (kepuasan pelanggan). Berdasarkan tabel output spss diatas diketahui nilai *Adjusted R square* sebesar 0,827 (82,7%), ini menunjukkan bahwa dengan model regresi yang didapatkan dimana variabel independen yaitu reability, responsiveness, assurance, emphaty, tangible memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pengguna jasa sebesar 82,7%. Sedangkan sisanya ($100\% - 82,7\% = 17,3\%$) dijelaskan dengan faktor atau variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam analisis regresi ini. pengaruh dari reability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangibel terhadap kepuasan pengguna jasa. Kepuasan yang dirasakan oleh pengguna jasa bisa dirasakan jika tercapai yang diinginkan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian, semakin tinggi tingkat pelayanan dan persepsi kemudahan kegunaan maka semakin

tinggi tingkat kepatuhan wajib (Usaman, 2019)

Berdasarkan hasil dari analisis pengaruh reability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangibel terhadap kepuasan pengguna jasa melalui uji F, uji t, dan R^2 . Melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel-variabel bebas (reability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangibel) mempunyai pengaruh positif secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (kepuasan pengguna jasa). Hal ini dapat ditunjukkan melalui hasil uji f hitung adalah sebesar 60,317 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Karena nilai $f_{hitung} 60,317 > f_{tabel} 2,35$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji f dapat disimpulkan bahwa hipotesis di terima atau dengan kata lain reability (X_1), responsiveness (X_2), assurance (X_3), emphaty (X_4), tangible (X_5), secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa. Melalui uji t diketahui bahwa variabel reability (X_1), responsiveness (X_2), assurance (X_3),

emphaty (X_4), tangible (X_5), semuanya berpengaruh positif tapi hanya responsiveness (X_2) dan emphaty (X_4) yang mempunyai pengaruh signifikan. Melalui uji R^2 variabel bebas (reability (X_1), responsiveness (X_2), assurance (X_3), emphaty (X_4), tangible (X_5) memberikan kontribusi perubahan dalam variabel terikat (kepuasan pengguna jasa) sebesar 82,7% sedangkan sisanya sebesar 17,3% dijelaskan dalam variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

Bayu Angga Putra Prtama (2015) Kulitias produk (X_1) kulitias pelayanan (X_2) dan kepercayaan pelanggan (X_3) secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di cafe harmony (Y). Eunike A.M Warong (2015). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kulitias pelayanan (X) mempunyai pengaruh yang besar terhadap keluasan pelanggan (Y) pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (PERSERO) Bitung. Alfian Gilang Ramadhan dan Nur Laily (2016) Kualitas pelayanan, Citra, Kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Reability, responsiveness, assurance, emphaty, tangible, secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa. Sedangkan Melalui Parsial bahwa reability ,responsiveness, assurance, emphaty, tangible, semuanya berpengaruh positif tapi hanya responsiveness dan emphaty yang mempunyai pengaruh signifikan.

Saran

Diharapkan pelayanan PT Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Cabang Terminal Petikemas Makassar dapat meningkatkan kulitias pelayanan jasa seiring berkembangnya zaman dan teknologi sehingga akan terjalin lebih maksimal yang berdampak bagus untuk perusahaan. Bertindak cepat dalam menangani masalah jaringan yang sering terjadi pada saat penginputan koentener yang akan dikirim. Seprti hasil penelitian menunjukkan bahwa

unsur yang sering dikeluhkan masyarakat yaitu kedisiplinan petugas pelayanan yang masih kurang baik dan kecepatan pelayanan petugas yang juga masih kurang baik, kurang bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan serta kurang adil dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat (Helvi 2019)

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada yang memiliki peran baik langsung maupun tidak pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adry, Tri.2018. **Delapan Hal Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Bisnis.** <http://www.entrepreneur.ac.id>, diakses tanggal 27 Oktober 2019
- Aulia, Tamara. 2011. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Terminal Petikemas Makassar.**Fakultas Manajemen. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Fanampi, YA. 2018. Bab II Landasan Teori. [Repositori.ian_tulungagung.ac.id](http://repositori.ian_tulungagung.ac.id), di akses tanggal 15 Oktober 2019
- Fauzi, RA. 2017. **Bab II Kajian Pustaka, Kerangka Berpikir, & Hipotesis.** repositori.unpas.ac.id, di akses tanggal 15 Oktober 2019
- Ghozali, Imam, **Aplikasi Analisis Multivariial Dengan Program SPSS 21**, badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2013

- Hardiansyah. 2016. **Indikator Kualitas Pelayanan Menurut Ahli.** <https://prasetyahermawanprayogablogspot.com>
- Helvi----2019. **Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat Pengguna Pelayanan Publik Pada Pemerintah Daerah Di Kecamatan Pasar Muara Bungo Vol 1 No 1 (2019):** Buku Prosiding Seminar Nasional Sains, Teknologi, dan Sosial Humaniora Universitas Indonesia Timur 2019
- Ilham.Mughnifa.2019. **Pengertian Jasa Menurut Para Ahli.**<https://materibelajar.co.id>
- Kotler. 2017. **Pengertian Jasa Menurut Para Ahli Karakteristik Klasifikasi dan Jenis Jasa Terlengkap.** <https://www.pelajaran.co.id>
- Runtunuwu Gerardo Johannes, dkk. 2014. **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado.** Jurnal EM-BA. Universitas Sam Ratulangi Manado Vol. 2 No.3
- Safitri, SA. 2018. **Kepuasan Pelanggan.** Eprints.unm.ac.id, di akses tanggal 20 Oktober 2019
- Sanjaya. 2016. **Bab II Tinjauan Pustaka.** <https://repository.widiyatama.ac.id>, di akses tanggal 21 Oktober 2019
- Tjiptono. 2011. **Bab II Kajian Pustaka A. Kepuasan Pelanggan.** Digilib.uinsby.ac.id, di akses tanggal 20 Oktober 2019
- Tjptono.2016. **Pengertian Indikator Kepuasan pelanggan Menurut Para Ahli.** <https://etalasepustaka.blogspot.com>
- Usman, M., & Z, M. (2019). **The Influence Of Information Quality, Tax Service Information, And Perceived Ease Of Use On Personal Tax payer Compliance At Kpp Makassar Pratama Utara.** *Economy Deposit Journal (E-DJ)*, 1(2), 24-32.
- Warong Eunike A.M. 2015. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pelabuhan Indonesia Iv (Persero) Terminal Petikemas Bitung.** Skripsi.Fakultas Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Manado.
- Hadiwijaya Hendra. 2013. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa BRT Transmusi Palembang.** Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (JENIUS) Vol. 3 No 3
- Sarjani, Dkk. 2018. **Pengaruh Barnd Image Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabcar Di Kota Medan.** Jurnal Manajemen Bisnis STIE IBBI Vol. 30 No. 1