

**PENGARUH TINGKAT KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA
PT PLN (PERSERO) AREA PELAYANAN
SURABAYA BARAT**

SKRIPSI

Fis AN 13/06

Eva

P



Oleh:

JENNY EVALIN

070216684

**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI NEGARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
SEMESTER GENAP 2005/2006**



**PENGARUH TINGKAT KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA
PT PLN (PERSERO) AREA PELAYANAN
SURABAYA BARAT**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Administrasi Negara
Universitas Airlangga**



Oleh:

JENNY EVALIN

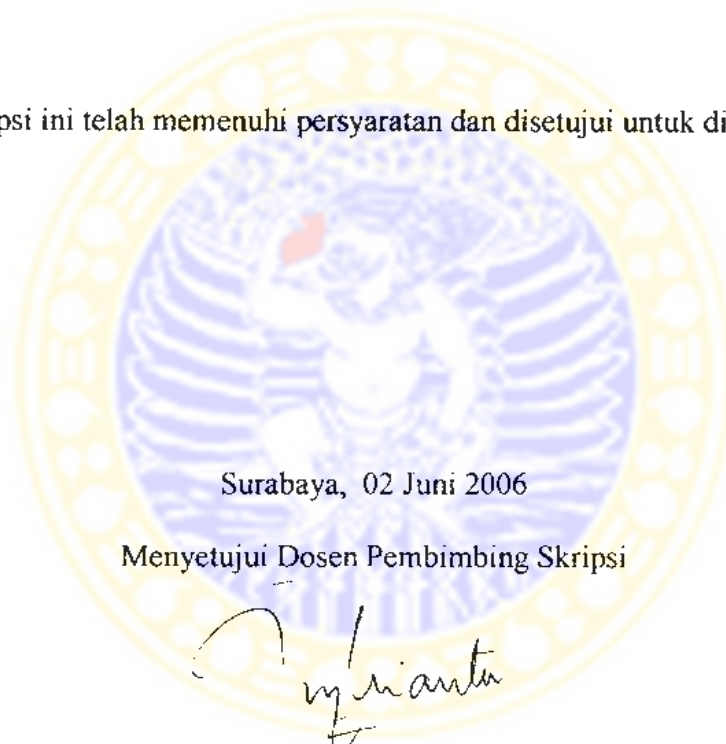
070216684

**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI NEGARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
SEMESTER GENAP 2005/2006**

HALAMAN PERSETUJUAN

Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan
Pada PT PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan



Surabaya, 02 Juni 2006

Menyetujui Dosen Pembimbing Skripsi

Drs. Jusuf Irianto, M.Com.

NIP. 132 048 915

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan di hadapan panitia penguji Jurusan Ilmu Administrasi
Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya
pada:

Hari/ Tanggal : Selasa/ 27 Juni 2006
Waktu : 08.⁰⁰ WIB
Ruang : 250



Anggota

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Antun Mardiyanta".

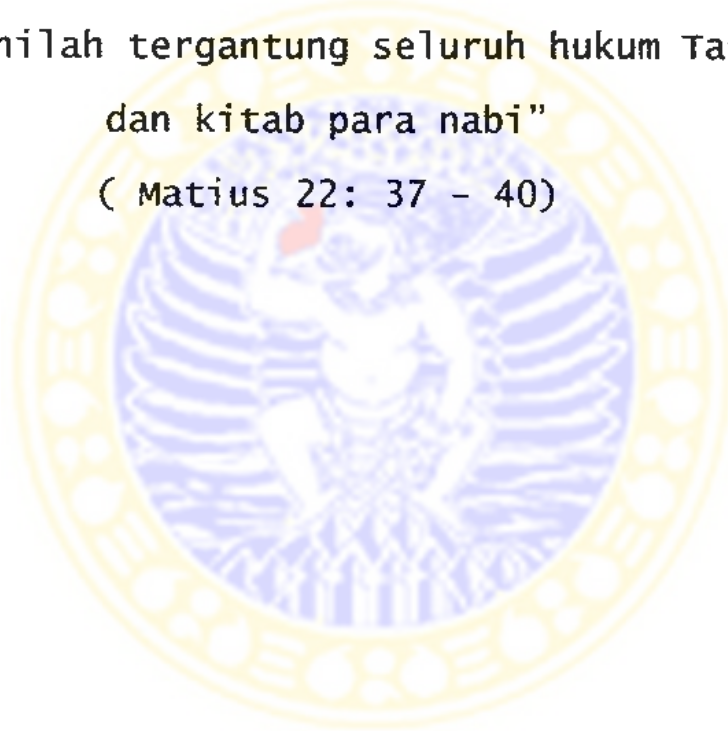
(Drs. Antun Mardiyanta, M.A.)
NIP. 131.801.404

Anggota

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Jusuf Irianto".

(Drs. Jusuf Irianto, M.Com.)
NIP. 132.048.915

...“Kasihilah Tuhan, Allahmu, dengan segenap hatimu dan dengan segenap jiwamu dan dengan segenap akal budimu. Itulah hukum yang terutama dan yang pertama. Dan hukum yang kedua, yang sama dengan itu, ialah: Kasihilah sesamamu manusia seperti dirimu sendiri. Pada kedua hukum inilah tergantung seluruh hukum Taurat dan kitab para nabi”
(Matius 22: 37 - 40)



**Segala Ucapan Syukur Dan Pujian Kepada BAPA
Atas Setiap Berkah, Kasih Dan Karunia Yang Telah Dicurahkan
Ke Dalam Hidupku Selama 22 Tahun Aku Ada
Dalam Dunia Ini.
Buat Setiap Penghiburan Dan Kekuatan Yang Diberikan
Di Saat Aku Sendiri Dan Merasa Kesepian
Setiap Waktu Yang Diberikannya
Untuk Mendengar Hari-hariku Yang Panjang
Buat Kesabaran Serta Pengampunan Yang Tiada Habisnya
Karena Hidupku Yang Belum Berkenan Dihadapannya,
Dan Ucapan Syukurku Hingga Saat Ini
Aku Mampu Melewati Satu Periode Hidupku...
Dengan segala Keterbatasanku
Aku Mempersembahkan Karya Ini Untuk:
Mama, Yang Sangat Kukasih, Semoga Tuhan Memberikan Waktu
Dan Kesempatan Untuk Membahagiakannya, *I LOVE YOU SO MUCH MOM*
Papa, Doaku Yang Tak Pernah Putus Untuk Pemulihan Hidupnya
Mbak Wina, Semoga Setiap Pergumulan Mampu Mendewasakan Imanya
Serta *Keluarga Besar Hardjo Sadik*, Terimakasih Buat Perhatian
Dan Kasih Buat Aku**

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kasih Tuhan Yesus yang mengaruniakan hikmat kepada penulis sehingga penyusunan skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar kesarjanaan di jurusan Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Airlangga dapat diselesaikan oleh penulis.

Pemerintah sebagai penyedia layanan publik memberikan berbagai macam jenis layanan bagi masyarakat. Salah satu layanan yang diberikan adalah layanan listrik. Listrik merupakan salah satu sumber energi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat modern. Oleh sebab itu listrik memegang peranan yang sangat besar dalam kehidupan sehari-hari.

Usaha pelayanan kelistrikan yang dilakukan oleh pemerintah tentunya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat akan energi. Sebagai konsumen, masyarakat tentunya sangat berharap akan mendapatkan layanan dengan mutu yang tinggi. Namun kenyataannya banyak sekali keluhan yang diberikan masyarakat atas sebuah pelayanan dengan berbagai alasan. Hal tersebut menunjukkan adanya ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh pemerintah.

Kenyataan diatas merupakan salah satu faktor yang mendorong penulis untuk melakukan sebuah penelitian. Dimana penelitian ini diberi judul “Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat.”

Skripsi ini terdiri dari lima bab yang menjelaskan bagaimana kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan. Bab pertama menguraikan mengenai latar belakang, konsep-konsep serta metodologi penelitian yang mendasari penelitian ini. Bab kedua berisi tentang gambaran lokasi yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat. Bab ketiga merupakan penyajian data yang telah berhasil dikumpulkan dalam penelitian kali ini. Bab keempat menguraikan analisa dan interpretasi terhadap data yang berhasil dikumpulkan di lokasi penelitian. Bab

kelima atau yang terakhir menguraikan tentang kesimpulan dan saran atas penelitian yang telah dilakukan.

Penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian, yang memberikan dorongan dan berbagai saran hingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Secara khusus penulis menyampaikan terimakasih kepada:

- Bapak Drs. Jusuf Irianto, M.Com. selaku dosen pembimbing yang telah menyertai selama satu tahun penulisan skripsi ini. Terimakasih buat saran dan kritik yang telah diberikan.
- Bapak Drs. Eko Supeno, M.Si. Selaku dosen wali yang membimbing selama penulis berada di Jurusan Administrasi Negara FISIP UNAIR ini.
- Bapak Drs. Gitadi Tegat, M.Si selaku ketua jurusan Administrasi Negara FISIP UNAIR.
- Bapak Sunaryo buat setiap ilmu dan inspirasi yang diberikan serta semua dosen yang telah memberikan banyak pengetahuan buat penulis.
- Bapak R. Guritno sebagai Asisten Manajer SDM di PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat, yang telah mengizinkan penulis mencari banyak data di PLN.
- Bapak Yussy, Bapak Boedi, Bapak Asnan, dan semua pegawai PLN AP SBB yang sudah menerima kedatangan penulis dengan baik di kantor PLN.

Akhir kata, penulis mengakui bahwa dalam skripsi ini masih mengandung banyak kekurangan. Namun diharapkan dapat memberikan manfaat yang berarti bagi studi Administrasi Negara dan para pembacanya.

Surabaya, Juni 2006

Penulis

"THANKS TO"

- ❖ Fenindra & Eva buat doa dan dukungan kalian setiap saat dalam hidupku, kalian adalah *"soulmates"*ku. Enox, Niken, Yemima, Hana, Rico, ama Nia semoga kita dapat terus melayani Tuhan bersama, aku rindu saat-saat kita doa bareng. Aku mengasihi kalian semua saudaraku.
- ❖ Manis manja AN 2002: Renny, Feni, ama Tia. Makasi buat empat taon ini, buat setiap kejadian yang enak dan ga enak. Maapin Jenny ye...(kapan kita foto di studio rek?!!)
- ❖ Anak-anak PERDOFIS: mba Tinta, Ullie, Maria, Meli, David, Yoyo, Didi, Ika dan yang laen. Persahabatan dan pelayanan yang indah buatku, semoga kita dapat menjadi keluarga ALLAH sampai di Surga kelak. Amin...aku mengasihi kalian semua.
- ❖ Anak-anak AN02: Tio, Patriot, Putu, Agung, Ando, Adit, Dimas, Ipin, Ary, Candra, Yasin, Priyo, Ardit, Redy, Hasan, Niken, Nurul, Dwi, dan Ana. Walaupun empat taon bareng tapi ga terasa kalo kita anak-anak AN. Semoga aku masih punya tempat dihati kalian.
- ❖ Anak-anak AN 03: Pauz (you always be my sister...luv you sis), Manda & Hasby, Niniz, Amri, Ambon, Caca, dan yang laen, ga ta' tulis bukan berarti aku lupa ma kalian. Makasi ya...
- ❖ HARPA: Komeng (moga jadi keluarga yang sakinah dll), Mandro (kapan *hangout* ama aku lagi??), Cah Sos (benernya kamu suka cewek oriental kayak aku kan?hehe, makasi ye), Nanang (thanks ya bro..), Enyeng (misz u bro...), Ting2 (moga kamu banyak berkat dibanding

- smua orang yang menghina dina dirimu☺), Tara (kapan kamu punya pacar Tar?thanx bro), Bambang (lanang opo kok wedian mbang..).
- ❖ Sos 02: Wike, Didi, Frida (thanx 4 our frensip), Adit, Bimo, Candra, Temma, Yudha, Abdu (kalian mewarnai hidupku dengan indah), Hery (saat bareng kamu, aku nyaman), semua anak sos 02 makaci buanyak.
 - ❖ Temen-temen nongkrong di Pak Di: Mas Eryk ("seandainya"..mas), mba Anik (I love your style and I love the way you are), Herda (aku kangen suaramu yang indah, nyanyikan "WindMill" buatku), duo Ririn & Yuyun (my kindergarten couple), Kak Yud dll aku pengen nongkrong lagi...
 - ❖ Buat semua sahabatku: Ani, Nora, Ratri (VIVA SMUDA), Rika, Dion, Devita, Ayu, Bara dan smua pemuda GKJW JAMBANGAN, semoga Tuhan Yesus memberkati pelayanan kita.
 - ❖ *Last but not least for My Be.. Thanks for everything* cuma ini yang bisa terucap, selebihnya ga bisa diungkapin dengan kata-kata. Buat setiap doa, impian, harapan, kenangan, pergumulan, dan kejadian dalam hidup semoga semakin mendewasakan iman kita. *Yesterday's a past, Today's a present, Tomorrow's a mistery (June, 25th 2005).* Aku sungguh mengasihimu...

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------|
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI..... | iii |
| HALAMAN AYAT FIRMAN | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| UCAPAN TERIMAKASIH..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xviii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xix |
| ABSTRAKSI..... | xx |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|--|----|
| I.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| I.2. Perumusan Masalah..... | 22 |
| I.3. Tujuan Penelitian..... | 22 |
| I.4. Kerangka Teoritik..... | 22 |
| I.4.1. Kepuasan Pelanggan..... | 23 |
| I.4.1.1. Pelanggan..... | 26 |
| I.4.1.2. Model Kepuasan..... | 27 |
| I.4.1.3. Pemicu Kepuasan Pelanggan..... | 28 |
| I.4.1.4. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan..... | 30 |
| I.4.2. Pelayanan | 32 |
| I.4.2.1. Hakikat Pelayanan Publik | 36 |
| I.4.2.2. Bentuk Layanan..... | 40 |
| I.4.2.3. Sasaran Pelayanan Publik..... | 42 |

| | |
|---|----|
| 1.4.2.4. Konsep Jasa..... | 44 |
| 1.4.2.5. Karakteristik Jasa..... | 45 |
| 1.4.2.6. Konsep Kualitas Jasa..... | 47 |
| 1.4.2.7. Perspektif Kualitas..... | 52 |
| 1.4.2.8. Dimensi Kualitas..... | 53 |
| 1.4.2.9. Kualitas Pelayanan..... | 56 |
| 1.4.3. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan..... | 57 |
| 1.5. Hipotesis..... | 62 |
| 1.6. Definisi Konsep..... | 63 |
| 1.7. Definisi Operasional..... | 64 |
| 1.8. Metodologi Penelitian..... | 67 |
| 1.8.1. Metode Penelitian..... | 67 |
| 1.8.2. Lokasi Penelitian..... | 68 |
| 1.8.3. Teknik Pengumpulan Data..... | 70 |
| 1.8.4. Teknik Sampling..... | 70 |
| 1.8.5. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur..... | 72 |
| 1.8.5.1. Validitas..... | 72 |
| 1.8.5.2. Reliabilitas..... | 75 |
| 1.8.6. Teknik Analisis Data..... | 77 |

BAB II DESKRIPSI LOKASI PT. PLN (PERSERO)

| | |
|--|----|
| II.1. Visi dan Misi PT. PLN (Persero)..... | 82 |
| II.2. Tarif Dasar Listrik..... | 87 |
| II.3. Efficiency Drive Program (EDP)..... | 88 |
| II.4. Pelanggan PT. PLN (Persero)..... | 90 |
| II.5. Kegiatan Baca Meter Listrik..... | 92 |
| II.6. Profile PLN Jawa Timur..... | 93 |
| II.7. Daftar Organisasi Di Lingkungan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur..... | 95 |

| | |
|--|-----|
| II.8. Deskripsi Tugas Area Pelayanan..... | 96 |
| II.9. Sekilas Area Pelayanan Surabaya Barat..... | 100 |
| II.10. Komitmen Manajemen dan Staff Area Pelayanan Surabaya Barat..... | 101 |
| II.11. Struktur Organisasi PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat.... | 102 |
| II.12. Tingkat Mutu Pelayanan PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat..... | 103 |
| II.13. Pelanggan PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat..... | 104 |
| II.14. Produk-produk PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat..... | 106 |
| II.15. Fasilitas Pembayaran Listrik PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat..... | 109 |

BAB III PENYAJIAN DATA

| | |
|--|-----|
| III.1. Variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)..... | 111 |
| III.1.1. Kesesuaian Layanan Dengan Harapan..... | 111 |
| III.1.2. Kesesuaian Biaya Dengan Hasil Yang Diperoleh..... | 113 |
| III.1.3. Kemudahan Memperoleh Produk..... | 114 |
| III.2. Variabel Tingkat Kualitas Pelayanan (Variabel X)..... | 115 |
| III.2.1. Bukti Fisik..... | 115 |
| III.2.1.1. Penggunaan Teknologi..... | 115 |
| III.2.1.2. Fasilitas Fisik Berdaya Tarik..... | 117 |
| III.2.1.3. Penampilan Pegawai..... | 118 |
| III.2.1.4. Fasilitas Sesuai Jasa Yang Ditawarkan..... | 119 |
| III.2.2. Keandalan..... | 120 |
| III.2.2.1. Suplai Listrik..... | 120 |
| III.2.2.2. Sistem Pencatatan Bebas Kesalahan..... | 121 |
| III.2.2.3. Kemampuan Memenuhi Janji..... | 122 |
| III.2.2.4. Jasa Disampaikan Dengan Benar..... | 123 |
| III.2.3. Daya Tanggap..... | 125 |
| III.2.3.1. Pegawai Tanggap Memberikan Informasi..... | 125 |

| | |
|--|-----|
| III.2.3.2. Pelayanan Yang Segera | 126 |
| III.2.3.3. Pegawai Selalu Bersedia Membantu | 127 |
| III.2.4. Jaminan..... | 129 |
| III.2.4.1. Pegawai Berpengalaman Luas..... | 129 |
| III.2.4.2. Pegawai Yang Terpercaya..... | 130 |
| III.2.3.3. Kepribadian Pegawai..... | 131 |
| III.2.5. Empati | 132 |
| III.2.5.1. Kemudahan Melakukan Komunikasi..... | 132 |
| III.2.5.2. Perhatian Pegawai | 134 |
| III.2.3.3. Perhatian Perusahaan..... | 135 |
| BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA | |
| IV.1. Analisis Data..... | 137 |
| IV.1.1. Analisis Tabulasi Silang..... | 137 |
| IV.1.1.1. Variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan | 139 |
| IV.1.1.2. Variabel Tingkat Kualitas Pelayanan..... | 141 |
| IV.1.1.3. Korelasi Variabel Tingkat Kualitas Pelayanan dengan Tingkat Kepuasan Pelanggan..... | 142 |
| IV.1.2. Analisis Statistik | 145 |
| IV.1.2.1. Analisis Korelasi Product Moment..... | 145 |
| IV.1.2.2. Analisis Regresi Linear..... | 147 |
| IV.2. Interpretasi Data | 150 |
| BAB V PENUTUP | |
| V.1. Kesimpulan | 162 |
| V.2. Saran | 163 |
| V.3. Implikasi | 166 |

