

“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PT. PLN (PERSERO) APJ SURAKARTA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA KWH-METER PRABAYAR”**Yopi Kurniawan^{1*}, Istiatin, Eny Kustiyah², Ratna Damayanti³**^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Batik Surakarta
Jl. KH. Agus Salim No 10 Surakarta, Jawa Tengah 57147 Telp. (0271) 714751

*Email : yopikurniawan88@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) APJ Surakarta terhadap kepuasan pelanggan pengguna Kwh-Meter Prabayar . Adapun kualitas pelayanan yang akan diteliti terdiri dari 5 dimensi, yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk memperkaya materi, konseptual dan mendorong perkembangan ilmu pengetahuan di bidang perilaku pelanggan serta sebagai bahan referensi bagi PT. PLN (Persero) APJ Surakarta dalam pengambilan kebijakan-kebijakan yang bersifat strategis untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan agar dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data pokok. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pelanggan PT. PLN (Persero) APJ Surakarta yang menggunakan Kwh-Meter Prabayar dengan jumlah 10.378 pelanggan. Jumlah sampel yang diambil sebesar 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan software SPSS 17.0. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) APJ Surakarta yang diukur menggunakan 5 dimensi yakni bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kelima dimensi tersebut secara simultan juga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : BUMN, kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan

1. PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan perusahaan menjadi unsur penting dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen. Pelayanan perusahaan dinilai memuaskan apabila dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan dan kebutuhan konsumen. Konsumen yang merasa puas selanjutnya akan memiliki kedekatan emosi dengan perusahaan sehingga menjadi konsumen yang loyal. Konsumen yang loyal dapat meningkatkan kinerja bisnis perusahaan dan meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat.

Menurut Tjiptono (2006), kualitas pelayanan dapat dirangkum menjadi 5 dimensi, yaitu (1) bukti fisik (*tangible*) berupa penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, sarana dan prasarana, (2) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya, (3) Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu menunjukkan kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap (4) Jaminan (*assurance*) menunjukkan sejauh mana pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan menciptakan image atau persepsi yang baik bagi perusahaan, dengan menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan dibenak konsumen terhadap perusahaan, (5) Empati (*empathy*) yaitu kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

Untuk menghadapi persaingan global, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dituntut oleh Pemerintah agar dapat memberikan kinerja dan meningkatkan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen. PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero merupakan BUMN penyedia tenaga listrik bagi kepentingan umum yang turut berkontribusi sebagai pendorong kegiatan ekonomi dan peningkatan kualitas kehidupan masyarakat di Indonesia. Manusia menjadi sangat tergantung kepada listrik karena energi listrik dapat diubah menjadi energi bentuk lain yang digunakan untuk memenuhi dan menunjang aktivitas di sektor industri, rumah tangga, komunikasi dan teknologi.

Mengingat pentingnya listrik bagi kehidupan manusia maka PT. PLN (Persero) harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya sesuai dengan standar perusahaan.

Salah satu bentuk inovasi pelayanan dari PT. PLN (Persero) yang memberikan kemudahan, kebebasan dan kenyamanan bagi para pelanggannya adalah dengan adanya listrik pintar atau yang lebih dikenal dengan istilah listrik Prabayar. Sistem kerja dari listrik pintar mengarahkan agar pelanggan terlebih dahulu membeli pulsa (voucher/token listrik isi ulang) berisi nomor kode yang tersedia di sejumlah Bank, ATM ataupun loket-loket pembayaran online. Selanjutnya kode tersebut diinput kedalam Kwh Meter khusus yang disebut dengan Meter Prabayar. Di layar Kwh Meter akan muncul informasi mengenai jumlah energi listrik yang dimasukkan, jumlah energi listrik yang telah terpakai, jumlah energi listrik yang sedang terpakai (*real time*) serta jumlah energi listrik yang masih tersisa. Dengan menggunakan listrik pintar maka pelanggan dapat mengendalikan sendiri penggunaan listrik sesuai dengan kemampuan dan kebutuhannya.