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

| Tabel | Judul | Hal |
|--------------|--|-----|
| Tabel I.1 | Tarif Listrik Negara-negara ASEAN Tahun 2004 | 11 |
| Tabel I.2 | Defisit Listrik PLN Sistem Jawa Bali Bulan September 2005..... | 13 |
| Tabel I.3 | Jumlah Pelanggan PT PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat | 18 |
| Tabel I.4 | Laporan Kelainan Baca Meter PT PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat | 20 |
| Tabel I.5 | Kriteria Indeks Reliabilitas Instrumen Penelitian | 76 |
| Tabel I.6 | Nilai Koefisien Korelasi..... | 78 |
| Tabel I.7 | Perhitungan F..... | 81 |
| Tabel II. 1 | Efisiensi PLN..... | 88 |
| Tabel II. 2 | Jumlah Pelanggan PT PLN (Persero)..... | 91 |
| Tabel II. 3 | Pedoman Penetapan RBM..... | 93 |
| Tabel II. 4 | Jumlah Pelanggan PT PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat | 104 |
| Tabel III. 1 | Kesesuaian Layanan Dengan Harapan..... | 112 |
| Tabel III. 2 | Kesesuaian Biaya Dengan Hasil Yang Diperoleh..... | 113 |
| Tabel III. 3 | Kemudahan Memperoleh Produk..... | 114 |
| Tabel III. 4 | Penggunaan Teknologi | 116 |
| Tabel III. 5 | Fasilitas Fisik Berdaya Tarik..... | 117 |
| Tabel III. 6 | Penampilan Pegawai..... | 118 |

| | | |
|---------------|---|-----|
| Tabel III. 7 | Fasilitas Sesuai Jasa Yang Ditawarkan | 119 |
| Tabel III 8 | Suplai Listrik | 120 |
| Tabel III. 9 | Sistem Pencatatan Bebas Dari Kesalahan | 121 |
| Tabel III. 10 | Kemampuan Memenuhi Janji..... | 122 |
| Tabel III. 11 | Jasa Yang Disampaikan Dengan Benar | 124 |
| Tabel III. 12 | Pegawai Tanggap Memberikan Informasi | 125 |
| Tabel III. 13 | Pelayanan Yang Segera | 126 |
| Tabel III. 14 | Pegawai Selalu Bersedia Membantu | 128 |
| Tabel III. 15 | Pegawai Berpengalaman Luas | 129 |
| Tabel III. 16 | Pegawai Yang Terpercaya | 130 |
| Tabel III. 17 | Kepribadian Pegawai..... | 131 |
| Tabel III. 18 | Kemudahan Melakukan Komunikasi..... | 133 |
| Tabel III. 19 | Perhatian Pegawai | 134 |
| Tabel III. 20 | Perhatian Perusahaan..... | 135 |
| Tabel IV.1 | Rekapitulasi Variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan | 140 |
| Tabel IV.2 | Rekapitulasi Variabel Tingkat Kualitas Pelayanan | 141 |
| Tabel IV.3 | Korelasi Antara Variabel Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan | 143 |
| Tabel IV 4 | Uji Korelasi | 146 |
| Tabel IV.5 | Uji Normalitas Data | 148 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Judul | Hal |
|------------|---------------------------------|-----|
| Gambar 1.1 | Konsep Kepuasan Pelanggan | 25 |
| Gambar 1.2 | Model Kualitas Jasa | 50 |
| Gambar 1.3 | Model Gap Kualitas Jasa..... | 57 |



DAFTAR GRAFIK

| Grafik | Judul | Hal |
|------------|--|-----|
| Grafik 2.1 | Jumlah Pelanggan R1 Bulan Agustus – November 2005..... | 105 |



DAFTAR LAMPIRAN

| No. | Lampiran |
|-----|--|
| 1. | Surat Ijin Penelitian dari PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat |
| 2. | Kuesioner Untuk Pelanggan PLN |
| 3. | Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian |
| 4. | Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian |
| 5. | Hasil Uji Regresi Linear |
| 6. | Hasil Uji Korelasi Product Moment |
| 7. | Chart |
| 8. | Interactive Graph |
| 9. | Tarif Dasar Listrik 2003 |
| 10. | Bank-Bank Untuk Pembayaran Listrik |
| 11. | Bagan Struktur Organisasi PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat |
| 12. | Peta Wilayah Kerja Area Pelayanan Surabaya Barat |
| 13. | Peta Potensi Wilayah |
| 14. | Tingkat Mutu Pelayanan |
| 15. | Distribusi Skor Variabel X |
| 16. | Distribusi Skor Variabel Y |

ABSTRAKSI

Kebutuhan akan listrik sudah menjadi bagian kehidupan masyarakat yang tidak ada habisnya, karena listrik merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang sangat penting. Hampir semua kegiatan industri, masyarakat pedesaan dan perkotaan membutuhkan energi listrik bagi penunjang aktivitasnya, sehingga pengguna listrik dari tahun ke tahun semakin bertambah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Lokasi penelitian yang dipilih adalah PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat. Pemilihan lokasi tersebut dengan pertimbangan bahwa PT. PLN merupakan satu-satunya penyedia layanan kelistrikan bagi masyarakat serta adanya keunikan organisasi Area Pelayanan Surabaya Barat, dimana sebagai proyek percontohan dalam reorganisasi korporat.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah para pelanggan PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat golongan R1 dengan batas daya 450 VA sampai dengan 2200 VA. Sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah *systematic sampling*.

Selanjutnya analisa yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel pengaruh (tingkat kualitas pelayanan) terhadap variabel terpengaruh (tingkat kepuasan pelanggan) adalah teknik korelasi product moment dan analisa regresi linear. Data yang terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan uji statistik yang perhitungannya dibantu dengan program SPSS 10.0.

Dari perhitungan analisa product moment diperoleh hasil $r_{\text{analisis}} > r_{\text{tabel}}$ yaitu $0,848 > 0,198$ pada taraf signifikansi 5%. Koefisien korelasi 0,848 tersebut menunjukkan bahwa variabel X dan variabel Y memiliki hubungan positif yang kuat.

Dari hasil analisis regresi diperoleh persamaan $Y = -6,588 + 0,135X$. Selain persamaan tersebut dari analisis regresi juga diperoleh nilai $F_{\text{regresi}} > F_{\text{tabel}}$ yaitu $249,923 > 3,942$ pada taraf signifikansi 5%. Maka F_{regresi} dikatakan signifikan sehingga terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan. Besarnya variasi variabel Y yang mampu dijelaskan oleh variabel X adalah sebesar 71,8%. Sedangkan sisanya sebesar 28,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

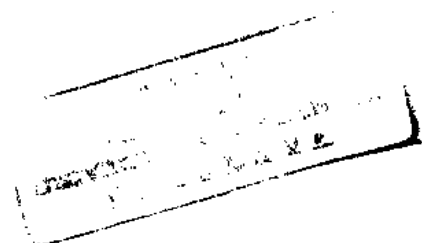
Pemerintah pada hakekatnya adalah pelayan masyarakat, Pemerintah tidak diadakan untuk melayani dirinya sendiri tetapi untuk melayani masyarakat serta menciptakan kondisi dimana setiap anggota masyarakat dapat mengembangkan kemampuan dan kreativitasnya dalam mencapai tujuan bersama. Oleh karena itu Pemerintah berkewajiban dan bertanggungjawab dalam memberikan pelayanan publik yang baik dan profesional.

Pelayanan publik yang baik pada saat ini lebih dikenal dengan pelayanan prima atau *service excellent* dimana konsep tersebut pada awalnya berkembang di lingkungan bisnis, yaitu lingkungan berorientasi pada pelanggan sehingga perusahaan atau organisasi selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Hal tersebut kemudian diadopsi oleh berbagai instansi pemerintah yang juga memiliki konsumen atau pelanggan yaitu masyarakat itu sendiri.

Gubernur Jawa Timur Imam Utomo memiliki pendapat tersendiri atas sebuah konsep pelayanan prima tersebut, seperti yang diungkapkannya berikut ini:

"Pelayanan publik yang prima adalah pelayanan yang mempunyai standar terhadap permintaan, keinginan dan harapan masyarakat serta mempunyai nilai tinggi dan bermutu untuk mendukung terselenggaranya pelayanan prima tersebut".

(<http://www.dipendajatim.go.id/index.php?page=doc&title=sj> akses: 5 Desember 2005).



Pelayanan publik harus dilaksanakan dalam satu rangkaian secara terpadu yang mencakup aspek kesederhanaan, keterbukaan, kelancaran, ketepatan, kelengkapan, kewajaran dan terjangkau serta didukung dengan perilaku petugas yang berorientasi pada kepuasan yang dilayani.

Arti pelayanan publik atau pelayanan umum tidak terlepas dari masalah kepentingan umum, yang menjadi asal-usul timbulnya istilah pelayanan publik/umum. Kepentingan umum adalah himpunan dari kepentingan pribadi yang telah disublimasikan, dan tidak bertentangan dengan norma masyarakat serta aturan yang berlaku (Moenir, 2000: 6).

Kepentingan umum adalah suatu bentuk kepentingan yang menyangkut orang banyak atau masyarakat, tidak bertentangan dengan norma dan aturan, yang kepentingan tersebut bersumber pada kebutuhan (hajat) hidup orang banyak/masyarakat itu (Moenir, 2000: 7).

Terdapat 3 unsur dan satu syarat yang membentuk kepentingan umum ialah:

1. ada kepentingan
2. kebutuhan bersama
3. masyarakat dengan syarat tidak bertentangan dengan norma atau aturan.

Sedangkan beberapa contoh kepentingan umum antara lain:

- a. Jalan. Pada dasarnya orang memerlukan jalan darat sebagai prasarana untuk lalu-lintas orang, kendaraan tidak bermotor dan kendaraan bermotor (juga jalan kereta api KRD/KRL). Karena prasarana jalan ini diperlukan oleh semua orang untuk memudahkan perjalanan dan hubungan, terutama oleh suatu masyarakat pada suatu wilayah tertentu, maka prasarana jalan ini

kedudukannya menjadi prasarana umum untuk digunakan semua orang yang berkepentingan, sehingga menjadi “kepentingan umum”.

- b. Jaringan listrik. Pada pembangunan kelistrikan banyak kasus yang menyangkut kepentingan pribadi yang harus tunduk untuk kepentingan umum. Sejak dari pembuatan waduk/bendungan, pembangunan pusat tenaga listrik, jaringan listrik dengan tiang-tiang jaringan tegangan ekstra tinggi selalu menyangkut kepada kepentingan pribadi yaitu terhadap hak pemilikan tanah. Karena kebutuhan listrik adalah kepentingan umum, maka sebagian kepentingan pribadi berupa hak atas tanah juga harus direlakan untuk kepentingan umum itu, melalui aturan ganti rugi yang memadai.
- c. Irigasi. Merupakan kepentingan umum bagi para petani di suatu wilayah tertentu. Oleh karena itu maka ada beberapa kepentingan pribadi yang harus direlakan agar irigasi sebagai kepentingan umum dapat dinikmati semua petani yang berkepentingan. Disini arti “kepentingan umum” hanya menyangkut golongan petani, tetapi karena hasil karyanya akan dinikmati banyak orang, maka nilai “kepentingan umum” disini sangat tinggi.

Kepentingan publik atau kepentingan umum tersebut dilaksanakan berdasarkan kepentingan masyarakat sehingga kebutuhan dan harapan masyarakat akan dapat terpenuhi. Seperti yang telah diungkapkan bahwa pelayanan yang prima adalah berdasarkan permintaan dan harapan masyarakat atau konsumen itu sendiri. Sehingga setiap konsumen akan merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh Pemerintah sebagai penyedia layanan publik.

Harapan konsumen atau pelanggan sangat berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini disebabkan dengan harapan yang dimilikinya maka pelanggan akan membandingkan dengan kinerja dari sebuah produk (barang dan jasa) yang dirasakannya. Sehingga dengan perbandingan tersebut akan dapat diketahui pelanggan puas atau tidak puas terhadap pelayanan ataupun produk barang dan jasa yang dihasilkan tersebut.

Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli. Jika kinerja produk kurang dari yang diharapkan itu, pembelinya tidak puas. Sedangkan bila kinerja produk melebihi harapan maka pembeli atau pelanggan akan sangat puas. (Kotler, 2001: 298).

Kepuasan pelanggan akan tercipta dimulai dari top manajemen atau pimpinan atau pengambil keputusan. Handi Irawan D, MBA, Mcom dalam Seminar *Frontier on Customer Satisfaction* menyatakan:

“Kalau pemimpinnya tidak memberikan panutan, tidak memberikan contoh yang baik, tidak akan ada kepuasan pelanggan. Sadarilah bahwa keberhasilan memuaskan pelanggan 70 persen datangnya dari top manajemen yang baik.”

(<http://www.indonesia.com/sripo/2004/05/10/1005bis6.htm> akses: 5 Desember 2005).

Dari pernyataan Handi tersebut dapat terlihat bahwa bukan hanya pegawai *front office* saja yang harus menunjukkan pelayanan yang prima, tetapi juga setiap pegawai yang berada dalam lembaga tersebut, mulai dari para pemimpin (jajaran direksi) hingga pada pegawai yang paling bawah tingkatannya.

Terdapat beberapa prinsip (dasar-dasar) untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan seperti yang diungkapkan oleh Handi Irawan dalam bukunya “10 Prinsip Kepuasan Pelanggan”, yaitu:

1. Mulai dengan percaya akan pentingnya kepuasan pelanggan;
2. Pilihlah pelanggan dengan benar untuk membangun kepuasan pelanggan;
3. Memahami harapan pelanggan;
4. Carilah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan;
5. Faktor emosional adalah faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan;
6. Pelanggan yang komplain adalah pelanggan yang loyal;
7. Garansi adalah lompatan yang besar dalam kepuasan pelanggan;
8. Dengarkanlah suara pelanggan;
9. Peran karyawan sangat penting dalam memuaskan pelanggan;
10. Kepemimpinan adalah teladan dalam menciptakan kepuasan pelanggan (<http://www.indonesia.com/sripo/2004/05/10/1005bis6.htm> akses: 5 Desember 2005).

Dari kesepuluh prinsip-prinsip yang ditawarkan oleh Handi tersebut, dapat terlihat bahwa pelanggan merupakan subyek yang sangat penting dalam pemberian sebuah layanan. Sehingga sangat patut bahwa setiap lembaga atau organisasi menjadikan publik atau pelanggan sebagai dasar dalam pelayanan mereka.

Ada beberapa metode yang dapat dipakai untuk mengukur kepuasan pelanggan antara lain survei kepuasan pelanggan, sistem keluhan dan saran, personel lini depan yang penuh perhatian, *ghost shopping* (belanja gadungan), dan analisis pembelotan pelanggan (Kotler, 2001: 300-301). Metode-metode tersebut memiliki keunikan sendiri dan seringkali perusahaan atau instansi tidak hanya

menggunakan satu metode saja namun beberapa metode yang dianggap sesuai dengan perusahaan atau instansi tersebut.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dapat dilihat dari pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan. Penelitian yang dilakukan oleh sebuah program *Deliveri* menyajikan bahwa pengukuran tingkat kepuasan pelanggan, dimana pengukuran kepuasan tersebut dilakukan dalam subsektor peternakan, dapat dinilai dari dua hal, yaitu:

1. Tingkat kepentingan pelayanan yang diberikan dan,
2. Kinerja pemberi pelayanan didalam memberikan pelayanannya

(<http://www.deliveri.org/deliveri/progress/customersatisfaction.htm>, akses:5 Desember 2005).

Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kinerja pelayanan yang dilakukan oleh petugas pemerintah memiliki andil yang cukup besar dalam menentukan kepuasan pelanggan (petani peternak). Karena dalam survei yang dilakukan terlihat bahwa dengan tingkat kepentingan pelayanan yang tinggi atau dianggap penting oleh pelanggan namun dengan kinerja aparat yang buruk maka mereka menyatakan sangat tidak puas dengan pelayanan pemerintah tersebut.

Namun untuk mencapai sebuah pelayanan yang prima itu masih membutuhkan perjalanan yang panjang. Hal ini disebabkan karena adanya kendala-kendala dalam melaksanakan pelayanan publik yang baik dan profesional. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Komisi Hukum Nasional menyajikan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh aparatur Pemerintah dalam menyelenggarakan pelayanan publik, yaitu:

- a. **Rendahnya kualitas pelayanan publik** yang dilaksanakan oleh sebagian aparaturnya pemerintahan atau administrasi negara dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Kondisi ini karena di dalam kerangka hukum administrasi positif Indonesia saat ini telah diatur tentang standar minimum kualitas pelayanan, namun kepatuhan terhadap standar minimum pelayanan publik tersebut masih belum termanifestasikan dalam pelaksanaan tugas aparaturnya pemerintahan.
- b. **Birokrasi yang panjang (*red-tape bureaucracy*) dan adanya tumpang tindih tugas dan kewenangan**, yang menyebabkan penyelenggaraan pelayanan publik menjadi panjang dan melalui proses yang berbelit-belit, sehingga besar kemungkinan timbul ekonomi biaya tinggi, terjadinya penyalahgunaan wewenang, korupsi, kolusi, dan nepotisme, perlakuan diskriminatif, dsb.
- c. **Rendahnya pengawasan eksternal dari masyarakat (*social control*) terhadap penyelenggaraan pelayanan publik**, sebagai akibat dari ketidakjelasan standar dan prosedur pelayanan, serta prosedur penyampaian keluhan pengguna jasa pelayanan publik. Karena itu tidak cukup dirasakan adanya tekanan sosial (*social pressure*) yang memaksa penyelenggara pelayanan publik harus memperbaiki kinerja mereka. Penelitian yang pernah dilakukan KHN sebelumnya menunjukkan bahwa peraturan perUUan yang tampaknya dipersiapkan sebagai '*umbrella regulation*' di bidang pelayanan publik yang berlaku secara nasional, juga sangat sedikit menghadirkan ketentuan-ketentuan yang secara tegas menetapkan sistem dan standar pelayanan atas keluhan publik (*public complaints, public grievance standards and procedure*). (Nurul D. Irawati, *Reformasi Birokrasi dalam Pelayanan Publik*, <http://www.komisihukum.go.id/newsletter.php?act=detil&id=86> akses: 31 Januari 2006.)

Dari tiga permasalahan tersebut, yang diidentifikasi oleh KHN dapat ditemukan hampir dalam seluruh lembaga penyedia layanan publik. Dimana sampel yang diambil berada dalam wilayah Bandung, Jakarta, Semarang, dan Surabaya. Sehingga dapat terlihat bahwa kebutuhan-kebutuhan mendasar yang diperlukan oleh publik untuk menikmati sebuah layanan belum mampu disediakan dengan baik oleh Pemerintah sebagai penyedia layanan publik.

Belum adanya ketentuan dan standar pelayanan terhadap keluhan-keluhan publik atau pelanggan sebuah penyedia layanan, tentunya akan membawa pengaruh yang besar terhadap kinerja pelayanan. Hal tersebut dikarenakan sebuah

lembaga tidak akan banyak memperoleh *feedback* yang berasal dari keluhan yang ada, tanpa adanya interpretasi dan tindakan lebih lanjut atas sebuah keluhan.

Penelitian yang dilakukan oleh Komisi Hukum tersebut menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hukum positif Indonesia pada dasarnya sudah meletakkan kewajiban-kewajiban utama pada setiap fungsi pelayanan publik di Indonesia untuk bekerja atas dasar prinsip-prinsip pemerintahan yang baik (Pasal 3 UU No. 28/1999). Prinsip-prinsip *good governance* tersebut berlaku pula terhadap penerimaan, pemrosesan, dan penyelesaian masalah-masalah yang terbit dari keluhan-keluhan masyarakat.
2. Unsur terpenting dari sebuah sistem pelayanan publik yang belum diatur secara lebih jelas dan tegas di dalam sistem pelayanan publik di Indonesia dewasa ini adalah Kode Perilaku Petugas Pelaksana Pelayanan Publik (*Code of Conduct for Public Servants*). Hal ini menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan sistem pelayanan publik, terutama bila disadari bahwa sebagian besar dari permasalahan dan keluhan mengenai pelayanan publik di Indonesia dapat dikembalikan pada unsur manusia pengemban fungsi pelayanan publiknya (ekses-ekses KKN, *conflict of interest*, dsb). Kehadiran sebuah *Code of Conduct* yang selengkapny mungkin akan lebih mengkokohkan struktur dasar dari Sistem Pelayanan Publik Indonesia.
3. Perlu diatur tentang standar pengelolaan keluhan publik, yang berlaku umum sehingga menjadi payung (*umbrella act*) bagi setiap instansi dan atau pejabat penyelenggara pelayanan publik, yang menjadi pedoman umum untuk mengelola keluhan masyarakat. Makna dari standar minimum pengelolaan keluhan publik ini adalah hal terendah yang masih dianggap baik dalam mengelola keluhan publik. Sepanjang masing-masing instansi telah memenuhi standar minimal tersebut, selanjutnya mereka diperkenankan untuk mengembangkan pola pengelolaan keluhannya, yang lebih baik daripada standar minimum tersebut dan sesuai dengan bidang kerja masing-masing

(<http://www.komisihukum.go.id/newsletter.php?act=detil&id=86> akses: 31 Januari 2006)

Pengelolaan keluhan masyarakat atau pelanggan serta kode perilaku petugas pelayanan publik yang belum diatur dengan jelas oleh Pemerintah menyebabkan pelayanan yang dilakukan kurang maksimal. Sehingga kepuasan masyarakat juga tidak dapat tercapai dengan baik pada tingkat teratas.