Inovasi pelayanan listrik pintar oleh PT.PLN (Persero) mendapat sambutan hangat dari masyarakat. Sampai dengan Agustus tahun 2015 PT.PLN (Persero) memiliki pelanggan sebanyak 59,99 juta. Terdiri dari pelanggan listrik pascabayar sebanyak 39,09 juta dan pelanggan listrik Prabayar sebanyak 20,64 juta. Angka tersebut meningkat dibandingkan dengan jumlah pelanggan PT.PLN (Persero) sampai akhir tahun 2014 sebanyak 57, 49 juta pelanggan yang terdiri dari 39,93 juta pelanggan pasacabayar dan 17,59 juta pelanggan Prabayar (www.cnnindonesia.com). Jumlah pelanggan Prabayar yang semakin meningkat membawa PT.PLN (Persero) menjadi perusahaan pertama dengan pelanggan Prabayar terbesar di dunia mengalahkan negara Afrika Selatan (Insani, 2014)

Disisi lain, keluhan dari pelanggan atas kinerja PT. PLN (Persero) masih sering terjadi diantaranya meningkatnya Tarif Dasar Listrik (TDL) dan frekuensi pemadaman sehingga memberatkan dan mengganggu aktivitas masyarakat, kesulitan dalam pemasangan baru, akurasi pencatatan meter dan penertiban pemakaian tenaga listrik (Sudaryatmo, 2012).

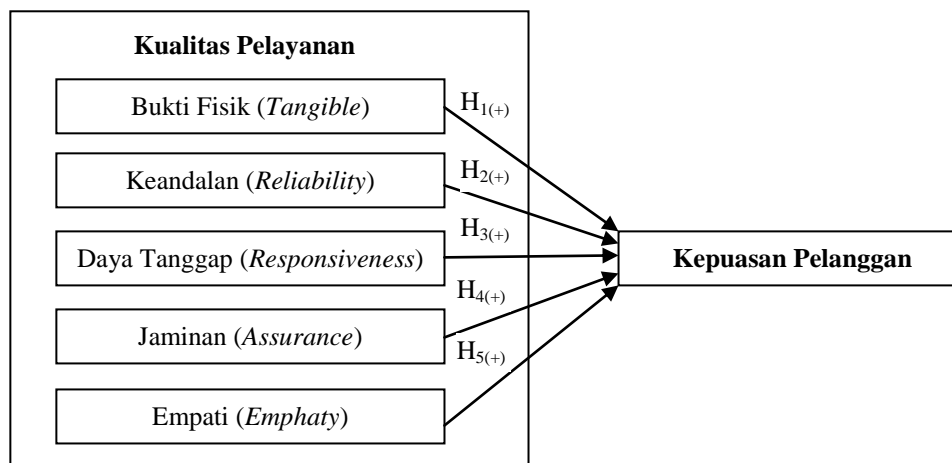
Berdasarkan fenomena diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) terhadap kepuasan pelanggan pengguna Kwh Meter Prabayar. Adapun kualitas pelayanan yang akan diteliti terdiri dari 5 dimensi, yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Penelitian di lakukan di PT. PLN (Persero) APJ Surakarta karena berdasarkan data statistik PLN Indonesia, jumlah pelanggan listrik terbesar di Indonesia berada di pulau Jawa yaitu sekitar 62,54% . Di Wilayah Jawa Tengah, jumlah pelanggan PT. PLN (Persero) APJ Surakarta menduduki urutan terbesar ketiga setelah wilayah Semarang dan Kudus sehingga kualitas pelayanan menjadi prioritas perusahaan agar dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk memperkaya materi, konseptual dan mendorong perkembangan ilmu pengetahuan di bidang perilaku pelanggan serta sebagai bahan referensi bagi PT. PLN (Persero) khususnya APJ Surakarta dalam pengambilan kebijakan-kebijakan yang bersifat strategis untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan agar dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

2. METODOLOGI

Dalam model analisis ini terdapat variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan dan variabel independen yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H₁ : Bukti fisik (*tangible*) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- H₂ : Keandalan (*reliability*) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- H₃ : Daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- H₄ : Jaminan (*assurance*) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- H₅ : Empati (*emphaty*) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Gambar kerangka pemikirannya adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Untuk menguji hipotesis digunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 17.0. Secara matematis model persamaan untuk menggambarkan hipotesa yang ada dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

- Y = Bilangan konstan
- a = Konstanta
- b₁ = Koefisien regresi bukti fisik
- b₂ = Koefisien regresi keandalan
- b₃ = Koefisien regresi daya tanggap
- b₄ = Koefisien regresi jaminan
- b₅ = Koefisien regresi empati
- X₁ = Bukti fisik
- X₂ = Keandalan
- X₃ = Daya tanggap
- X₄ = Jaminan
- X₅ = Empati
- e = Standar error

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama yaitu individu dari hasil wawancara ataupun pengisian kuisioner. Jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. PLN (Persero) APJ Surakarta yang menggunakan Kwh-Meter Prabayar yang berjumlah 10.378 pelanggan. Penentuan jumlah sampel penelitian menggunakan metode Slovin dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana :

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah populasi
- e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Dari hasil perhitungan diperoleh bahwa sampel penelitian berjumlah 99,05 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1.1 Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Tabel 1. Hasil Uji R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,924	0,853	0,845	1,523

Tabel 1 menunjukkan hasil bahwa nilai *adjusted R Square* sebesar 0,845 yang memiliki arti bahwa dimensi *tangible* (X₁), *reliability* (X₂), *responsiveness* (X₃), *assurance* (X₄), *emphaty* (X₅) mampu menjelaskan kepuasan pelanggan Kwh-Meter Prabayar PT.PLN (Persero) APJ Surakarta (Y) sebesar 84,5%. Sisanya sebesar 15,5% dijelaskan oleh dimensi atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

3.1.2 Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Tabel 2. Hasil Uji F

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1269,68	5	253,937	109,336	0,000

Dari hasil tabel 2 dapat diketahui nilai uji F sebesar 109,336 signifikan pada 0,000 yang berarti bahwa variabel *tangible* (X₁), *reliability* (X₂), *responsiveness* (X₃), *assurance* (X₄), *emphaty* (X₅) secara serentak (simultan) mempengaruhi kepuasan pelanggan Kwh-Meter Prabayar PT.PLN (Persero) APJ Surakarta (Y).

3.1.3 Uji Koefisien Regresi Parsial

Tabel 3. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t Hitung	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,819	1,713		-1,46	0,103
	<i>Tangible</i> (X ₁)	0,132	0,062	0,089	2,129	0,036
	<i>Reliability</i> (X ₂)	0,251	0,01	0,182	4,148	0,000
	<i>Responsiveness</i> (X ₃)	0,784	0,047	0,764	16,683	0,000
	<i>Assurance</i> (X ₄)	0,146	0,045	0,136	3,253	0,002
	<i>Emphaty</i> (X ₅)	0,205	0,079	0,106	2,609	0,011

1. Pengaruh *tangible* (X₁) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Dari hasil pengolahan data dapat diperoleh bahwa nilai t_{hitung} adalah 2,129 dan nilai t_{tabel} dari tabel distribusi t dengan $\alpha = 0,05$ pada pengujian 2 arah adalah sebesar 1,985. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka tolak H_0 dan terima H_1 , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *tangible* (X₁) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Kwh-Meter Prabayar PT.PLN (Persero) APJ Surakarta. Bukti fisik seperti kebersihan lingkungan kantor pelayanan, kebersihan dan kerapian busana yang dipergunakan pegawai, kelengkapan alat pelayanan yang memadai serta kecanggihan inovasi penggunaan teknologi Kwh meter ternyata mempengaruhi kepuasan pelanggan Kwh-Meter Prabayar PT.PLN (Persero) APJ Surakarta.

2. Pengaruh *reliability* (X₂) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} adalah 4,148 dan nilai t_{tabel} dari tabel distribusi t dengan $\alpha = 0,05$ pada pengujian 2 arah adalah sebesar 1,985. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka tolak H_0 dan terima H_2 , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *reliability* (X₂) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan

(Y) Kwh-Meter Prabayar PT.PLN (Persero) APJ Surakarta. Jika kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan secara cepat, tepat dan terpercaya ditingkatkan seperti menangani keluhan pelanggan tepat waktu, penerapan tarif penggunaan listrik yang transparan, resiko kesalahan pencatatan listrik, ketepatan segmen pasar pengguna Kwh Meter Prabayar maka kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat.

3. Pengaruh *responsiveness* (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Dari hasil pengolahan data dapat diperoleh bahwa nilai t_{hitung} adalah 1,83 dan nilai t_{tabel} dari tabel distribusi t dengan $\alpha = 0,05$ pada pengujian 2 arah adalah sebesar 1,985. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka tolak H_0 dan terima H_3 , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *responsiveness* (X_3) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Kwh-Meter Prabayar PT.PLN (Persero) APJ Surakarta. Dimensi daya tanggap (*responsiveness*) memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan dengan 4 dimensi lainnya. Semakin cepat penanganan apabila ada keluhan adanya kesediaan petugas dalam membantu dan mengatasi keluhan pelanggan, kelancaran komunikasi antara petugas dan pelanggan serta kesopanan petugas ketika menangani keluhan pelanggan akan membuat pelanggan semakin puas.