Seperti yang telah diuraikan bahwa salah satu bentuk kepentingan umum adalah kebutuhan masyarakat akan listrik. Listrik yang merupakan kebutuhan masyarakat itu tentunya disediakan oleh Pemerintah selaku penyedia layanan publik. Dimana listrik ini dapat digunakan sebagai penggerak aktivitas masyarakat. Salah satu organisasi penyedia layanan pada publik adalah Perusahaan Listrik Negara (PLN). Di dalam Undang-Undang No. 15 tahun 1985 telah dijelaskan bahwa tugas utama PLN adalah melayani penyediaan listrik bagi masyarakat dan PLN sebagai Perusahaan Pemegang Kuasa Usaha Kelistrikan diserahi tugas semata-mata untuk melaksanakan usaha penyediaan tenaga listrik untuk kepentingan umum, dan diberi tugas untuk melakukan pekerjaan usaha penunjang Tenaga Listrik.

Arti pemegang kuasa usaha kelistrikan, disamping pemberian tugas yang didasari tanggung jawab dan kewajiban untuk menyediakan tenaga listrik untuk kepentingan umum, juga melakukan pekerjaan usaha penunjang tenaga listrik, memiliki arti yang hakiki dan mendasar yaitu :

1. Adanya kepercayaan dari pemerintah dan masyarakat bahwa PLN adalah perusahaan yang sanggup menjalankan tugas sebagai pemegang kuasa usaha kelistrikan.
2. Kepercayaan sebagaimana butir 1 di atas didasari bahwa :
 - a. Karyawan dan Karyawati beserta manajemen PLN secara korporat adalah dianggap dan dipercaya mempunyai pengalaman dengan dilandasi oleh *knowledge, skill, attitude* atau penguasaan ilmu pengetahuan dan pengalaman, adanya ketrampilan dan sikap

pengabdian dan keinginan untuk melayani lebih baik dibidang kelistrikan yang sudah diwujudkan sepanjang sejarah sejak lahirnya PLN sampai saat ini.

Di dalam bahasa populernya saat ini ialah bahwa kompetensi dibidang kelistrikan sudah dimiliki oleh jajaran PLN.

- b. Pengakuan bahwa berdasarkan ilmu pengetahuan, pengalaman dan ketrampilan serta sikap pengabdian untuk melayani dibidang kelistrikan maka PLN beserta jajaran dianggap bisa lebih profesional didalam menyelesaikan tugas menyediakan tenaga listrik untuk kepentingan umum

(http://64.233.179.104/search?q=cache:TSFG3wPv30sj:www.pln.co.id/artikel/download/attach_feb05.doc akses: 29 November 2005).

Adanya kepercayaan dari masyarakat dan pemerintah tersebut membuat PLN juga ikut serta membenahi diri. Salah satunya dengan pengembangan konsep GCG (*good corporate governance*) yang jelas terlihat dari komitmen bersama tersebut PLN juga turut serta dalam pencapaian *good governance*. Maka pelayanan yang diusahakan oleh PLN adalah pelayanan yang prima dimana kini tengah dikembangkan oleh seluruh karyawan PLN.

Hal ini terus diupayakan karena pada kenyataannya masih banyak keluhan dan masalah yang dihadapi oleh PLN antara lain tarif pelayanan PLN masih sangat mahal, sering padam, penanganan gangguan lambat, pencatatan tidak sesuai, tiang listrik mengganggu jalan dan penerangan jalan masih kurang.

Namun keluhan masyarakat mengenai tarif PLN yang terbilang mahal itu dibantah oleh Deputy Direktur Pemasaran dan Niaga PLN Antony Dewono yang mengatakan bahwa, tarif listrik PLN masih lebih rendah dibandingkan dengan negara lain di Asia Tenggara.

(http://pln.co.id?dari_media.asp?id=4093 akses: 29 November 2005).

Antony mengatakan, berdasarkan data PLN, tarif listrik negara ASEAN pada 2004 dibagi menjadi tiga kelompok tarif, yakni rumah tangga, bisnis, dan industri, yang disajikan dalam tabel 1.1.

Tabel 1.1
Tarif Listrik Negara-Negara ASEAN Tahun 2004

| Negara | Rumah tangga | Bisnis | Industri |
|-----------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Indonesia | US\$ 1,48-8,57 sen | US\$ 6,94-8,57 sen | US\$ 5,51-9,14 sen |
| Singapura | US\$ 9,35 sen | US\$ 4,48-7,27 sen | US\$ 4,23-6,78 sen |
| Thailand | US\$ 3,36-7,35 sen | US\$ 2,89-7,35 sen | US\$ 2,89-7,01 sen |
| Malaysia | US\$ 5,53-8,94 sen | US\$ 2,63-10,52 sen | US\$ 2,63-10,52 sen |
| Filipina | US\$ 3,10-10,55 sen | US\$ 3,62-9,71 sen | US\$ 3,30-10,68 sen |
| Vietnam | US\$ 2,89-8,09 sen | US\$ 4,20-13,83 sen | US\$ 2,80-13,83 sen |

Sumber: http://pln.co.id?dari_media.asp?id=4093.

Dari data tersebut, pelanggan bisnis dan industri di Indonesia harus membayar lebih mahal dibanding negara di Asia Tenggara lainnya. Malaysia dan Thailand tercatat sebagai negara dengan tarif termurah untuk pelanggan bisnis dan industri. Sebaliknya, di Indonesia pelanggan industri harus membayar lebih mahal dibandingkan dengan pelanggan rumah tangga.

Tarif listrik rumah tangga yang lebih murah itu juga dipengaruhi oleh daya beli sebagian besar masyarakat Indonesia yang masih rendah. Selain itu orientasi

operasional PLN adalah pelayanan publik. Dengan demikian, PLN seharusnya tidak diperlakukan hanya sebagai BUMN yang menjadi pusat keuntungan. Sehingga mendahulukan kepentingan masyarakat untuk kebutuhan hidupnya sehari-hari merupakan tugas utama dari PLN.

Dalam sebuah surat pembaca diungkapkan juga mengenai pelayanan PLN yang dianggap tidak memuaskan oleh pelanggan. Beliau mengungkapkan bahwa ada kesalahan dalam pembayaran tagihan listriknya, karena tiba-tiba saja harus membayar dengan nominal yang cukup besar padahal rumah tersebut sudah jarang ditempati. Beliau berpendapat bahwa terdapat kesalahan yang dilakukan oleh petugas pencatat meter listrik yang akhirnya sangat merugikan pelanggan (Kompas, 6 Oktober 2005). Surat pembaca tersebut merupakan salah satu ungkapan pelanggan yang tidak puas atas kinerja dari PLN selama ini, tentunya hal tersebut haruslah ditangani dengan baik supaya citra PLN juga tidak menurun di mata masyarakat atau pelanggannya.

Salah satu masalah yang menimpa PLN baru-baru ini adalah terlambatnya pasokan BBM untuk PLTGU Muara Tawar yang memiliki daya 700 MW (5 unit x 140 MW). Defisit yang dialami diperkirakan mencapai 689 MW, sehingga beberapa daerah di Jawa-Bali terancam pemadaman. Sehingga pihak PLN menganjurkan masyarakat untuk menghemat listrik supaya tidak terjadi pemadaman, yang tentunya hal tersebut akan mempengaruhi aktivitas masyarakat.

Tabel 1.2.

Defisit Listrik PLN Sistem Jawa Bali Bulan September 2005

| | |
|--------------|--------|
| DKI & Banten | 381 MW |
| Jabar | 94 MW |
| Jateng & DIY | 92 MW |
| Jawa Timur | 122 MW |
| Total | 689 MW |

Sumber: Jawa Pos, 13 September 2005

Terlihat bahwa daerah yang mengalami defisit yang paling besar yaitu 55,2% dari total defisit adalah DKI Jakarta & Banten, dimana di DKI Jakarta yang merupakan pusat kegiatan nasional tentunya merupakan daerah yang memerlukan daya listrik paling besar. Karena banyaknya penduduk yang tinggal di daerah tersebut serta berbagai gedung perkantoran yang ada. Dan daerah Jawa Timur yang juga merupakan kota besar dan pusat dari Indonesia bagian Timur mengalami defisit listrik sebesar 122 MW atau sekitar 17,7%. Di Jawa Timur sendiri juga terdapat berbagai industri yang pasti memerlukan pasokan listrik besar. Sedangkan Jawa Barat dan Jawa Tengah menduduki tempat ketiga dan keempat yang mengalami defisit listrik dimana terjadi defisit sebesar 13,6% dan 13,3% dari total defisit tersebut.

Tragedi putusnya aliran listrik Jawa-Bali pada 18 Agustus 2005 lalu yang mengakibatkan Jakarta dan sekitarnya *black out* membuat kalangan usaha waswas. Karena khawatir Pemerintah tidak mampu memberikan kepastian energi. Tidak jelasnya pasokan listrik itu akan membuat iklim usaha tidak kondusif. Yang

pada akhirnya akan merugikan negara juga. Benny Soetrisno, ketua Asosiasi Pertekstilan Indonesia, menyatakan:

“Seharusnya PLN tidak hanya menaikkan tarif listrik untuk sektor industri, tapi juga harus ada jaminan layanan” (Jawa Pos, 20 September 2005).

Permasalahan itu semakin besar terutama pada saat ini, dimana harga BBM per 1 Oktober 2005 telah dinaikkan oleh pemerintah. Hal tersebut tentunya akan meningkatkan biaya produksi PLN sehingga dikhawatirkan kualitas pelayanannya akan menurun. Walaupun untuk sementara tarif dasar listrik tidak akan naik sampai akhir 2005, karena mempertimbangkan beban masyarakat yang berat akibat dari kenaikan harga BBM yang memiliki efek domino yang luar biasa pada perekonomian Indonesia. (Jawa Pos, 7 Oktober 2005).

Keluhan mengenai harga listrik tersebut juga sangat dirasakan oleh sektor industri. Dimana sampai dengan awal 2006 TDL untuk industri di Indonesia setara dengan US\$ 70 sen, sedangkan di Cina TDL yang berlaku hanya US\$ 50 sen. Dengan adanya perbedaan yang besar tersebut, maka Cina mampu membuat produk yang murah, yang tentunya pada saat ini membuat Cina menjadi salah satu negara yang perekonomiannya berkembang pesat. Hal tersebut tentu akan sangat mempengaruhi sektor industri Indonesia (Kompas, 21 Januari 2006).

Berbagai permasalahan dan keluhan yang harus diterima oleh PLN tersebut tentunya hanya sedikit dari banyaknya permasalahan yang sebenarnya. Dan sebagai penyedia layanan publik tentunya PLN harus bisa berbenah diri supaya mampu memenuhi harapan masyarakat dan pelanggan. Bukan hanya itu saja dengan peningkatan kemampuan maka PLN juga akan mampu mengembangkan bisnisnya dan meraih keuntungan yang diharapkan.

Sebagai BUMN yang bergerak dalam usaha jasa penyediaan listrik bagi masyarakat maka kinerja PLN tidak akan bisa terlepas dari kualitas-kualitas jasa atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Di Indonesia sendiri sektor jasa berkembang dengan pesat karena adanya kemajuan perekonomian global yang berimbas pada perekonomian Indonesia.

Berbagai faktor bisa dikemukakan sebagai pemicu perkembangan sektor jasa, seperti yang diungkapkan Schoell dan Gultinan (Tjiptono, 2000: 4) yaitu:

- a) Adanya peningkatan pengaruh sektor jasa dalam perekonomian
- b) Waktu santai yang semakin banyak
- c) Persentase wanita yang masuk dalam angkatan kerja semakin besar
- d) Tingkat harapan hidup semakin meningkat
- e) Produk-produk yang dihasilkan dan dibutuhkan semakin kompleks
- f) Adanya peningkatan kompleksitas kehidupan
- g) Meningkatnya perhatian terhadap ekologi dan kelangkaan sumber daya
- h) Perubahan teknologi yang cepat

Perusahaan-perusahaan jasa tidak pernah terlepas dari konsep kualitas atau mutu produknya baik itu barang dan jasa. Mutu adalah konsep yang kompleks yang menjadi salah satu daya tarik dalam teori manajemen. Oleh sebab itu sebuah perusahaan selalu berusaha menciptakan mutu terbaik sehingga akan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. John Stewart seorang konsultan menyatakan,

“Mutu adalah perasaan menghargai bahwa sesuatu lebih baik daripada yang lain. Perasaan itu berubah sepanjang waktu, dan berubah dari generasi ke generasi, serta bervariasi dengan aspek aktivitas manusia” (Stoner *et al*, 1996: 210).

PLN sebagai perusahaan yang pada saat ini juga memiliki perhatian khusus terhadap mutu layanannya berusaha meningkatkan kinerja pelayanannya supaya dapat mencapai mutu tinggi sesuai dengan yang dijanjikan kepada masyarakat.

Untuk mendapatkan pelayanan yang unggul atau prima seperti yang telah diungkapkan, PLN sebagai penyedia jasa listrik tidak terlepas dari kualitas jasanya atau kualitas pelayanannya, dimana harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada harapan pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas jasa yang baik adalah berdasarkan sudut pandang pelanggan. Harapan-harapan pelanggan itulah yang harus diwujudkan oleh setiap perusahaan/ lembaga yang memberikan pelayanan ataupun menjual produk (barang dan jasa).

Seperti yang diungkapkan oleh Handi bahwa untuk memberikan kepuasan harus dimulai dari top manajemen, maka PT PLN juga harus memiliki komitmen untuk memuaskan pelanggannya mulai dari jajaran pimpinan hingga pegawai paling bawah. Dengan komitmen dan kemampuan yang baik maka para pegawai PT PLN diharapkan memiliki kinerja yang baik pula. Hingga memberikan nilai tambah atas pelayanan yang diberikan oleh PT PLN.

Salah satu faktor pemicu kepuasan yaitu pelayanan dengan nilai tambah, tentunya akan lebih efektif dan efisien apabila memperhatikan kondisi daerah masing-masing. Nilai tambah yang dimaksudkan dapat diartikan dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan karakteristik wilayah kerja PLN tersebut. Hal ini tentunya seiring dengan kebijakan otonomi daerah yang telah dicanangkan Pemerintah pusat beberapa tahun silam.

Ujung tombak dari pelayanan tersebut adalah distribusi-distribusi kerja yang berada di daerah masing-masing. Dimana pada saat ini PT. PLN (Persero) memiliki beberapa distribusi antara lain:

- Distribusi Jakarta Raya & Tangerang
- Distribusi Jawa Barat
- Distribusi Jawa Tengah
- Distribusi Jawa Timur
- Distribusi Bali

Distribusi Jawa Timur memiliki beberapa area pelayanan dan jaringan yang tersebar di wilayah Jawa Timur, namun ada salah satu organisasi jenjang kedua di lingkungan PT PLN (Persero) distribusi Jawa Timur yang unik, yaitu PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat. Secara organisasi berbeda dengan Area Jaringan Surabaya Barat. Hal itu berbeda dengan area pelayanan lain yang bergabung dengan area jaringannya.

Pada awalnya area pelayanan Surabaya Barat merupakan wilayah layanan dari Area Pelayanan dan Area Jaringan Surabaya Selatan, namun kemudian dibentuk lagi satu wilayah pelayanan yang baru dikarenakan wilayah layanan yang semakin luas. Sehingga untuk lebih meningkatkan pelayanannya dibentuklah Area Pelayanan Surabaya Barat.

PLN Area Pelayanan Surabaya Barat adalah salah satu cabang PLN yang berada di wilayah Surabaya Barat. Pada awalnya area pelayanannya hanya meliputi daerah Karangpilang dan Kebraon, pada saat itu masih tergabung dengan Surabaya Selatan. Namun pada Agustus 2003 area pelayanannya dikembangkan

mulai dari Kebraon, Karangpilang, Menganti, Driyorejo, dan Sukodono. Area pelayanan tersebut meliputi 3 daerah yaitu Kotamadya Surabaya, Kabupaten Sidoarjo, dan Kabupaten Gresik.

Adanya pengembangan area tersebut maka PLN Area Pelayanan Surabaya Barat bekerjasama dengan KUD-KUD dan bank yang berada di wilayah tersebut, untuk dapat melakukan pembayaran rekening listrik. Loker yang disediakan untuk melayani pelanggan ada 15 dimana terdapat 11 KUD, 2 koperasi dan 1 bank BNI yang turut bekerjasama dalam memberikan layanan serta loket pembayaran yang disediakan di kantor PLN Area Pelayanan Surabaya Barat.

Pengembangan area tersebut tentunya akan meningkatkan jumlah pelanggan yang dilayani. Dan dari waktu ke waktu pelanggan tersebut meningkat, hal ini disebabkan karena laju pertumbuhan penduduk yang juga semakin cepat sehingga kebutuhan akan listrik juga meningkat.

Tabel 1.3.

Tabel Jumlah Pelanggan PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat

| Bulan | Jumlah |
|----------------|---------|
| Agustus 2005 | 135.405 |
| September 2005 | 135.611 |
| Oktober 2005 | 135.727 |
| November 2005 | 136.123 |

Sumber: PT PLN (Persero) AP Surabaya Barat, diolah

Dari tabel tersebut dapat terlihat bahwa dalam empat bulan terakhir jumlah pelanggan Area Pelayanan Surabaya Barat terus mengalami peningkatan. Dari bulan Agustus ke bulan September 2005 terjadi peningkatan 206 pelanggan yang

berarti meningkat 0,038%. Sedangkan dari bulan September ke bulan Oktober terjadi peningkatan sebesar 116 pelanggan atau 0,021% dari jumlah total pelanggan empat bulan tersebut. Bulan November terjadi peningkatan 396 pelanggan, yang berarti terjadi kenaikan 0,072% jumlah pelanggan.

Jumlah Pelanggan yang dari bulan ke bulan terus menunjukkan peningkatan tersebut ternyata tidak disertai dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan di Area Pelayanan Surabaya Barat. Hal ini dapat terlihat dari jumlah keluhan yang disampaikan oleh pelanggan yang masih menunjukkan angka seratus lebih keluhan per bulan. Bulan Agustus terdapat 173 keluhan yang masuk, bulan September 153 jumlah keluhan, Oktober 127 keluhan, dan November 121 keluhan.

Sebuah surat pembaca menyampaikan kekecewaannya terhadap pelayanan PT PLN Area Pelayanan Surabaya Barat. Perusahaan PT Cemerlang Plastik sebagai salah satu pelanggan di area Surabaya Barat menyatakan bahwa aliran listrik di perusahaan tersebut sering mati. Data yang ada menunjukkan bahwa dalam bulan Januari sampai dengan Desember 2005 terjadi 77 kali padam, dan hal tersebut terus berlanjut sampai dengan 2006. Pada bulan Januari dan Februari sudah terjadi 16 kali padam. Hal tersebut tentu saja sangat mengecewakan perusahaan itu, disebabkan harus menanggung kerugian yang cukup besar karena padamnya listrik sehingga tidak mampu beroperasi dengan baik (Jawa Pos 24 Februari 2006).

Keluhan yang masuk tersebut sebenarnya belum mencerminkan jumlah keseluruhan dari pelayanan buruk yang diberikan oleh Area Pelayanan Surabaya

Barat, karena masih banyak pelanggan yang belum mengadukan keluhannya atas berbagai alasan. Kualitas pelayanan yang buruk itu juga dapat dilihat dari laporan kelainan baca meter yang dibuat oleh pihak *outsourcing*, yaitu pihak yang bekerjasama dengan PT. PLN untuk melakukan tugas baca meter dimana dilakukan oleh PT. Multi Arta, yang dibuat sebagai laporan kepada PT. PLN tersebut.

Tabel 1.4.

Laporan Kelainan Baca Meter PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat

| Bulan | Jumlah kelainan | Sudah ditindak lanjuti | Sisa kelainan |
|----------------|-----------------|------------------------|---------------|
| September 2005 | 4327 | 92 | 4235 |
| Oktober 2005 | 5734 | 214 | 5520 |
| November 2005 | 3261 | 71 | 3190 |

Sumber: PT PLN (Persero) AP Surabaya Barat, diolah.

Dapat terlihat pada tabel tersebut bahwa pada bulan September 2005 terdapat 4327 kelainan yang dapat dideteksi, dan baru ditindaklanjuti sebesar 92 kelainan atau 2,12% dari keseluruhan. Pada bulan Oktober menunjukkan jumlah kelainan semakin meningkat dan baru ditindaklanjuti sebesar 214 atau 3,73%. Pada bulan November 2005 kasus kelainan yang terjadi sebesar 3261 dan ditindaklanjuti 71 kasus atau 2,17%.

Dari berbagai kasus kelainan yang terjadi tersebut, ternyata pihak PLN Area Pelayanan Surabaya Barat itu tidak mampu menyelesaikan dengan baik tugasnya. Dapat kita lihat hanya kurang dari 5% kelainan tersebut yang ditindaklanjuti oleh pegawai teknis mereka. Sehingga di mata masyarakat sendiri kinerja PLN masih sangat kurang. Hal tersebut dikarenakan mereka tidak mampu memenuhi

komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik yang berorientasi terhadap pelanggan.

Pengembangan area yang lebih luas yang telah dilakukan sejak Agustus 2003 itu tentunya akan membutuhkan perhatian yang lebih dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan. Terutama bagaimana memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan tersebut. Terlebih lagi organisasi baru itu berbeda dengan struktur yang lama. Dimana area pelayanan Surabaya Barat lebih fokus sebagai *revenue center* yang bertumpu pada upaya peningkatan layanan dan pendapatan.

Adanya spesialisasi tugas itu diharapkan akan membawa dampak yang positif terhadap citra dan kinerja pelayanan PLN Area Pelayanan Surabaya Barat. Oleh karena itu di PLN Area Pelayanan Surabaya Barat lebih fokus terhadap hal-hal apa, kapan, mengapa, dilakukan siapa dan bagaimana melakukan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat. Selain itu menyusun dan mengefektifkan berbagai program yang dapat meningkatkan pendapatan di PLN Area Pelayanan Surabaya Barat khususnya dan PT. PLN secara keseluruhan.

Sehingga walaupun baru diperluas area kerjanya tidak mengurangi kinerja PLN dalam memuaskan pelanggan-pelanggannya. Sehingga tujuan PLN untuk memberikan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dapat terwujud. Pelayanan prima yang ingin dicapai oleh PT. PLN (Perseo) Area Pelayanan Surabaya Barat bukan hanya sekedar slogan tapi juga selalu diupayakan bagi peningkatan pelayanan publik yang dilakukan Area Pelayanan Surabaya Barat.

I.2. Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah diuraikan, permasalahannya adalah:

“Seberapa besar pengaruh tingkat kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan?”

I.3. Tujuan Penelitian

1. Menguji dan melakukan analisis pengaruh tingkat kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.
2. Memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan di jurusan Ilmu Administrasi Negara.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian selanjutnya yang mencoba mengkaji dalam bidang yang sama.

I.4. Kerangka Teoritik

Kerlinger menjelaskan bahwa teori adalah serangkaian asumsi, konsep, konstruk, definisi, dan proposisi untuk menerangkan suatu fenomena sosial secara sistematis dengan cara merumuskan hubungan antar konsep (Kerlinger dalam Singarimbun, 1995: 37).

Menurut definisi tersebut teori mengandung tiga hal. Pertama, teori adalah serangkaian proposisi antar konsep-konsep yang saling berhubungan. Kedua, teori menerangkan secara sistematis suatu fenomena sosial dengan cara menentukan hubungan antar konsep. Ketiga, teori menerangkan fenomena tertentu dengan cara

menentukan konsep mana yang berhubungan dengan konsep lainnya dan bagaimana bentuk hubungannya. Agar pembahasan terhadap permasalahan lebih terarah, berikut akan diuraikan tentang kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan peran pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

I.4.1. Kepuasan Pelanggan

Sebelum mengetahui konsep kepuasan pelanggan terlebih dahulu harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang membuat pelanggan tidak puas. Staf lini depan menerima keluhan dari pelanggan, tetapi penyebab dasar terjadinya keluhan tadi mungkin terletak jauh dalam organisasi, hal-hal yang membuat para pelanggan tidak puas antara lain:

- Kurangnya komunikasi internal
- Kurangnya motivasi staf dan atau usaha membuat staf menjadi mampu
- Kurang riset
- Kurang komunikasi dengan pemasok
- Kurang komitmen pada hubungan jangka panjang dengan pelanggan
- Kurang visi dan atau komitmen dari manajemen (Wellington, 1998: 26)

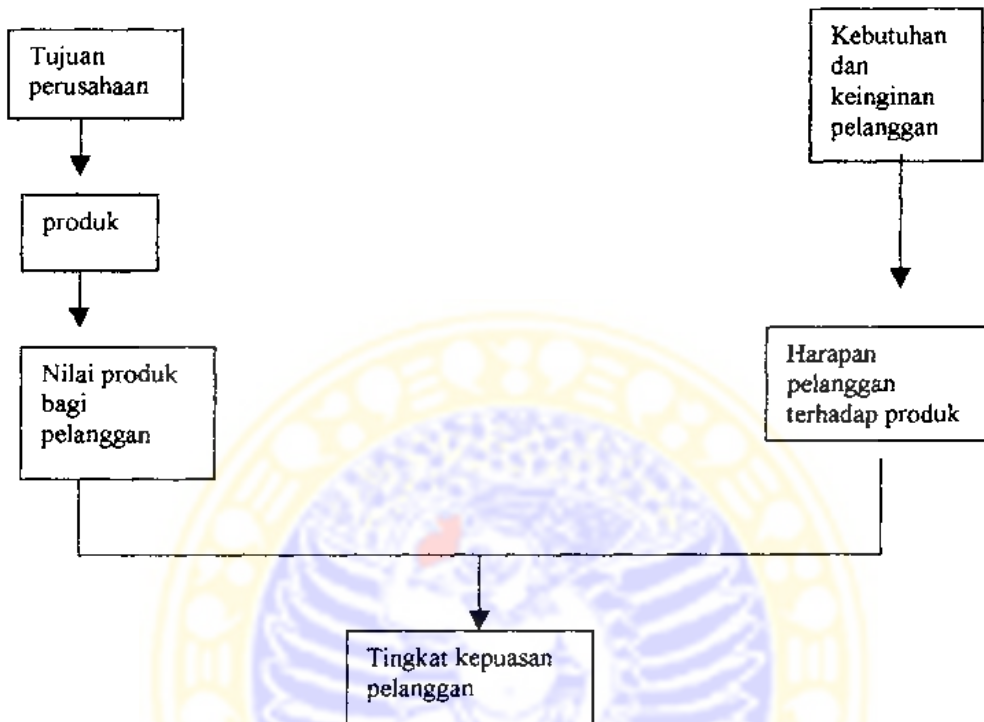
Masih banyak lagi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi ketidakpuasan pelanggan. Sebenarnya apakah yang dimaksud dengan kepuasan itu sendiri. Konsep ini sebenarnya masih abstrak, karena kepuasan ini tergantung pada individu-individu dalam mengartikan sebuah kepuasan. Banyak pakar yang mendefinisikan kepuasan pelanggan antara lain:

- Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli. Jika kinerja produk kurang dari yang diharapkan itu, pembelinya tidak puas. (Kotler, 2001: 298)
- Day (dalam Tse dan Wilton, 1988; Tjiptono, 2000: 146) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lain) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.
- Engel, et al: 1990 (Tjiptono, 2000: 146) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.
- Babbin dan Griffin (dalam Barnes, 2003: 69) mengartikan kepuasan pelanggan sebagai suatu emosi yang dihasilkan dari penilaian-penilaian atas rangkaian pengalaman. Penilaian ini terdiri dari berbagai proses yang berbeda-beda, yang memicu respon afektif.

Ada kesamaan diantara definisi-definisi diatas, yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan atau kinerja hasil yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang dan jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima, setelah mengkonsumsi suatu produk yang dibeli.

Gambar 1.1.

Konsep Kepuasan Pelanggan



Sumber: Tjiptono, Fandy (2000), Manajemen Jasa, Yogyakarta: penerbit Andi.

Pada gambar 1.1. tersebut dapat dilihat bahwa antara tujuan perusahaan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan berjalan beriringan. Hingga masing-masing pihak akan bertemu di satu titik untuk menyamakan tujuan perusahaan dengan keinginan pelanggan tersebut.

Perusahaan mengarahkan produk dan jasanya kearah kepuasan konsumen berdasarkan tanggapan pelanggan di masa lalu yang didapat dari hasil penelitian. Pelaksanaan penelitian kepuasan pelanggan biasanya ditujukan untuk meneliti tingkat kepuasan pelanggan, antara lain.

- a) mengukur kepuasan pelanggan atas kemudahan didapatnya barang atau jasa (menyangkut kelancaran distribusi atau penyebaran)

- b) mengukur kepuasan pelanggan melalui kualitas barang atau jasa
- c) mengukur kepuasan pelanggan melalui nilai barang atau jasa
- d) mengukur kepuasan berdasarkan keyakinan pelanggan atas produk yang digunakannya dibandingkan dengan produk lainnya.

Di Indonesia ada beberapa institusi independen yang berkecimpung dalam penelitian kepuasan pelanggan dan memberikan penghargaan. Antara lain Frontier Marketing & Research Consultant yang berkerjasama dengan majalah Swa telah melakukan riset dalam rangka memberikan penghargaan kepada institusi yang memberikan penghargaan optimal bagi pelanggan. Penghargaan itu disebut “*Indonesian Customer Satisfaction Award*” (ICSA).

L4.1.1. Pelanggan

Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performa kita atau perusahaan (Nasution, 2001:16). Manajemen perusahaan *L.L. Bean, Feeport, Maine*, memberikan beberapa definisi tentang pelanggan, yaitu:

- a. Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita yang tergantung kepadanya.
- b. Pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada apa keinginannya.
- c. Tidak seorangpun yang pernah menang beradu argumentasi dengan pelanggan.

d. Pelanggan adalah orang yang teramat penting yang harus dipuaskan. Pelanggan yang biasanya kita kenal adalah pelanggan yang membeli produk barang dan jasa, namun sebenarnya ada tiga jenis pelanggan, yaitu:

a. pelanggan internal

pelanggan internal atau konsumen internal adalah orang-orang yang terlibat dalam proses penyediaan jasa atau proses produksi barang, sejak dari perencanaan, penciptaan jasa atau pembuatan barang, sampai dengan pemasaran dan penjualan dan pengadministrasiannya.

Mereka adalah termasuk karyawan dari top manajemen sampai low manajemen.

Contoh: kepala personalia perusahaan pelanggannya adalah semua pegawai perusahaan.

b. pelanggan eksternal

adalah semua orang yang berada diluar organisasi komersil atau non komersil, yang menerima layanan penyerahan barang atau jasa dari organisasi (perusahaan).

c. Pelanggan antara

Pelanggan antara adalah mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara, bukan sebagai pemakai produk akhir. Distributor yang mendistribusikan produk-produk dan agen perjalanan yang memesan kamar hotel untuk pemakai akhir merupakan contoh dari pelanggan antara.

1.4.1.2. Model Kepuasan

Model kepuasan atau yang disebut "*The Expectancy Disconfirmation Model*" adalah menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen atau pelanggan terbentuk. Model ini mengemukakan bahwa kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen

sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang telah dibeli (Sumarwan, 2004: 322).

Produk berfungsi sebagai berikut:

- a) Produk berfungsi lebih baik dari yang diharapkan, ini yang disebut sebagai diskonfirmasi positif (*positive disconfirmation*). Jika hal ini terjadi maka konsumen akan merasa sangat puas.
- b) Produk berfungsi seperti yang diharapkan, inilah yang disebut konfirmasi sederhana (*simple confirmation*). Produk tersebut tidak memberikan rasa yang sangat puas dan juga tidak mengecewakan. Konsumen atau pelanggan memiliki perasaan netral.
- c) Produk berfungsi lebih buruk dari yang diharapkan, inilah yang disebut sebagai diskonfirmasi negatif (*negative disconfirmation*). Produk yang berfungsi buruk, tidak sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan kekecewaan, sehingga menyebabkan ketidakpuasan.

L4.1.3. Pemicu Kepuasan Pelanggan

Faktor yang memicu kepuasan pelanggan sangat banyak. Bisa jadi menyangkut harga, kualitas produk, kualitas layanan dan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk atau layanan. Kepuasan pelanggan, *E-Factor*, misalnya estetika pelayanan, bagaimana proses interaksinya (menyangkut kenyamanan layanan) dan bagaimana *brand personality*-nya.

Selain itu pemicu kepuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh pelayanan dengan nilai tambah yang diberikan oleh perusahaan, tampilan produk dan jasa serta aspek-aspek tertentu dari bisnis jasa tersebut. Dalam bidang jasa

kepuasan pelanggan yang paling sering adalah berdasarkan nilai *intangible* yaitu emosi pada saat berhubungan dan selama proses pemberian layanan.

Pemicu lainnya juga berasal dari karakteristik produk yang diinginkan pelanggan. Pada umumnya, pelanggan menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih cepat, lebih murah, dan lebih baik. Dalam hal ini ada tiga dimensi yang perlu diperhatikan, yaitu dimensi waktu, dimensi biaya, dan dimensi kualitas.

Karakteristik lebih cepat biasanya berkaitan dengan dimensi waktu yang menggambarkan kecepatan dan kemudahan serta kenyamanan dalam memperoleh produk dan layanan. Karakteristik lebih murah biasanya berkaitan dengan dimensi biaya yang menggambarkan harga atau ongkos dari suatu produk yang harus dibayarkan oleh pelanggan. Karakteristik lebih baik berkaitan dengan dimensi kualitas produk dan layanan yang harus dibayarkan oleh pelanggan (Nasution, 2001: 47).

Barnes menyatakan bahwa faktor pemicu kepuasan pelanggan terbagi dalam lima level, dan pada masing-masing level menunjukkan semakin tingginya kontak personel antara karyawan dengan pelanggan (Barnes, 2003:69). Level tersebut adalah:

- Level 1: produk dan jasa inti

Esensinya adalah penawaran yang diberikan perusahaan atau instansi yang diwakili oleh produk atau jasa inti yang disediakan perusahaan. Contohnya: buku dari toko buku. Ini adalah hal yang paling mendasar yang ditawarkan pada pelanggan sekaligus hal tersulit bagi perusahaan atau instansi untuk membuat lain dari yang lain.

- Level 2: sistem dan pelayanan pendukung

Ini meliputi layanan-layanan pendukung yang bisa meningkatkan kelengkapan dari layanan atau produk inti. Contohnya: sistem pembayaran dan penghantaran, sistem inventarisasi, pendukung teknis dan perbaikan.

- Level 3: performa teknis

Berkaitan dengan apakah perusahaan menetapkan produk inti dan layanan pendukungnya dengan benar. Perusahaan menampilkan produk kepada pelanggan sesuai yang dijanjikan. Dalam level ini perusahaan mungkin menghasilkan produk yang berkualitas, dan perusahaan mungkin sudah memiliki sistem dan prosedur penghantaran, tetapi mereka tidak melakukannya dengan benar sehingga proses dan sistem yang dijalankan gagal.

- Level 4: elemen-elemen interaksi dengan pelanggan

Perusahaan bertemu langsung dengan pelanggan, mengacu pada interaksi penyedia jasa dengan pelanggan melalui tatap muka langsung atau melalui kontak berbasis teknologi.

- Level 5: elemen emosional – dimensi afektif pelayanan

Bagaimana menumbuhkan perasaan positif dalam diri pelanggan. Perasaan dan emosi yang dikomunikasikan; pada intinya perasaan apa yang kita tumbuhkan pada mereka.

I.4.1.4. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang dapat digunakan antara lain seperti yang diungkapkan oleh Kotler, 2001: 300-301, yaitu:

- *Survei kepuasan pelanggan.*

Perusahaan yang tanggap melakukan pengukuran langsung kepuasan pelanggan dengan melakukan survei yang teratur. Mengirim kuesioner atau menelepon ke sampel pelanggan terbaru untuk mengetahui bagaimana perasaan mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan.

Perusahaan dapat bertanya langsung seberapa puas dengan produk ini? Apakah anda kecewa, agak kecewa, tidak kecewa dan tidak puas, agak puas atau sangat puas? Atau dapat meminta responden untuk menilai berapa besar harapan mereka atas atribut tertentu dan berapa besarkah sebenarnya yang mereka dapatkan.

- ***Sistem penyampaian keluhan dan saran.***

Organisasi yang berpusat pada pelanggan mempermudah pelanggan untuk menyampaikan saran atau keluhan. Rumah Sakit misalnya dengan menyediakan kotak saran, menyediakan kartu komentar untuk pasien yang akan keluar, atau dengan memasang hot-line bebas pulsa untuk mempermudah pelanggan minta keterangan. Memberi saran, dan mengeluh. Sistem ini membantu perusahaan untuk bertindak cepat untuk menyelesaikan masalahnya tapi juga memberi perusahaan untuk banyak gagasan bagus untuk meningkatkan produk dan jasa.

- ***Personel lini depan yang penuh perhatian.***

Karyawan yang memiliki kontak langsung dengan pelanggan dapat memberikan sumber informasi yang sangat baik tentang kepuasan pelanggan. Mereka pertama yang paling tahu apa yang memuaskan dan mengecewakan pelanggan. Tetapi karyawan tersebut haruslah terlatih untuk mengamati dan mendengarkan pelanggan, menangani dan melaporkan keberhasilan. Harus mampu mengubah kekecewaan pelanggan menjadi kepuasannya.

- ***Berbelanja gadungan.***

Mempekerjakan orang untuk berperan sebagai pembeli, untuk melaporkan pengalaman mereka dalam membeli produk perusahaan pesaing. “pembeli gadungan” ini bahkan dapat menguji apakah karyawan perusahaan dapat menangani keadaan sulit dengan baik. Perusahaan tidak hanya bisa memanfaatkan pembeli gadungan tapi para manajer sendiri juga dapat merasakan sebagai “pelanggan”.

- ***Analisis pembelotan pelanggan.***

Perusahaan harus mengontak pelanggan yang telah berhenti membeli, atau mereka yang telah beralih ke pesaing. Untuk mempelajari mengapa hal ini bisa terjadi.

Dua manfaat penting dengan menanyai pelanggan yang membelot. *Pertama*, penyelidikan ini mengidentifikasi produk atau jasa perusahaan yang menyebabkan pelanggan tersebut beralih. *Kedua*, penyelidikan ini memberikan peluang untuk menuntaskan upaya untuk mempertahankan pelanggan. Sering mereka dapat mengembalikan pelanggan yang membelot hanya dengan mengontak mereka, mendengar keluhan mereka, dan membuat upaya yang ikhlas untuk memperbaiki masalah itu.

I.4.2. Pelayanan

Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya manusia berusaha, baik melalui aktivitas sendiri, maupun secara tidak langsung melalui aktivitas orang lain. Aktivitas adalah suatu proses penggunaan akal, pikiran, panca indera dan anggota badan dengan atau tanpa alat bantu yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan baik dalam bentuk barang maupun jasa. *Proses*

pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung inilah yang dinamakan pelayanan (Moenir, 2000:16).

Arti proses itu sendiri menurut Fred Luthans adalah "*... any action which is performed by management to achieve organizational objectives*". Disini pengertian proses terbatas dalam kegiatan manajemen dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Namun dalam arti luas pelayanan adalah proses menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan.

Gronroos juga memiliki pendapat tersendiri atas definisi pelayanan, yaitu:

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan (Ratminto, 2005: 2).

Jasa pelayanan oleh Olsen dan Wyckoff didefinisikan sebagai sekelompok manfaat yang berdaya guna baik secara eksplisit maupun implisit atas kemudahan untuk mendapatkan barang maupun jasa pelayanan (Yamit, 2001: 22).

Pelayanan umum atau pelayanan publik bermula dari adanya kepentingan umum. Dan kepentingan umum adalah himpunan dari kepentingan pribadi yang telah disublimasikan, dan tidak bertentangan dengan norma masyarakat serta aturan yang berlaku.