4. Pengaruh *assurance* (X_4) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Kwh-Meter Prabayar PT.PLN (Persero) APJ Surakarta

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} adalah 3,253 dan nilai t_{tabel} dari tabel distribusi t dengan $\alpha = 0,05$ pada pengujian 2 arah adalah sebesar 1,985. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka tolak H_0 dan terima H_2 , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *assurance* (X_4) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Kwh-Meter Prabayar PT.PLN (Persero) APJ Surakarta. Para pelanggan PT. PLN (Persero) APJ Surakarta merasa puas dengan ketrampilan teknis para pegawai perusahaan ketika memasang ataupun memperbaiki Kwh Meter, kesopanan yang ditunjukkan petugas serta mampu menjawab dan menjelaskan pertanyaan yang diajukan oleh pelanggan.

5. Pengaruh *emphaty* (X_5) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} adalah 2,609 dan nilai t_{tabel} dari tabel distribusi t dengan $\alpha = 0,05$ pada pengujian 2 arah adalah sebesar 1,985. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka tolak H_0 dan terima H_2 , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *emphaty* (X_5) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Kwh-Meter Prabayar PT.PLN (Persero) APJ Surakarta. Jika nilai empati semakin meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat. Empati dari pihak perusahaan ditunjukkan dengan memberikan perhatian, memberikan jaminan rasa aman ketika pelanggan menggunakan Kwh Meter Prabayar dan jam operasional pelayanan yang dapat mengakomodir kebutuhan dan kepentingan pelanggan.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan Kwh Meter Prabayar di PT. PLN (Persero) APJ Surakarta. Berdasarkan penelitian tersebut, kesimpulan yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Bukti fisik (*tangible*) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kwh Meter Prabayar di PT. PLN (Persero) APJ Surakarta.
2. Keandalan (*reliability*) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kwh Meter Prabayar di PT. PLN (Persero) APJ Surakarta.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kwh Meter Prabayar di PT. PLN (Persero) APJ Surakarta.
4. Jaminan (*assurance*) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kwh Meter Prabayar di PT. PLN (Persero) APJ Surakarta.

5. Empati (*emphaty*) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kwh Meter Prabayar di PT. PLN (Persero) APJ Surakarta.

5. SARAN

1. Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, utamanya pelanggan Kwh Meter Prabayar PT. PLN (Persero) APJ Surakarta diharapkan dapat mempertahankan dan terus meningkatkan dimensi *responsiveness* (daya tanggap) mengingat dimensi tersebut memiliki nilai paling besar yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya.
2. PT. PLN (Persero) APJ Surakarta perlu untuk memperhatikan dan mengevaluasi dimensi *tangible* (bukti fisik) karena dimensi tersebut memiliki nilai paling rendah dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga performansinya perlu ditingkatkan.
3. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel independen lainnya selain variabel dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* yang diduga mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B., 2008, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, Cetakan Kelima, CV. Alfabeta, Bandung.
- Arikunto, S., 2006. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Aryani, D., dan Rosinta, F, 2010, Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Kualitas Pelanggan, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, No. 2 Volume .7, halaman 114-126.
- Ghozali, Imam, 2005, *Analisis Multivariate SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Guntur, M., 2007, Analisis Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Kota Surakarta, *Tesis*, Program Pasca Sarjana Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah. Surakarta.
- Imbar, S., 2011, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.Nasmoco Bengawan Motor Solo Baru, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah. Surakarta*, No. 4 Juli Vol. 10 Hal. 171 – 186
- Insani, R., 2014, Terbesar di Dunia, PLN Layani 13 Juta Pelanggan Prabayar, <http://bisnis.liputan6.com/read/2081762/terbesar-di-dunia-pln-layani-13-juta-pelanggan-prabayar>, diakses tanggal 10 Februari, 2016.
- Kasmir, 2007, *Pemasaran Bank*, Edisi Pertama, Prenada Media, Jakarta.
- Tjiptono, F., 2006, *Manajemen Jasa*, Edisi Keempat, Andi, Yogyakarta.
- Umar, H., 2007, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Baru. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sudaryatmo, 2012, YLKI Minta PLN Lebih Hargai Keluhan Pelanggan, <https://bisnis.tempo.co/read/news/2012/09/28/090432532/ylki-minta-pln-lebih-hargai-keluhan-pelanggan>, diakses tanggal 31 Januari 2016.
- Sugiyono, 2005, *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedelapan, CV. Alfabeta, Bandung.
- Supardi, 2007, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Cetakan Pertama, UIIPress, Yogyakarta.
- Supranto. 2009, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikkan Pasar*, Cetakan Kedua, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Usmara, 2006, *Manajemen Pemasaran*, Cetakan Pertama, Amara Books, Yogyakarta.