Apabila kepentingan pribadi dari sekelompok orang sama, kemudian disatukan maka kepentingan itu beralih menjadi kepentingan kelompok, dan selanjutnya jika kelompok itu makin besar kepentingannya berubah menjadi kepentingan umum. Sedang pengertian kepentingan pribadi adalah

pengejawantahan atau perwujudan dari keinginan memenuhi hak pribadi seseorang (Moenir, 2000: 6).

Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara nomor 81 tahun 1993 yang kemudian disempurnakan dengan KEPMEN Pendayagunaan Aparatur Negara nomor 63 tahun 2003, mendefinisikan pelayanan umum sebagai:

Segala bentuk pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi Pemerintah di Pusat, di Daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah dalam bentuk barang dan atau jasa, baik dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan (Ratminto, 2005: 4).

Pelayanan publik yang diberikan oleh sebuah perusahaan atau instansi, dalam hal ini bukan hanya sebuah proses manajemen. Karena adanya berbagai pihak yang terlibat, bahkan sampai kepada individu-individu untuk memberikan pelayanan yang unggul kepada masyarakat. Sehingga tujuan organisasi tersebut akan tercapai dan akan dapat diwujudkan pelayanan yang didambakan oleh masyarakat.

Perwujudan pelayanan yang didambakan itu sebagaimana diungkapkan oleh Moenir, 2000: 41-44, antara lain:

- Adanya kemudahan dalam pengurusan kepentingan dengan pelayanan yang cepat dalam arti tanpa hambatan yang kadang kala dibuat-buat.
- Memperoleh pelayanan secara wajar tanpa gerutu, sindiran, atau untaian kata lain yang nadanya mengarah pada permintaan sesuatu, baik dengan alasan untuk dinas (pembelian kertas, ganti ongkos fotokopi) atau alasan untuk kesejahteraan.

- Mendapat perlakuan yang sama dalam pelayanan terhadap kepentingan yang sama, tertib dan tidak “pandang bulu” artinya kalau memang untuk pengurusan permohonan itu harus antri secara tertib hendaknya semua diwajibkan antri.
- Pelayanan yang jujur dan terus terang, artinya apabila ada hambatan karena suatu masalah yang tidak dapat dielakkan hendaknya diberitahukan sehingga orang tidak menunggu sesuatu yang tidak menentu.

Keempat hal tersebut menjadi dambaan setiap orang yang berurusan dengan badan atau instansi yang bertugas melayani masyarakat. Apabila hal-hal itu dapat terpenuhi masyarakat akan puas, dan dampak kepuasan masyarakat akan terlihat pada:

- Masyarakat sangat menghargai (*respect*) kepada korps pegawai yang bertugas pada bidang pelayanan publik. Mereka tidak memandang remeh dan mencemooh korps itu dan tidak berlaku sembarangan.
- Masyarakat terdorong mematuhi aturan dengan penuh kesadaran tanpa prasangka buruk, sehingga lambat laun dapat terbentuk sistem pengendalian diri (*self control*) yang akan sangat efektif dalam ketertiban berpemerintahan dan bernegara.
- Ada rasa bangga pada masyarakat atas karya korps pegawai di bidang layanan umum, rasa bangga itu akan membawa dampak positif terhadap usaha mempertahankan citra korps pegawai yang tangguh, tanggap dan disiplin.

- Kelambatan-kelambatan yang biasa ditemui, dapat dihindarkan dan ditiadakan. Sebaliknya akan dapat ditumbuhkan percepatan kegiatan di masyarakat di semua bidang kegiatan baik ekonomi, sosial dan budaya.
- Karena ada kelancaran di bidang pelayanan umum, gairah usaha dan inisiatif masyarakat akan meningkat yang akan meningkatkan usaha pengembangan ipoleksosbud masyarakat ke arah tercapainya masyarakat adil dan makmur berlandaskan Pancasila.

I.4.2.1. Hakikat Pelayanan Publik

Keputusan MENPAN nomor 63 tahun 2003 menyatakan bahwa hakikat pelayanan publik adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat. Pemberian pelayanan yang prima tersebut dapat dilaksanakan apabila memiliki landasan yang kuat. Oleh sebab itu pelayanan publik di Indonesia memiliki asas, prinsip, dan standar pelayanan yang harus dilaksanakan.

1. Asas pelayanan publik

a) Transparansi

Bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.

b) Akuntabilitas

Dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

c) Kondisional

Sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang teguh pada prinsip efisiensi dan efektifitas.

d) Partisipatif

Mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.

e) Kesamaan hak

Tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan suku, ras, agama, golongan, gender dan status ekonomi.

f) Keseimbangan hak dan kewajiban

Pemberi dan penerima pelayanan publik harus memenuhi hak dan kewajiban masing-masing pihak (Ratminto, 2005: 19).

2. Prinsip pelayanan publik

Penyelenggaraan pelayanan publik harus memenuhi beberapa prinsip sesuai dengan keputusan MENPAN nomor 63 tahun 2003, yaitu:

a) Kesederhanaan

Prosedur pelayanan publik tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan

b) Kejelasan

Mencakup kejelasan dalam hal

- ◆ Persyaratan teknis dan administratif pelayanan publik;
- ◆ Unit kerja/pejabat yang berwenang dan bertanggungjawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan/sengketa dalam pelaksanaan pelayanan publik;

◆ Rincian biaya pelayanan publik dan tata cara pembayaran.

c) Kepastian waktu

Pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan

d) Akurasi

Produk pelayanan publik diterima dengan benar, tepat, dan sah.

e) Keamanan

Proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum

f) Tanggungjawab

Pimpinan penyelenggara pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggungjawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan dalam melaksanakan pelayanan pblik.

g) Kelengkapan sarana dan prasarana

Tersedianya sarana dan prasarana kerja, peralatan kerja dan pendukung lainnya yang memadai termasuk penyediaan sarana teknologi telekomunikasi dan informatika (telematika)

h) Kemudahan akses

Tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau masyarakat, dan dapat memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informatika.

i) Kedisiplinan, kesopanan, keramahan

Pemberi pelayanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah, serta memberikan pelayanan dengan ikhlas.

j) Kenyamanan

Lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan seperti parkir, toilet, tempat ibadah, dan lain-lain (Ratminto, 2005: 21).

3. *Standar pelayanan publik*

Standar pelayanan publik merupakan jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan dalam penyelenggaraan pelayanan publik. Standar tersebut merupakan ukuran yang dibakukan yang wajib ditaati oleh pemberi dan atau penerima pelayanan, yaitu:

a) *Prosedur pelayanan*

Prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan.

b) *Waktu penyelesaian*

Waktu penyelesaian yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan termasuk pengaduan

c) *Biaya pelayanan*

Biaya/tarif pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan

d) *Produk pelayanan*

Hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan

e) *Sarana dan prasarana*

Penyediaan sarana dan prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik

f) Kompetensi petugas pemberi pelayanan

Kompetensi petugas pemberi pelayanan harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, ketrampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan (Ratminto, 2005: 24).

1.4.2.2. Bentuk Layanan

Secara umum terdapat tiga bentuk layanan, yaitu: 1) layanan dengan lisan, 2) layanan dengan tulisan, 3) layanan dengan perbuatan (Moenir, 2000: 190). Ketiga bentuk layanan ini tidak bisa berdiri sendiri, karena dalam sebuah layanan terdapat suatu proses yang melibatkan ketiga bentuk layanan tersebut. Sehingga ketiganya bersifat komplementer dalam menunjang sebuah proses pelayanan.

(a) Layanan dengan tulisan

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas di bidang Hubungan Masyarakat (Humas), bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan. Agar supaya layanan lisan dapat berhasil, ada syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku layanan, yaitu:

- Memahami benar masalah-masalah yang termasuk dalam bidang tugasnya
- Mampu memberikan penjelasan apa yang perlu dengan lancar, singkat tetapi cukup jelas sehingga memuaskan bagi mereka yang ingin memperoleh kejelasan mengenai sesuatu.
- Bertingkah laku sopan dan ramah.

- Meski dalam keadaan “sepi” tidak ngobrol dan bercanda dengan teman, karena menimbulkan kesan tidak didiplin dan melalaikan tugas.
- Tidak melayani orang-orang yang ingin sekedar “ngobrol” dengan cara yang sopan.

(b) Layanan melalui tulisan

Merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dari segi jumlah tapi juga dari segi peranan. Pada dasarnya layanan melalui tulisan cukup efisien terutama bagi layanan jarak jauh karena faktor biaya. Agar layanan dalam bentuk tulisan dapat memuaskan pihak yang dilayani, satu hal yang harus diperhatikan ialah faktor kecepatan, baik dalam pengolahan masalah maupun dalam proses penyelesaiannya.

Layanan tulisan terdiri dari dua golongan, pertama layanan berupa petunjuk, informasi dan yang sejenis ditujukan pada orang-orang yang berkepentingan, agar memudahkan mereka dalam berurusan dengan instansi atau lembaga; kedua, layanan berupa reaksi tertulis atas permohonan, laporan, keluhan, pemberian/ penyerahan, pemberitahuan dan lain sebagainya.

(c) Layanan berbentuk perbuatan

Pada umumnya layanan dalam bentuk perbuatan 70-80 % dilakukan oleh petugas-petugas tingkat menengah dan bawah. Karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan terhadap hasil perbuatan atau pekerjaan.

1.4.2.3. Sasaran Pelayanan Publik

Sasaran layanan publik adalah kepuasan. Hal ini bukanlah sesuatu yang sederhana, disebabkan untuk menciptakan sebuah kepuasan sendiri merupakan proses yang rumit. Karena kepuasan seringkali bersifat subyektif hingga tidak dapat diukur dengan pasti.

Kepuasan sebagai sasaran utama sebuah pelayanan mempunyai dua komponen yaitu komponen layanan dan produk (Moenir, 2000: 197).

(a) Layanan

Agar layanan dapat memuaskan, maka pemberi layanan harus memenuhi empat persyaratan pokok, yaitu:

- Tingkah laku yang sopan

Sopan santun merupakan bentuk penghargaan atau penghormatan kepada orang lain, dengan sopan santun orang merasa dihormati dan dihargai sebagai layaknya dalam hubungan kemanusiaan, dan dengan demikian sudah menjadi kepuasan tersendiri bagi yang bersangkutan. Kesopanan dalam tingkah laku tidak terbatas pada tindak-tanduk saja melainkan ada rangkaian tegur sapa dan tutur kata. Seorang tamu akan merasa puas apabila ditegur lebih dahulu oleh petugas yang menyakan kepentingan atau keperluannya.

- Cara menyampaikan

Cara menyampaikan hendaknya memperhatikan pada prinsip yang berlaku. Hal ini menghindari penyampaian yang menyimpang, sehingga memungkinkan petugas berbuat penyimpangan lebih jauh. Dalam hal penyampaian haruslah

diciptakan cara yang terjamin, baik dari segi waktu, penerimaan secara utuh oleh yang bersangkutan dan pengamanannya.

- Waktu penyampaian

Waktu penyampaian surat-surat atau dokumen sebagai produk dari pengolahan masalah, merupakan hal penting dalam rangkaian pelayanan. Penyampaian hasil olahan yang tepat, sangat didambakan oleh setiap orang yang mempunyai permasalahan. Karena hal itu mempunyai nilai tersendiri, yang tidak dapat disamakan dengan barang atau uang.

- Keramahtamahan

Hal ini hanya terdapat dalam bentuk pelayanan lisan, baik berhadapan maupun melalui hubungan telepon. Wujud keramahtamahan dapat ditandai melalui:

- Cara pembicaraan wajar, tidak dibuat-buat
- Cukup jelas, tidak menimbulkan keraguan
- Disampaikan dengan hati tulus dan terbuka
- Gaya bahasa sopan dan benar.

(b) Produk

- Barang

Suatu barang dapat diperoleh melalui layanan pihak lain, misalnya transaksi jual beli antara seseorang dengan pihak penjual atau perantara. Semua penjual akan menjual barang-barangnya melalui promosi dan layanan yang disertai berbagai macam harapan yang menarik (perawatan putna jual, potongan harga, atau hadiah lainnya). Semua itu dilakukan dengan sasaran peningkatan permintaan dan

kepuasan penerima barang. Kepuasan penerima barang akan menjadi suatu bentuk promosi, karena orang yang puas dapat mempengaruhi orang yang lain.

- Jasa

Produk jasa yang dimaksud adalah suatu hasil yang tidak berupa dalam bentuk fisik tak berdimensi, tetapi dapat dinikmati oleh pancaindera dan atau perasaan (gerak, suara, keindahan, kenyamanan, rupa) disamping memang ada yang bentuk fisik yang dituju (penampilan, warna, dan lainnya). Produk jasa ini dapat memuaskan semua pihak yang bersangkutan apabila hasil karya, penyajian atau pelaksanaannya memenuhi spesifikasi, keterangan, janji atau kesanggupan tertulis dari pihak pembuat atau pelaksana.

- Surat-surat berharga

Produk ini banyak ragamnya, yang pada umumnya sebagai hasil kegiatan atau pekerjaan administrasi perkantoran. Surat-surat tersebut sangat berharga bagi pemiliknya karena surat tersebut menjadi tanda atas pemenuhan haknya. Kepuasan pertama adalah penerimaan surat-surat berharga tersebut oleh pemiliknya dan kepuasan yang kedua menyangkut keabsahan dari surat-surat tersebut.

1.4.2.4. Konsep Jasa

Pada umumnya produk dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara. Salah satu cara yang banyak digunakan adalah klasifikasi berdasarkan daya tahan atau berwujud tidaknya suatu produk. Berdasarkan kriteria ini ada tiga kelompok yaitu:

- Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Atau dengan kata lain umur ekonomisnya kurang dari satu tahun. Contohnya sabun, garam, gula dan sebagainya.

- **Barang tahan lama (*durable goods*)**

Barang tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya bertahan lama dan memiliki umur ekonomis lebih dari satu tahun. Contohnya antara lain mobil, komputer, kulkas dan sebagainya.

- **Jasa (*services*)**

Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya salon kecantikan, jasa pengacara, pemandu wisata, hotel, dan sebagainya.

Sebenarnya pembedaan secara tegas antara barang dan jasa seringkali sukar dilakukan. Hal ini dikarenakan pembelian suatu barang seringkali disertai dengan jasa-jasa tertentu (misalnya pemberian garansi, perawatan, reparasi) dan sebaliknya pembelian suatu jasa juga melibatkan barang yang melengkapi (misalnya makanan di restoran). Namun Kotler mendefinisikan jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. (Tjiptono, 2000: 6).

L4.2.5. Karakteristik Jasa

Ada empat karakteristik jasa yang membedakan dengan barang yaitu:

- *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa berbeda dengan barang. Jika barang merupakan suatu objek, alat, atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (*performance*), atau usaha. Jasa bersifat *intangible*, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium, atau didengar sebelum dibeli. Konsep *intangible* ini memiliki dua pengertian (Bery dalam Enis dan Cox, 1998 dan Tjiptono, 2000: 15), yaitu:

- a. Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa
- b. Sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan, atau dipahami secara rohaniah.

Seseorang tidak dapat menilai hasil dari jasa sebelum ia menikmatinya sendiri. Bila pelanggan membeli jasa, maka ia hanya menggunakan, memanfaatkan, atau menyewa jasa tersebut.

- *Inseparability* (tidak terpisahkan)

Jasa biasanya dijual lebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Keduanya mempengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa tersebut. Dalam hubungan penyedia jasa dan pelanggan ini, efektivitas individu yang menyampaikan jasa (*contact personnel*) merupakan unsur penting. Dengan demikian proses rekrutmen, kompensasi, pelatihan, dan pengembangan karyawan adalah unsur yang penting. Selain itu partisipasi atau keterlibatan pelanggan dan fasilitas pendukung jasa sangat perlu diperhatikan.

- *Variability* (keanekaragaman)

Jasa bersifat *variable* karena merupakan *nonstandardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Ada tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa seperti yang diungkapkan oleh Bovee, Houston, dan Thill, 1995 (Tjiptono, 2000: 17) yaitu kerjasama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa, moral atau motivasi karyawan dalam melayani pelanggan, dan beban kerja perusahaan.

- *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni, jam tertentu di tempat praktik dokter yang tidak ada pasien akan berlalu begitu saja karena tidak dapat disimpan. Dengan demikian bila suatu jasa tidak dapat digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.

Menurut Stanton, Etzel, dan Walker (Tjiptono, 2000: 18) ada pengecualian dalam karakteristik *perishability* dan penyimpanan jasa. Dalam kasus tertentu, jasa bisa disimpan, yaitu dalam bentuk pemesanan (misalnya reservasi tiket pesawat dan kamar hotel), peningkatan permintaan akan suatu jasa pada saat permintaan sepi, dan penundaan penyampaian jasa (misalnya asuransi).

1.4.2.6. Konsep Kualitas Jasa

Untuk mendefinisikan kualitas tidaklah mudah karena ada berbagai aspek yang bisa mendasari. Contohnya dalam menentukan kualitas makanan olahan adalah: harga, kemasan yang digunakan, rasa makanan tersebut, terdaftar dalam badan kesehatan, dan bahan-bahan yang digunakan untuk mengolah. Hal tersebut ditinjau dari aspek hasil. Konsep kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan suatu

produk (barang dan jasa). Kotler menyatakan bahwa kualitas produk dapat ditinjau dari dua aspek yaitu:

- 1) Kualitas kinerja mengacu pada tingkat suatu produk melakukan fungsinya. Misalnya mercedes memberikan kualitas kinerja yang lebih tinggi daripada Volkswagen: mercedes dikendarai lebih mulus, penanganan lebih baik, dan tahan lama. Mercedes lebih mahal dan dijual ke pasar dengan cara dan persyaratan yang lebih tinggi.
- 2) Kualitas kesesuaian mengacu pada bebas dari cacat dan kekonsistenan produk memberikan tingkat kinerja yang diberikan. Dengan demikian mercedes dan volkswagen dapat dikatakan menawarkan kualitas kesesuaian yang ekuivalen terhadap pasarnya masing-masing, sejauh masing-masing secara konsisten memberikan apa yang diharapkan pasarnya. (Kotler, 2001: 310)

Terdapat berbagai definisi kualitas yang diungkapkan oleh berbagai ahli yang antara lain diungkapkan oleh Juran (dalam V. Daniel Hunt, 1993: 32 dan M.N. Nasution, 2001: 15) kualitas produk adalah *kecocokan penggunaan produk (fitness for use) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.*

Kecocokan penggunaan produk adalah apabila produk mempunyai daya tahan penggunaan yang lama, meningkatkan citra atau status konsumen yang memakainya, tidak mudah rusak, adanya jaminan kualitas (*quality assurance*), dan sesuai etika bila digunakan. Khusus untuk jasa diperlukan pelayanan yang ramah, sopan serta jujur sehingga dapat menyenangkan atau memuaskan pelanggan.

Kecocokan penggunaan itu didasarkan pada lima ciri utama yaitu:

- a. teknologi, yaitu kekuatan atau daya tahan
- b. psikologis, yaitu cita rasa atau status
- c. waktu, yaitu kehandalan
- d. kontraktual, yaitu adanya jaminan
- e. etika, yaitu sopan santun, ramah atau jujur.

Goetsh dan Davis (Tjiptono, 2000: 51) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Menurut Crosby, 1979: 58 (Nasution, 2001: 16) kualitas adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang ditentukan. Standar kualitas meliputi bahan baku, proses produksi, dan produk jadi.

Sedangkan Garvin (Nasution, 2001: 16) menyatakan kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah sehingga kualitas produk juga harus diubah atau disesuaikan.

Dari beberapa pendapat diatas terdapat beberapa persamaan yang dapat kita simpulkan dari definisi kualitas, yaitu:

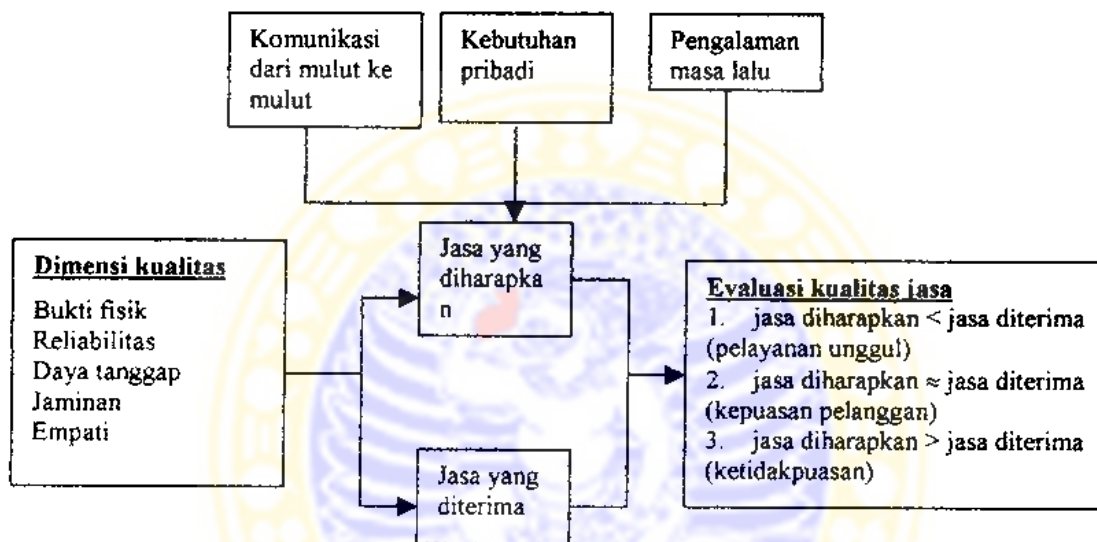
- a. kualitas mencakup usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan
- b. kualitas mencakup produk, jasa manusia, proses dan lingkungan

c. kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Parasuraman juga mengemukakan model kualitas jasa yang dapat dilihat pada gambar 1.2.

Gambar 1.2.

Model Kualitas Jasa



Sumber: Fitzsimmons, James A. dan Mona J. Fitzsimmons (1994), *Service Management For Competitive Advantage*, New York: McGraw Hill-Inc, hal 190.

Dari model tersebut dapat dilihat bahwa seseorang memiliki persepsi tentang kualitas sebuah produk barang dan jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

- Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama produk-produk yang dirasakan beresiko tinggi.
- Komunikasi melalui iklan dan pemasaran. Orang-orang di bagian penjualan dan periklanan sebaiknya tidak membuat iklan yang berlebihan, melewati tingkat harapan pelanggan. Iklan yang berlebihan dan secara aktual tidak

mampu memenuhi harapan pelanggan akan berdampak negatif terhadap persepsi pelanggan.

- Kebutuhan dan keinginan yang dirasakan pelanggan ketika sedang melakukan transaksi dengan produsen/ pemasok. Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, maka harapan pelanggan akan tinggi, demikian sebaliknya.
- Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan atau pesaing-pesaingnya.

Sedangkan dengan evaluasi kualitas jasa sebuah perusahaan atau organisasi dapat mengetahui sejauhmana kinerja dari pelayanan yang diberikan, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Kinerja < harapan (performance < expectation)

Bila kinerja layanan menunjukkan keadaan dibawah harapan pelanggan, maka pelayanan kepada pelanggan dianggap tidak memuaskan.

Kinerja = harapan (performance = expectation)

Bila kinerja menunjukkan sama atau sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka pelayanan dianggap memuaskan tapi tingkat kepuasannya adalah minimal karena pada keadaan seperti ini dianggap belum memberikan keistimewaan layanan.

Kinerja > harapan (performance > expectation)

Bila kinerja layanan menunjukkan lebih dari yang diharapkan pelanggan, maka pelayanan dianggap istimewa atau sangat memuaskan karena pelayanan yang diberikan pada tahap optimal. (Barata, 2003: 38).

I.4.2.7. Perspektif Kualitas

David Garvin (dalam Lovelock: 1994; Ross: 1993; Tjiptono: 1995) mengidentifikasi adanya lima perspektif kualitas yang digunakan, yaitu:

1) Transcedental Approach

Kualitas dalam pendekatan ini dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan. Sudut pandang ini biasanya diterapkan dalam seni musik, drama, seni tari, dan seni rupa. Selain itu perusahaan atau instansi dapat mempromosikan produknya dengan pernyataan yang menyenangkan seperti tempat belanja yang menyenangkan (supermarket), elegan (mobil), layanan yang cepat dan mudah (SAMSAT) dan lain sebagainya.

2) Product based Approach

Pendekatan ini menganggap kualitas sebagai karakteristik atau atribut yang dapat dikuantifikasikan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. Karena pandangan ini sangat objektif maka tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam selera, dan kebutuhan.

3) User based Approach

Pendekatan ini berdasarkan pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya *perceived quality*) merupakan produk yang berkualitas tinggi. Pandangan yang subjektif ini menyatakan bahwa pelanggan yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan berbeda, sehingga kualitas bagi seseorang sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya.

4) *Manufacturing based Approach*

Pendekatan ini bersifat *supply based* dan terutama memperhatikan praktik-praktik perkerjasama dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai sama dengan persyaratannya. Dalam sektor jasa dapat dikatakan bahwa kualitasnya bersifat *operation driven*. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal. Jadi yang menentukan kualitas adalah standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang menggunakannya.

5) *Value based Approach*

Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang berkualitas paling tinggi belum tentu yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah produk yang paling tepat dibeli (*best buy*).

1.4.2.8. Dimensi Kualitas

Ada delapan dimensi kualitas yang dikembangkan Garvin (Nasution, 2001: 17) dan dapat dipergunakan sebagai kerangka perencanaan strategis analisis terutama untuk produk manufaktur. Dimensi tersebut adalah:

- a. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti. Contohnya performa dari produk TV berwarna adalah memiliki gambar yang jelas, performa dari mobil adalah akselerasi, kecepatan, kenyamanan dan lain-lain.
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap. Contohnya *features* untuk produk penerbangan adalah memberikan minuman atau makanan dalam pesawat, pembelian tiket melalui telepon dan penyerahan tiket di rumah.

- c. Kehandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil suatu produk akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai. Kehandalan merupakan karakteristik yang merefleksikan tingkat keberhasilan dalam penggunaan produk, misalnya kehandalan mobil adalah kecepatan.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), yaitu sejauh mana karakteristik disain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan. Sebagai contoh apakah semua pintu mobil untuk model tertentu yang diproduksi berada dalam rentang dan toleransi yang dapat diterima: $30 \pm 0,01$ inci?
- e. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan. Contohnya pelanggan akan membeli ban mobil berdasarkan daya tahan ban tersebut dalam penggunaannya.
- f. *Service ability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, penanganan keluhan yang memuaskan. Contohnya perusahaan otomotif yang memberikan pelayanan perawatan atau perbaikan mobil sepanjang 24 jam.
- g. Estetika (*aesthetic*), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Merupakan karakteristik mengenai keindahan yang bersifat subyektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari pilihan individu.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Contohnya seseorang akan membeli produk elektronik merek Sony karena memiliki reputasi sebagai produk yang berkualitas, meskipun orang itu belum pernah menggunakannya.

Bila dimensi-dimensi diatas lebih banyak digunakan pada perusahaan manufaktur, maka berdasarkan penelitian terhadap beberapa jenis jasa, Zeithaml, Berry dan Parasuraman (Fitzsimmons dan Fitzsimmons, 1994: 189-190) mengidentifikasi lima kelompok karakteristik yang digunakan pelanggan dalam mengevaluasi jasa, yaitu:

- Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Pelayanan yang handal merupakan harapan pelanggan hal itu berarti pelayanan tersebut tepat waktu di setiap saat, dalam aturan yang sama dan tanpa kesalahan.
- Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- Jaminan (*assurance*), mencakup kemampuan memberikan pelayanan, kesopanan dan menghormati pelanggan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Dengan adanya dimensi kualitas tersebut maka setiap perusahaan atau instansi memiliki dasar yang dipakai pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Sehingga dapat tercapai pelayanan yang unggul dimana akan memenuhi harapan pelanggan atau bahkan melebihi harapan tersebut.

I.4.2.9. Kualitas Pelayanan (*SERVQUAL*)

Untuk mengukur kualitas jasa bukanlah pekerjaan mudah, karena banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Parasuraman *et al* menggunakan *SERVQUAL* sebagai alat untuk mengukur kualitas jasa. Dimana pengukuran tersebut dibangun dari model kualitas jasa yang memiliki lima dimensi dalam pengukuran yaitu: bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Dalam model kualitas jasa tersebut terdapat lima kesenjangan (*gap*) yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa yang berkualitas, yaitu:

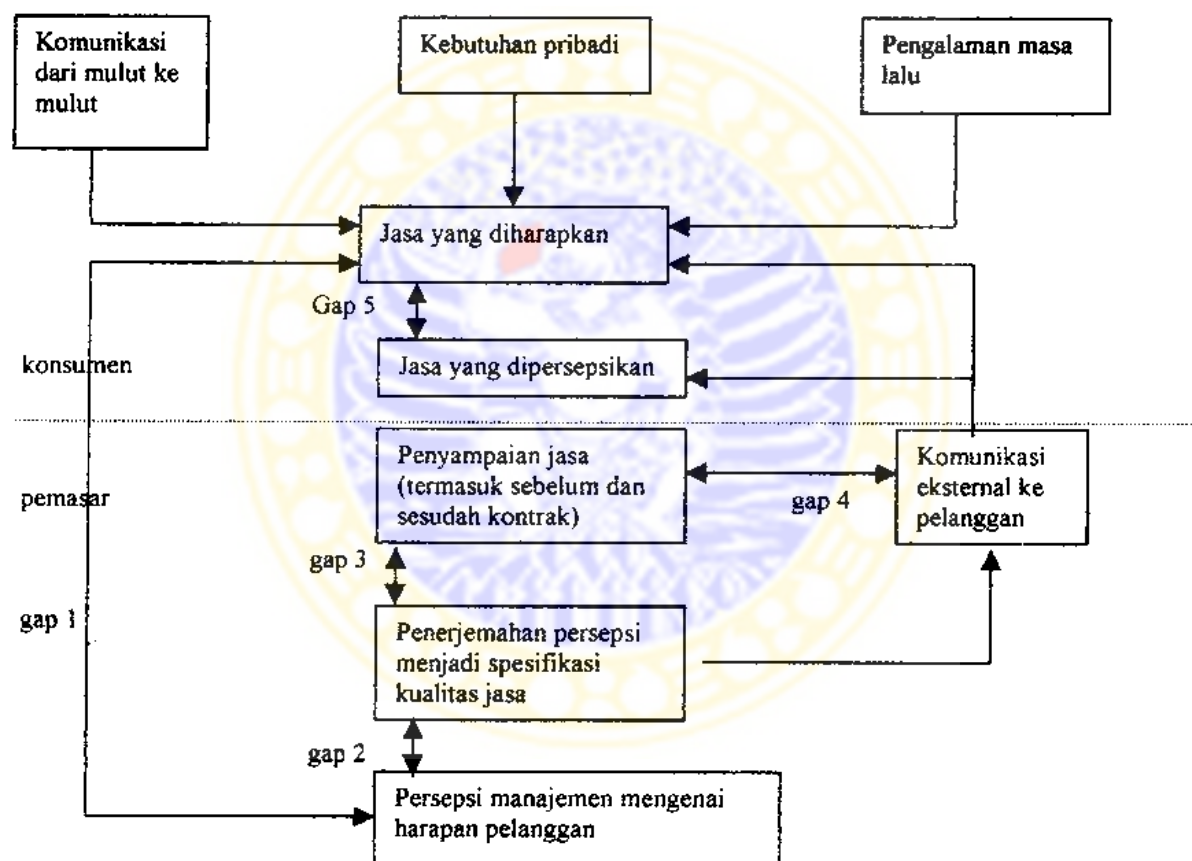
1. Gap 1 (Gap Persepsi Manajemen): kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen. Manajemen tidak selalu memahami secara tepat apa yang diinginkan pelanggan.
2. Gap 2 (Gap Persepsi Kualitas): kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa. Manajemen mungkin memahami secara tepat keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan suatu standar kinerja spesifik.
3. Gap 3 (Gap Penyelenggaraan Pelayanan): kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Para personil mungkin kurang terlatih atau tidak mampu memenuhi standar atau mereka dihadapkan pada standar yang berlawanan.
4. Gap 4 (Gap Komunikasi): kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi internal. Harapan pelanggan dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh para wakil perusahaan atau iklan perusahaan.

5. Gap 5 (Gap Kualitas Pelayanan): kesenjangan antara jasa yang diterima dan jasa yang diharapkan. Kesenjangan ini terjadi bila memiliki persepsi yang keliru tentang kualitas jasa tersebut.

Gambaran dari kesenjangan tersebut dapat dilihat pada gambar 1.3

Gambar 1.3.

Model Gap Kualitas Jasa



sumber: Fitzsimmons, James A. dan Mona J. Fitzsimmons (1994), *Service Management For Competitive Advantage*, New York: McGraw Hill-Inc, hal 193.

1.4.3. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah sebuah tujuan yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan jasa. Karena dengan kepuasan pelanggan maka perusahaan tersebut mampu mengevaluasi kinerja yang dilakukan oleh perusahaannya. Semakin

pelanggan itu puas maka menunjukkan organisasi tersebut sudah dapat berfungsi dengan baik dan mampu mencapai tujuannya.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan sebuah perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan-harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Hal tersebut dijelaskan pula dalam pernyataan, *“the result that service quality is an antecedent of customer satisfaction and that consumer satisfaction exert a stronger influence on purchase intentions than does service quality”* (Usahawan no. 03 tahun XXVIII Maret 1999, hal 30). Dapat diartikan bahwa kualitas jasa menyebabkan atau menghasilkan kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan tersebut mempunyai pengaruh yang kuat terhadap niat beli konsumen.

Kualitas pelayanan salah satunya dapat diukur dan dianalisis berdasarkan adanya kesenjangan penyampaian jasa yang berkualitas kepada pelanggan. Kesenjangan tersebut ada dengan berbagai dasar, namun yang terutama karena adanya perbedaan persepsi dan harapan pelanggan. Perbedaan persepsi dan harapan pelanggan itu yang harus diminimalkan supaya kepuasan pelanggan dapat dimaksimalkan.

Kualitas pelayanan dapat ditinjau dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Hal terpenting dalam penyediaan jasa adalah bagaimana penyedia jasa mampu menyampaikan jasanya dengan baik kepada pemakai jasa. Karena itu dengan

adanya berbagai dimensi-dimensi kualitas pelayanan tersebut, maka dapat dipelajari bagaimana penyampaian jasa itu dapat dilakukan dengan baik.

Bukti fisik adalah indikator pertama yang dapat dilihat dengan nyata oleh pelanggan. Dimana bukti fisik yang pertama dilihat adalah keadaan bangunan dari PLN tersebut, hal itu disebabkan karena seseorang akan cukup terpengaruhi persepsinya dengan apa yang pertama kali dilihatnya. Keadaan bangunan yang mampu memuaskan mata pelanggan tentu akan memberi nilai tambah terhadap persepsi yang diterimanya atas pelayanan PLN.

Kedua adalah faktor kehandalan, hal tersebut seringkali menjadi sumber dari berbagai keluhan yang dilakukan oleh pelanggan. Kehandalan adalah bagaimana penyedia mampu memberikan atau menyampaikan produk jasanya kepada pelanggan. Dalam hal ini kehandalan PT PLN dalam menyediakan listrik bagi pelanggannya adalah hal yang sangat penting dalam mempengaruhi persepsi pelanggan atas jasa yang diterimanya.

Faktor ketiga adalah daya tanggap yang dimiliki sebuah perusahaan terlebih lagi dimiliki oleh para karyawannya, akan membawa dampak terhadap penilaian pelanggan. Daya tanggap dapat berarti kemampuan karyawan dalam merespon keinginan dan kebutuhan para pelanggannya. Oleh karena itu setiap perusahaan yang ingin berhasil harus mampu melatih para karyawannya supaya peka dan tanggap terhadap pelanggan.

Faktor keempat adalah jaminan yang mampu diberikan sebuah perusahaan terhadap pelanggannya baik berupa jaminan terhadap profesionalisme karyawan dalam bekerja juga jaminan yang diberikan dalam menyampaikan produk yang

ditawarkan. Dalam hal ini bagaimana PT. PLN dapat memberikan jaminan keamanan atas instalasi listrik yang berada di lingkungannya.

Faktor terakhir yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan adalah empati dari karyawan terhadap pelanggannya. Adanya *contact personnel* yang tinggi terhadap pelanggan akan membawa dampak positif terhadap citra perusahaan. Hal itu disebabkan saat ini pelanggan tidak hanya membutuhkan produk fisik yang bermutu, namun juga membutuhkan suatu pelayanan dari hati yang dapat memuaskan hati para pelanggan.

Kelima dimensi tersebut saling menunjang satu dengan yang lain. Tidak bisa berdiri sendiri, bila ada salah satu dimensi yang kurang akan sangat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap produk yang diterimanya. Akhirnya akan mempengaruhi juga kepuasan pelanggan tersebut.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan bukanlah hal yang mudah. Karena seringkali harapan dan persepsi setiap orang berbeda dalam menilai barang dan jasa. Untuk memenuhi harapan pelanggan itulah maka setiap organisasi/ perusahaan haruslah mengetahui kebutuhan pelanggannya.

Dengan mengetahui kebutuhan para pelanggan yang dilayaninya maka sebuah organisasi dapat menentukan kualitas layanan yang ingin diberikan. Dan dengan standar pelayanan yang telah disepakati bersama dalam sebuah organisasi, maka setiap pegawai baik dalam jajaran *top manajemen*, *middle manajemen* sampai ke pegawai lini akan mempunyai satu pedoman dapat digunakan dalam menyelesaikan setiap pekerjaannya.

Kualitas pelayanan yang memenuhi standar yang disesuaikan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan akan membawa dampak positif bagi organisasi/perusahaan. Dan memberikan pelayanan yang berkualitas bukan hanya tanggungjawab dari *front liner* atau karyawan lini depan. Tapi memberikan kualitas pelayanan yang baik dan unggul juga harus dimulai oleh jajaran *top manajemen*.

Kualitas pelayanan lebih menekankan pada pelanggan, pelayanan, kualitas dan level atau tingkat. Pelayanan terbaik pada pelanggan (*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kinerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya dan keuntungan).

Kualitas pelayanan terbaik (*excellent*) yang berorientasi pada pelanggan akan menumbuhkan perasaan puas. Hal ini dapat dilihat dari kesungguhan sebuah organisasi dalam menampilkan perusahaannya dan dalam memenuhi komitmen yang dibuatnya. Sehingga dalam dimensi kualitas jasa yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati akan dimaksimalkan fungsinya.

Dengan adanya perencanaan, pembangunan dan pelaksanaan dimensi-dimensi tersebut yang diikuti dengan komitmen bersama maka PT. PLN (Persero) akan mampu memberikan pelayanan terbaik yang memiliki nilai tersendiri bagi pelanggan. Karena dengan adanya nilai lebih itu akan memicu kepuasan pelanggan yang dilayaninya.

1.5. Hipotesis

Hipotesis adalah sarana penelitian ilmiah yang penting dan tidak bisa ditinggalkan, karena ia merupakan instrumen kerja dari teori. Sebagai hasil deduksi dari teori atau proposisi, hipotesa lebih spesifik sifatnya, sehingga lebih siap untuk diuji secara empiris (Singarimbun, 1995: 43).

Untuk hipotesis yang menyatakan hubungan dua atau lebih variabel penelitian, biasanya didasari oleh asumsi-asumsi yang diformulasikan ke dalam bentuk pernyataan yang bersifat deklaratif. Terdapat dua hipotesis penelitian yang biasa dikenal dalam metodologi penelitian sosial (Suyanto & Sutinah (ed), 2005:45-46), yaitu:

Hipotesis Nol (H_0)

Hipotesis nol adalah hipotesis yang menyatakan tidak adanya hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Artinya, dalam rumusan hipotesis seperti ini yang akan diuji adalah ketidakbenaran variabel (X) mempengaruhi variabel (Y). Hipotesis nol (H_0) biasanya diuji melalui tes dan perhitungan statistika yang cermat, untuk menemukan tingkat signifikansi hubungan tertentu dari variabel-variabel yang diteliti. Pada umumnya hipotesis nol dikerjakan untuk menguji ketidakbenaran hubungan variabel-variabel (X) dan (Y). Artinya jika terbukti bahwa hipotesis nol tidak didukung oleh bukti-bukti empiris yang cukup, maka secara implisit bisa diartikan hipotesis kerja dapat diterima.

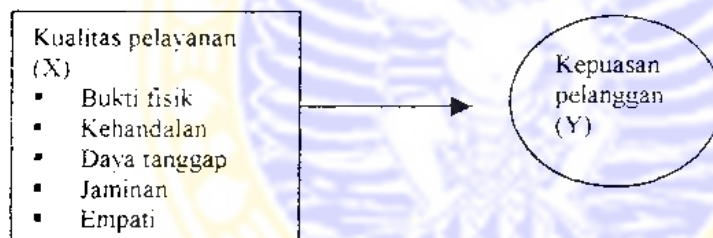
Hipotesis Kerja (H_1)

Hipotesis kerja, biasanya menyatakan adanya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang diteliti. Berbeda dengan hipotesis nol, yang diuji dalam hipotesis kerja adalah kebenarannya untuk diterima sebagai tesis. Hipotesis kerja sering pula disebut dengan hipotesis alternatif.

Dari dua definisi yang dijelaskan tersebut, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

H₀: Tidak ada pengaruh antara tingkat kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

H₁: Ada pengaruh antara tingkat kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.



1.6. Definisi Konsep

1. PT. PLN adalah Badan Usaha Milik Negara yang mengusahakan penyediaan listrik dan usaha penunjang kelistrikan bagi kepentingan umum di Indonesia.
2. Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan atau organisasi dalam memenuhi harapan pelanggan. Dimana hal tersebut dapat dilihat dari produk (barang dan jasa) yang dihasilkan serta kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan.

3. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi yang dilakukan dengan membandingkan apa yang dirasakan atau dipersepsikan dengan apa yang diharapkan. Kepuasan pelanggan yang dimaksudkan adalah perbandingan antara harapan pelanggan PT. PLN sebelum menjadi pelanggan PT. PLN, dengan apa yang mereka rasakan setelah menjadi pelanggan PT. PLN.

I.7. Definisi Operasional

1. Kualitas pelayanan adalah tingkat kemampuan perusahaan/organisasi dalam memenuhi harapan pelanggan yang diukur dari:
 - 1.1. Bukti fisik, diukur dengan:
 - 1.1.a. Penggunaan teknologi yang meliputi:
 - Pemakaian komputer dalam memproses data
 - Pemakaian telepon dalam komunikasi jarak jauh
 - Pemakaian *air conditioner* untuk penyejuk ruangan
 - Pemakaian teknologi nomor antri digital
 - 1.1.b. Fasilitas fisik berdaya tarik yang meliputi:
 - Penataan ruang
 - Kebersihan gedung
 - Kerapian barang dan peralatan
 - Kenyamanan ruangan
 - 1.1.c. Penampilan Pegawai yang meliputi:
 - Pegawai yang menjaga kerapian rambut dan penampilan
 - Pegawai yang menjaga kebersihan pakaian

- Pegawai yang memakai pakaian rapi sesuai dengan etika

1.1.d. Fasilitas sesuai jasa yang ditawarkan yang meliputi:

- Berfungsinya peralatan kelistrikan

1.2. Keandalan, diukur dengan:

1.2.a. Suplai listrik yang meliputi:

- Listrik tidak sering mati

1.2.b. Sistem pencatatan bebas dari kesalahan yang meliputi:

- Pencatatan kwh meter listrik yang tepat
- Pencatatan rekening listrik yang tepat

1.2.c. Kemampuan memenuhi janji yang meliputi:

- Semua janji dalam kontrak dipenuhi
- Penyambungan listrik yang tepat waktu
- Perubahan daya listrik yang tepat waktu

1.2.d. Jasa disampaikan dengan benar yang meliputi:

- Transparansi biaya
- Prosedur layanan yang bebas dari kecurangan

1.3. Daya tanggap, diukur dengan:

1.3.a. Pegawai tanggap memberikan informasi yang meliputi:

- Pemberian informasi tagihan listrik kepada pelanggan
- Pemberian informasi yang benar sesuai kebutuhan pelanggan
- Pemberian informasi tentang adanya gangguan listrik

1.3.b. Pelayanan yang segera/cepat meliputi:

- Permintaan pelanggan bisa segera disediakan

- Pegawai bergerak dengan gesit dalam memberikan pelayanan
- Pegawai segera bertindak menangani keluhan pelanggan

1.3.c. Pegawai selalu bersedia membantu yang meliputi:

- Setiap saat dapat dihubungi dengan mudah
- Selalu bersedia membantu pelanggan memenuhi kebutuhan listrik

1.4. Jaminan, diukur dengan:

1.4.a. Pegawai berpengalaman luas yang meliputi:

- Pegawai mempunyai pengetahuan yang cukup mengenai kelistrikan
- Pegawai mempunyai banyak pengalaman di bidangnya

1.4.b. Pegawai terpercaya yang meliputi:

- Pegawai yang jujur dalam perkataan
- Pegawai yang selalu menepati perkataan

1.4.c. Kepribadian pegawai yang meliputi:

- Pegawai yang tidak mengeluarkan kata-kata kotor dan kasar
- Pegawai yang selalu tersenyum pada pelanggan
- Pegawai yang menaruh hormat pada pelanggan

1.5. Empati, diukur dengan:

1.5.a. Kemudahan melakukan komunikasi yang meliputi:

- Mengetahui bahasa yang digunakan pelanggan dengan baik
- Berbicara dengan sabar pada pelanggan

1.5.b. Perhatian pegawai yang meliputi:

- Pegawai mendengarkan dengan baik keluhan tiap-tiap pelanggan

- Pegawai yang tidak sibuk sendiri
- 1.5.c. Perhatian perusahaan yang meliputi:
- Pemberian reward kepada yang taat membayar
 - Pemberian perhatian khusus dengan kunjungan pada pelanggan
 - Pemberian bantuan pada pelanggan yang membutuhkan
2. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perbandingan antara apa yang dipersepsikan dengan apa yang diharapkan pelanggan, yang diukur dari:
- 2.1. Layanan yang diterima, diukur dengan:
- Kesesuaian layanan dengan harapan
- 2.2. Biaya yang harus dikeluarkan, diukur dengan:
- Kesesuaian biaya dengan hasil yang diperoleh
- 2.3. Kemudahan memperoleh produk dan jasa, diukur dengan:
- Produk dapat dengan mudah diperoleh dan diakses pelanggan
 - Prosedur tidak terlalu panjang

1.8. Metodologi Penelitian

1.8.1. Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis pada saat ini merupakan penelitian survai, yang titik beratnya diletakkan pada penelitian relasional, yakni mempelajari hubungan variabel-variabel, sehingga – secara langsung atau tidak langsung- hipotesa penelitian senantiasa dipertanyakan (Singarimbun, 1995: 3).

Penelitian survai membedah dan menguliti serta mengenal masalah-masalah serta mendapatkan pembenaran terhadap keadaan dan praktek-praktek yang

sedang berlangsung. Dalam metode ini juga terdapat evaluasi serta perbandingan terhadap hal-hal yang dikerjakan orang dalam menangani situasi atau masalah yang serupa dan hasilnya dapat digunakan dalam pembuatan rencana dan pengambilan keputusan di masa datang (Nazir, 1988: 65).

Penelitian ini digunakan untuk maksud penjelasan (*explanatory*) yakni menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel dan pengujian hipotesis yang ada dengan maksud membenarkan atau memperkuat hipotesis tersebut, sehingga dapat memperkuat teori yang menjadi landasan pemikiran peneliti (Melly G. Tan, dalam Koentjaraningrat, 1997: 32). Penelitian yang bersifat menjelaskan ini bertujuan menentukan sifat dari hubungan antara satu atau lebih gejala atau variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas.

Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan sebagai variabel independen (variabel bebas) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen (variabel terikat).

1.8.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di PT PLN (Persero) yang kemudian difokuskan di Area Pelayanan Surabaya Barat. Sebagai badan usaha milik negara yang mengelola kelistrikan, PT. PLN dengan statusnya sebagai satu-satunya perusahaan yang menyediakan pelayanan bagi masyarakat umum dalam bidang kelistrikan cukup menarik untuk diamati. Terlebih lagi sebagai perusahaan monopoli, dengan adanya penelitian ini dapat dilihat apakah sebagai satu-satunya perusahaan pengelola listrik sudah memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya.

Lokasi penelitian dilakukan di PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Sebagai satu-satunya perusahaan di Indonesia yang saat ini mengelola kelistrikan maka PT. PLN (Persero) khususnya Area Pelayanan Surabaya Barat selalu mendapatkan perhatian dari para pelanggannya. Sehingga dengan adanya penelitian ini akan dapat diketahui bagaimana kinerja PLN dalam memberikan pelayanan.
2. Masih banyaknya keluhan dan ketidakpuasan para pelanggan atas pelayanan yang diberikan. Sehingga lokasi ini sangat tepat untuk diteliti, yang relevan dengan permasalahan penelitian.
3. PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat merupakan organisasi percontohan yang memiliki keunikan tersendiri. Dimana terdapat pemisahan antara area pelayanan dan area jaringan, yang telah disesuaikan dengan reorganisasi korporat sesuai UU Kelistrikan Nomor 20 tahun 2002. Dimana pemisahan tersebut bertujuan agar lebih meningkatkan efektifitas dan efisiensi organisasi sekaligus optimalisasi pelayanan kepada pelanggan. Sehingga dengan adanya pemisahan organisasi tersebut, area pelayanan membawahi masalah administrasi wilayah Surabaya Barat sedangkan area jaringan membawahi masalah teknis di wilayah tersebut.
4. Adanya pertimbangan praktis yaitu waktu dan biaya yang terbatas dalam penelitian.

1.8.3. Teknik Pengumpulan Data

Data dapat digolongkan menjadi dua yaitu: (1) data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari obyek yang diteliti (responden); (2) data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari lembaga atau institusi tertentu.

Pengumpulan data primer dengan menggunakan instrumen penelitian yaitu kuesioner. Dimana kuesioner ini akan dibagikan kepada 100 responden, yaitu pelanggan segmen rumah tangga di PT. PLN AP Surabaya Barat. Data sekunder dapat diperoleh dari pengumpulan, pengolahan dan penganalisisan berbagai data tertulis yang didapatkan di lokasi penelitian yaitu PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat.

Ada berbagai cara yang dapat dilakukan untuk mendapatkan data dengan kuesioner yaitu:

1. Wawancara melalui telepon
2. Sistem angket yang diposkan
3. Kuesioner diisi sendiri oleh responden
4. Wawancara langsung dengan responden (ed Suyanto & Sutinah, 2005: 56)

1.8.4. Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan ini, dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan di PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat" mengambil populasi seluruh pelanggan PT. PLN (Persero) AP Surabaya Barat, sedangkan populasi yang diteliti hanya pelanggan rumah tangga atau kelompok R₁ dengan daya 450 VA, 900 VA, 1300 VA, dan 2200 VA yang selanjutnya disebut dengan populasi sampel (Gulo, 2005:78).

Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah *systematic sampling*. Pengambilan sampel sistematis adalah suatu metode pengambilan sampel, dimana hanya unsur pertama saja dari sampel dipilih secara acak, sedangkan unsur-unsur selanjutnya dipilih secara sistematis menurut pola tertentu (Singarimbun, 1995: 160). Jumlah sampel yang akan diambil adalah 100 pelanggan, dimana penentuan jumlah tersebut berdasarkan jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya adalah 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi (Hair dalam Ferdinand, 2000: 44).

Jumlah sampel yang diambil berdasarkan pedoman parameter ini disebabkan jumlah populasi dari pelanggan rumah tangga PT. PLN AP Surabaya Barat sangatlah banyak. Sehingga dengan memakai pedoman parameter tersebut akan lebih mudah mendapatkan sampel yang sesuai untuk kepentingan penelitian ini.

Penggunaan teknik *systematic sampling* tersebut adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kerangka sampel yaitu daftar anggota yang akan ditarik sampelnya;
2. Memilih nomor secara acak antara 1 sampai dengan 10, dan memulai dengan sampel pertama;
3. Nomor yang terambil secara acak dari 1 sampai 10 kemudian dijadikan pedoman, yang tertarik dalam pengacakan tersebut adalah angka 3. Maka tambahkan interval sampling (10) dengan 3 maka sampel yang kedua adalah 13 kemudian 23 dan seterusnya. Pengambilan sampel tersebut dilakukan sampai dengan total sampel yang akan dipakai terpenuhi, yaitu 100 responden.

Pengukuran skala yang dipakai adalah skala Likert, dimana Rensis Likert mengembangkan skala tersebut untuk mengukur sikap masyarakat di tahun 1932. Skala Likert menggunakan “metode penilaian terakhir”. Pernyataan pendapat disajikan kepada responden yang memberikan indikasi pernyataan setuju atau tidak setuju. Pernyataan pendapat disajikan kepada responden yang memberikan indikasi pernyataan setuju atau tidak setuju, dengan skala 1 sampai dengan 5.

Beberapa penelitian seringkali menemukan kecenderungan responden untuk “mengamankan” dan untuk menempatkan jawaban mereka di tengah sebagai angka netral. Ini disebut pengaruh “kecenderungan sentral.” Untuk itu akan dilakukan pengurangan skala menjadi empat angka (Sevilla, 1993: 225).

Scoring dalam skala Likert ini yang akan dipakai adalah sebagai berikut:

- a) Buruk sekali = 1
- b) Buruk = 2
- c) Baik = 3
- d) Baik sekali = 4

I.8.5. Validitas dan Reliabilitas

I.8.5.1. Validitas

Validitas menunjukkan tingkat/ derajat untuk mana bukti mendukung kesimpulan yang ditarik dari skor yang diturunkan dari ukuran atau tingkat mana skala mengukur apa yang seharusnya diukur (Supranto, 2001: 70). Suatu kuesioner yang memuat pertanyaan yang tidak jelas bagi responden termasuk tidak sah (tidak valid).

Terdapat beberapa jenis validitas yaitu : validitas konstruk (*construcet validity*), validitas isi (*content validity*), validitas eksternal (*external validity*), validitas prediktif (*predictive validity*), dan validitas rupa (*face validity*). Selain itu juga terdapat validitas budaya (*cross-cultural validity*) yang sangat penting bila dipakai di Indonesia dimana penduduknya terdiri dari berbagai budaya (Singarimbun, 1995: 124).

Daftar pertanyaan atau kuesioner yang memuat pertanyaan yang tidak jelas, timbangan atau alat ukur yang rusak termasuk alat ukur yang tidak sah (*not valid*), menghasilkan data yang tidak sesuai dengan kebenarannya. Sehingga seorang peneliti harus benar-benar memperhatikan pertanyaan-pertanyaan yang dibuat dalam sebuah kuesioner supaya memenuhi prinsip validitas.

Untuk menguji validitas sebuah alat ukur dapat digunakan teknik korelasi *product moment* dari Pearson, dimana tes ini dipilih karena:

1. Menguji ada atau tidaknya hubungan antara variabel pengaruh (tingkat kualitas pelayanan) terhadap variabel terpengaruh (tingkat kepuasan pelanggan).
2. Mengetahui arah dan bentuk hubungan dari variabel pengaruh dengan variabel terpengaruh.
3. Mengetahui kekuatan hubungan (koefisien korelasi)

Asumsi:

1. Berhadapan dengan satu sampel (*random*).
2. Sampel paling rendah berskala interval
3. Data mengikuti garis linear

4. Data berdistribusi normal

Uji korelasi *product moment* ini dilakukan pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

- r_{xy} : Korelasi *product moment*
 N : Jumlah responden
 $\sum x$: Skor tiap item
 $\sum y$: Skor total.

Kemudian dari perhitungan tersebut akan diperoleh koefisien korelasi sebagai tingkat validitas. Langkah selanjutnya adalah melihat tabel harga kritik dari r Product Moment pada derajat kepercayaan (tingkat signifikansi) 95% atau $\alpha = 0,05$. Dimana bila nilai $r_{xy} >$ nilai r_{tabel} pada baris $N-2$ (jumlah responden-2), item-item pertanyaan tersebut adalah valid yaitu memiliki konsistensi internal, yang dimaksud dengan konsistensi internal adalah pernyataan-pernyataan tersebut mengukur aspek yang sama (Singarimbun, 1995: 139).

Perhitungan validitas ini kemudian dibantu dengan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) Versi 10.0 for Windows, dan diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Variabel tingkat kualitas pelayanan, terdiri dari 42 item pertanyaan, dimana seluruh pertanyaan dinyatakan valid. Seluruh item pertanyaan tersebut merupakan pertanyaan tertutup.

2. Variabel tingkat kepuasan pelanggan, terdiri dari 4 item pertanyaan, dimana seluruh pertanyaan dinyatakan valid. Seluruh item pertanyaan tersebut merupakan pertanyaan tertutup.

1.8.5.2. Reliabilitas

Keandalan/ reliabilitas didefinisikan sebagai seberapa jauh pengukuran bebas dari varian kesalahan acak (*free from random error variance*) (Supranto, 2001: 47). Kesalahan acak menurunkan tingkat keandalan hasil pengukuran.

Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali – untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur di dalam mengukur gejala yang sama (Singarimbun, 1995: 140).

Untuk menghitung reliabilitas alat ukur dengan prosedur konsistensi internal ada dua perkiraan keandalan yang dapat digunakan (Supranto, 2001: 58), yaitu:

1. *Split-half reliability* atau teknik belah dua
2. *Cronbach's alpha*

Prosedur konsistensi internal dilakukan dengan memfokuskan diri pada unsur-unsur internal instrumen, yaitu butir-butir pertanyaan. Dimana penelitian ini menggunakan teknik *alpha cronbach*. Adapun rumus *alpha cronbach* adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

- r : Koefisien reliabilitas yang dicari.
k : Jumlah butir pertanyaan (soal).

σ_i^2 : Varians butir(-butir) pertanyaan (soal).

σ^2 : Varians skor tes.

Dimana varians butir dapat diperoleh dengan rumus berikut :

$$\sigma_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

σ_i^2 : Varians butir pertanyaan ke-n (misalnya ke-1, ke-2 dan seterusnya).

$\sum X_i$: Jumlah skor jawaban subjek untuk butir pertanyaan ke-n.

Perhitungan reliabilitas ini kemudian dibantu dengan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) Versi 10.0 for Windows, dan diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Variabel tingkat kualitas pelayanan, dengan 42 item pertanyaan memiliki nilai uji 0,7517.
2. Variabel tingkat kepuasan pelanggan, dengan 4 item pertanyaan memiliki nilai uji 0,8264.

Berdasarkan tabel nilai kriteria Alpha Cronbach, maka suatu instrumen dapat dikatakan andal (*reliable*) bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih. Kriteria tersebut dapat dilihat pada tabel 1.5 berikut ini:

Tabel 1.5.

Kriteria Indeks Reliabilitas Instrumen Penelitian

| Interval | Kriteria |
|-------------|---------------|
| < 0,200 | Sangat rendah |
| 0,200-0,399 | Rendah |
| 0,400-0,599 | Cukup |
| 0,600-0,799 | Tinggi |

| | |
|------------|---------------|
| 0,800-1,00 | Sangat tinggi |
|------------|---------------|

Sumber: Yarnest (2004), Panduan Aplikasi Statistik dengan Menggunakan SPSS versi 11.00, Malang: Penerbit Dioma, hal 68.

Berdasarkan pada tabel 1.5. tersebut, maka hasil *alpha* untuk variabel dalam penelitian ini adalah pada variabel x berindeks tinggi dan pada variabel y berindeks sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa item pertanyaan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten. sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel adalah reliabel, karena nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6.

1.8.6. Teknik Analisis Data

Analisis data dapat dibedakan menjadi dua macam: (1) analisis kuantitatif dan (2) analisis kualitatif. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif yang menitikberatkan pada pengujian hipotesis yang ada.

Analisis kuantitatif dapat dilakukan karena data yang diperoleh berjumlah besar dan mudah diklasifikasikan dalam berbagai kategori. Analisis kuantitatif sering disebut sebagai analisis statistik. Cara penggunaan analisis model ini dibagi menjadi tiga tahap:

1. Pengolahan data
2. Pengorganisasian data
3. Penemuan hasil (ed. Suyanto & Sutinah, 2005: 57)

Tes statistik pengujian hipotesis yang akan dipakai adalah korelasi *Product Moment* yang mempunyai kegunaan untuk mencari korelasi, dimana teknik korelasi *product moment* digunakan bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio dengan asumsi bahwa masing-masing variabel terdistribusi menurut distribusi normal. Hubungan diantara kedua variabel termasuk dalam model

asosiatif atau kovariasional (Gulo, 2005:181). Bentuk rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{XY} = koefisien korelasi *Product Moment*

X = variabel bebas

Y = variabel terikat

N = jumlah responden/ sampel dalam penelitian (Bungin, 2005: 197).

Nilai koefisien korelasi — sebagaimana juga taraf signifikansi — digunakan sebagai pedoman untuk menentukan suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak dalam suatu penelitian. Nilai koefisien korelasi tersebut dapat terlihat pada tabel 1.6.

Tabel 1.6.

Nilai Koefisien korelasi

| Nilai koefisien | Penjelasan |
|------------------|-----------------------------------|
| + 0,70 — ke atas | Hubungan positif yang kuat |
| + 0,50 — + 0,69 | Hubungan positif yang mantap |
| + 0,30 — + 0,49 | Hubungan positif yang sedang |
| + 0,10 — + 0,29 | Hubungan positif yang tak berarti |
| 0,0 | Tidak ada hubungan |
| -0,01 — - 0,09 | Hubungan negatif tak berarti |
| -0,10 — - 0,29 | Hubungan negatif yang rendah |
| -0,30 — - 0,49 | Hubungan negatif yang sedang |
| -0,50 — - 0,59 | Hubungan negatif yang mantap |

| | |
|----------------------|-----------------------------------|
| -0,70 --- - ke bawah | Hubungan negatif yang sangat kuat |
|----------------------|-----------------------------------|

Sumber: Bungin, Burhan (2005), Metodologi Penelitian Kuantitatif, Jakarta: Prenada media, hal 184.

Sedangkan analisis regresi linear digunakan untuk mengukur hubungan fungsional antara dua variabel atau lebih. Apabila y sebagai variabel dependen (terikat), maka variabel lain (x) merupakan variabel independen. Hubungan fungsional itu dapat dirumuskan $y = b(x)$. Hubungan tersebut menyatakan bahwa ada pengaruh x terhadap y .

Analisis regresi linear ini dipilih karena terdapat beberapa fungsinya, yaitu:

1. Mencari korelasi antara kriterium (Y) dan prediktor (X)
2. Menguji apakah korelasi itu signifikan atau tidak
3. Mencari persamaan garis regresinya
4. Menemukan sumbangan relatif antara sesama prediktor, jika prediktornya lebih dari satu (Hadi, 1995: 20).

Asumsi yang mendasari pemilihan analisis regresi ini adalah:

1. Data diambil secara random
2. Asumsi *normal distribution of the independent variabls*, yaitu bahwa ubahan taut Y harus mengikuti sebaran normal.
3. Asumsi *linear of correlation*, yaitu bahwa korelasi antar X dan Y adalah linear.

Hubungan fungsional antara variabel dependen Y dan variabel independen X berbentuk fungsi linear sebagai berikut.

$$Y = a + bX$$

Dimana : Y = Variabel dependen (kepuasan pelanggan)

X = Variabel Independen (kualitas pelayanan)

a dan b = koefisien regresi

Sedangkan persamaan simultan untuk menemukan a dan b adalah:

$$\Sigma xy = b\Sigma x^2 + a\Sigma x$$

$$\Sigma y = b\Sigma x + Na$$

Kemudian dilakukan pengujian untuk menentukan nilai F regresi dengan statistik F dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{r^2 (n-2)}{1-r^2}$$

Keterangan:

F = nilai F regresi

r = nilai koefisien korelasi

n = jumlah sampel

Keputusan yang akan diambil adalah:

Apabila $F_{reg} > F_{tabel} 5\%$ maka H_0 ditolak, atau dinyatakan ada hubungan linear fungsional.

Apabila $F_{reg} < F_{tabel} 5\%$ maka H_0 diterima, atau dinyatakan tidak ada hubungan linear fungsional.

Tabel 1.7.

Perhitungan F

| Sumber variasi | Jumlah kuadrat | df | variance | F |
|---|-------------------------------|---------|---|---------------------------------|
| Total | $\Sigma(y_i - y)^2$ | $n - 1$ | | |
| Yang dapat diterangkan oleh garis regresi | $r^2(y_i - y)^2$ | 1 | $r^2 \Sigma(y_i - y)^2$ | $\frac{r^2 (n - 2)}{(1 - r^2)}$ |
| Yang tidak dapat diterangkan garis regresi (residu) | $(1 - r^2) \Sigma(y_i - y)^2$ | $n - 2$ | $\frac{(1 - r^2) \Sigma(y_i - y)^2}{n - 2}$ | |

Sumber: Gulo, W., (2005) Metodologi Penelitian, Jakarta: Grasindo, hal 205.

Keterangan:

F = harga F garis regresi

n = jumlah sampel

df = derajat kebebasan

r = koefisien korelasi antara kriterium dan prediktor

BAB II

DESKRIPSI LOKASI PT PLN (Persero)

II.1. Visi Dan Misi PT PLN (Persero)

- **Visi**

Diakui sebagai Perusahaan Kelas Dunia yang Bertumbuh-kembang, Unggul, dan Terpercaya dengan bertumpu pada Potensi Insani.

- **Misi**

Menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait, berorientasi pada kepuasan pelanggan, anggota perusahaan dan pemegang saham. Menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat. Mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi. Menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan.

- **Tujuan**

Maksud dan tujuan perseroan ialah : untuk menyelenggarakan usaha penyediaan tenaga listrik bagi kepentingan umum dalam jumlah dan mutu yang memadai serta memupuk keuntungan dan melaksanakan penugasan Pemerintah di bidang ketenagalistrikan dalam rangka menunjang pembangunan dengan menerapkan prinsip-prinsip Perseroan Terbatas.

- **Strategi**

Strategi yang diterapkan untuk mempersiapkan PLN menghadapi perubahan lingkungan bisnis adalah :

1. Mengurangi beban finansial perusahaan dan membawa perusahaan menuju suatu perusahaan yang berorientasi komersial
2. Menyusun organisasi dan SDM perusahaan menghadapi era kompetisi 3 tahun kedepan dan perubahan lingkungan bisnis kedepan
3. Melanjutkan Renegosiasi kontrak-kontrak khusus dengan membentuk *IPP Trader* sebagai langkah menghadapi era *MBMS (Multi Buyers Multi Sellers)*
4. Melanjutkan program *Efficiency Drive Program (EDP)* untuk penghematan biaya operasi, peningkatan pendapatan dan keandalan sistem
5. Melaksanakan investasi pengembangan sarana penyediaan tenaga listrik untuk memenuhi kebutuhan tenaga listrik, mengatasi krisis pasokan listrik, peningkatan mutu dan keandalan, peningkatan pelayanan
6. Memperkuat *corporate image* dalam mendukung PLN menghadapi perubahan lingkungan bisnis dengan menerapkan prinsip GCG dalam mengelola perusahaan dan berorientasi pada *stakeholder*
7. Meningkatkan laba perusahaan melalui penurunan biaya produksi dan peningkatan pendapat penjualan listrik

▪ **Produksi**

Di dalam memproduksi listrik, PLN melaksanakan :

- a) membangkitkan tenaga listrik dari pembangkit secara optimum dengan biaya terendah;
- b) membeli listrik swasta sesuai dengan hasil kesepakatan renegosiasi,
- c) memproduksi listrik dari pembangkit sewa untuk mengatasi krisis pasokan pada sistem luar Jawa-Bali.

Produksi tahun 2003 sebesar 113.030 GWh terdiri dari :

- produksi sendiri : 90.046 GWh
- pembelian : 20.549 MWh
- sewa : 2.435 MWh

▪ Pemasaran

Peningkatan pemasaran dan pelayanan dilakukan dengan memperhatikan :

- a) kemampuan kapasitas pembangkit dan jaringan dalam melayani sambungan baru;
- b) pembatasan dan penggeseran beban keluar dari waktu beban puncak (program *Demand Side Management*);
- c) keharusan meningkatkan mutu pelayanan terus-menerus;
- d) kecenderungan naiknya piutang tagihan listrik;
- e) peningkatan aktifitas masyarakat dan LSM dalam memantau berbagai bidang layanan umum,
- f) peningkatan pelayanan pelanggan menuju standar perusahaan listrik modern yang dimulai dari penetapan standar layanan '*PLN-best-practices*' dan *positioning* setiap Unit Bisnis PLN.

▪ Teknologi

Pengembangan dan riset perusahaan meliputi :

- Pengujian peralatan listrik
- Penelitian dan pengembangan, antara lain dengan mengadakan kerjasama dalam rangka memperoleh perluasan kreditasi laboratorium; menyiapkan Lembaga Sertifikasi Inspeksi Teknik; melaksanakan pengembangan usaha di bidang

sertifikasi produk aksesoris peralatan listrik dan sertifikasi tanda keamanan untuk *home appliances*; merintis pembentukan Lembaga Sistem Manajemen K3; meningkatkan usaha yang berkaitan dengan Lembaga Konsultasi Teknik.

- Teknologi Informasi, didasarkan pada strategi informasi PLN yang diprioritaskan kepada implementasi solusi korporat.

- **Sumber Daya**

Mempersiapkan sumber daya Perusahaan memasuki era kompetisi sejalan dengan UU no. 20/2002 dan untuk mendukung kesinambungan keberhasilan organisasi dalam jangka panjang.

Strategi pemberdayaan dan pengembangan SDM adalah mengembangkan dan membangun komitmen, kemampuan dan ketrampilan SDM yang diperlukan organisasi dalam pasar yang kompetitif serta mengembangkan infrastruktur dan sistem manajemen SDM yang efisien dan responsive terhadap perubahan lingkungan bisnis, melalui:

1. Sosialisasi budaya perusahaan,
2. Penerapan *Good Corporate Governance*,
3. Pembinaan implementasi Sistem Informasi Kepegawaian,
4. Pengembangan sistem manajemen SDM berbasis kompetensi.

- **Kemitraan**

Pembinaan Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dilakukan melalui program PUKK (Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi) yang dalam pelaksanaannya dilakukan bersama dengan Program Bina Lingkungan.

- **Pengabdian Masyarakat**

Rangkuman dari program PUKK, *Environmental care* serta *Customer Service*.

- **Komunitas**

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu tujuan perusahaan yaitu menyelenggarakan usaha penyediaan tenaga listrik bagi kepentingan umum dalam jumlah dan mutu yang memadai. Selain itu pengabdian kepada masyarakat juga terwujud dalam program PUKK, Bina Lingkungan dan Peduli Lingkungan.

- **Peduli Lingkungan**

Program Peduli Lingkungan dilaksanakan dengan memberikan bantuan kepada masyarakat sekitar instalasi PLN (pembangkit listrik, jaringan listrik, kantor, gudang dan lain-lain) atau masyarakat lain yang terkena musibah bencana yang masih ada kaitan dengan keberadaan instalasi PLN melalui peningkatan kesejahteraan, pendidikan, perbaikan fasilitas umum. Selain itu, juga dilakukan penyuluhan kepada masyarakat sekitar instalasi sehingga masyarakat ikut mengamankan dan merasa memiliki instalasi tersebut.

- **Layanan**

Peningkatan Pelayanan kepada pelanggan merupakan salah satu sasaran Perusahaan melalui perbaikan SAIDI (*System Average Interruption Duration Index*) yaitu dengan mengurangi lamanya pemadaman pelanggan dan SAIFI (*System Average Frequency Index*) yaitu dengan mengurangi frekwensi gangguan pelanggan serta melaksanakan modernisasi sistem dan peningkatan pelayanan

II.2. Tarif Dasar Listrik

Pada hari Selasa tanggal 31 Desember 2002 telah ditandatangani Penetapan Pemerintah mengenai harga jual listrik PLN melalui Keputusan Presiden Nomor 89 Tahun 2002, Keppres itu, secara formal mengatur tentang Harga Jual Tenaga Listrik yang disediakan oleh Perusahaan Perseroan (Persero) PT Perusahaan Listrik Negara. Tarif baru yang akan berlaku mulai tanggal 1 Januari sampai akhir tahun tanggal 31 Desember 2003 diatur 4 (empat) tahap dengan tujuan agar meringankan beban masyarakat pelanggan. Tarif baru untuk tahun 2003 nanti diperkenalkan dengan sebutan : Tarif Dasar Listrik tahun 2003, disingkat dengan TDL 2003.

TDL 2003, naik dengan 4 (empat) tahap, mengenai 4 (empat) tahapan kenaikan TDL-2003, dapat dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut:

- Tahap-I berlaku mulai 1 Januari sampai 31 Maret 2003
- Tahap-II berlaku mulai 1 April sampai 30 Juni 2003
- Tahap-III berlaku 1 Juli sampai 30 September 2003
- Tahap-IV berlaku dari 1 Oktober sampai 31 Desember 2003

Setiap tahap memberikan kenaikan harga jual rata-rata dalam Rp/kWh sebesar $\pm 6\%$. Secara keseluruhan, TDL 2003 akan meningkatkan penerimaan PLN sebesar 7,5 triliun rupiah, atau naik 16% dibandingkan pendapatan tanpa perubahan tarif. Prosentasi ini, menunjukkan konsistensi Pemerintah terhadap sinyal yang sudah disampaikan dalam Nota Keuangan mengenai RAPBN 2003 maupun kesepakatan dengan DPR dalam rapat dengar pendapat mengenai tarif

listrik. TDL 2003 merupakan bagian dari upaya membawa TDL mencapai nilai ke ekonominya.

II.3. Efficiency Drive Program (EDP)

Hasil audit yang dilakukan oleh konsultan terhadap kinerja PLN mengindikasikan telah terjadinya in-efisiensi pada kegiatan operasi (*Operational expenditure*) dan investasi (*Capital Expenditure*) sebesar 5,2 Trilyun rupiah selama periode tahun 1995-1998. Sejak tahun 2000 sampai saat ini PLN telah melakukan berbagai upaya untuk mengurangi in-efisiensi tersebut melalui kegiatan yang diberi nama *Efficiency Drive Program (EDP)*.

Kegiatan EDP merupakan program optimalisasi sumber daya (*Man, Money, Machine, Method dan Material*) yang meliputi seluruh fungsi bisnis utama PLN yaitu Pembangkitan, Transmisi, Distribusi dan fungsi penunjang yaitu Sumber Daya Manusia, Keuangan dan Teknologi Informasi. Upaya tersebut telah membuahkan hasil berupa efisiensi yang dapat dilihat pada tabel 2.1. berikut :

Tabel 2.1.

Tabel Efisiensi PLN

| Tahun | Target efisiensi (milyar Rp.) | Realisasi efisiensi (milyar Rp.) |
|-------|-------------------------------|----------------------------------|
| 2000 | 849 | 766 |
| 2001 | 1123 | 898 |
| 2002 | 1498 | 1917 |
| 2003 | 1859 | 1729 |
| 2004 | 3300 | - |

Sumber: (http://pln.co.id/dari_media.asp?id=4093 akses: 29 November 2005).

Pencapaian efisiensi diperoleh melalui berbagai kegiatan yaitu :

Bidang Pembangkitan :

- Efisiensi Biaya Bahan Bakar, Biaya Pelumas
- Menaikkan faktor kesiapan unit pembangkitan (*operating availability factor*)
- Memperpendek waktu pelaksanaan pemeliharaan peralatan
- Penggantian HSD (Minyak Diesel) dengan MFO (Minyak Bakar)

Bidang Transmisi :

- Penurunan susut transmisi
- Penekanan jumlah gangguan
- Memperpendek waktu pemeliharaan peralatan

Bidang Distribusi dan Retail :

- Penurunan susut teknik dan susut non teknik
- Penekanan jumlah gangguan
- Memperpendek lama gangguan
- Penekanan Piutang

Bidang Sumber Daya Manusia :

- Pemberdayaan SDM

Bidang Keuangan :

- Pemanfaatan material gudang secara lebih efektif dengan bantuan teknologi informasi
- Efisiensi biaya kegiatan kantor

Bidang Teknonologi Informasi :

- Memanfaatkan *Customer Information System (CIS)* untuk mendukung kegiatan

PLN dalam mempermudah dan memperpendek waktu pelayanan kepada pelanggan sekaligus menyediakan beberapa fasilitas diantaranya :

1. Sistem pembayaran secara on-line melalui ATM (khusus pelanggan Jakarta dan Jawa Timur)
2. Pembayaran dapat dilakukan di loket selain yang telah ditunjuk (khusus Manado, Semarang, Solo, Yogyakarta, Medan dan Denpasar)
 - Memanfaatkan *Geographical Information System (GIS)* untuk membantu percepatan hasil survey lapangan.
 - Memanfaatkan *Enterprise Asset Management System* untuk mengelola aset perusahaan agar lebih efisien.
 - Menyediakan fasilitas *Call Center* untuk mempermudah dan mempercepat pelayanan kepada pelanggan melalui media elektronik (telpon).

II.4. Pelanggan PT PLN (Persero)

Pertambahan penduduk yang terus meningkat setiap tahunnya, akan memicu konsumsi listrik yang dibutuhkan oleh masyarakat. Hal ini tentunya akan menyebabkan pertambahan jumlah pelanggan PT PLN. Pertambahan jumlah pelanggan tersebut dapat diamati dalam tabel 2.2. berikut:

Tabel 2.2.

Jumlah Pelanggan PT PLN (Persero)

| Jenis tarif/ tahun | Resedential | Industry | Business | Social | Office | Total | Growth (%) |
|--------------------|-------------|----------|-----------|---------|---------|------------|------------|
| 1995 | 18.325.027 | 44.994 | 621.445 | 391.699 | 88.482 | 19.471.647 | - |
| 1996 | 20.696.261 | 47.847 | 700.920 | 442.302 | 92.995 | 21.980.325 | 12,9 |
| 1997 | 23.162.538 | 50.748 | 793.355 | 535.083 | 98.863 | 24.640.587 | 12,1 |
| 1998 | 24.902.763 | 43.088 | 847.940 | 537.589 | 102.109 | 26.433.489 | 7,3 |
| 1999 | 25.825.088 | 42.514 | 982.281 | 568.480 | 106.189 | 27.524.552 | 4,1 |
| 2000 | 26.796.675 | 44.337 | 1.062.955 | 582.811 | 102.627 | 28.589.405 | 3,9 |
| 2001 | 27.885.612 | 46.014 | 1.172.247 | 608.713 | 115.142 | 29.827.728 | 4,3 |
| 2002 | 28.903.325 | 46.824 | 1.245.709 | 633.114 | 124.947 | 30.953.919 | 3,8 |
| 2003 | 29.997.554 | 46.818 | 1.310.686 | 659.034 | 137.324 | 32.151.416 | 3,9 |
| 2004 | 30.957.613 | 46.343 | 1.357.114 | 690.989 | 160.466 | 33.212.525 | 3,3 |

Sumber: (http://pln.co.id/dari_media.asp?id=4093 akses: 29 November 2005).

Dari tabel 2.2. tersebut, dapat dilihat bahwa pelanggan PLN terus bertambah seiring dengan semakin luasnya jaringan listrik. Hal tersebut tampak terlihat pada 1996-1997 dimana pertumbuhan pelanggan mencapai 10% lebih. Dengan asumsi bahwa masyarakat Indonesia pada saat itu cukup makmur sehingga konsumsi akan listrik meningkat cukup besar. Namun, hal tersebut menurun drastis pada tahun 1998 hingga 2004, dimana pertumbuhannya hanya berkisar 3% sampai dengan 7% saja. Kenyataan itu ada dikarenakan pada tahun-tahun tersebut Indonesia sedang mengalami krisis multi dimensi yang kemudian mengakibatkan daya konsumsi masyarakat juga ikut menurun.

II.5. Kegiatan Baca Meter Listrik

Kegiatan atau proses baca meter merupakan kegiatan mengukur pemakaian energi listrik pelanggan yang sangat menentukan jumlah pendapatan PT PLN (Persero) pada transaksi jual beli tenaga listrik dengan pelanggan. Kegiatan pengelolaan pembacaan meter pelanggan dilakukan dengan batasan daya tertentu sesuai dengan kondisi unit yang bersangkutan, dengan sepenuhnya memanfaatkan sumber daya yang dimiliki oleh PT PLN (Persero) baik SDM, sarana, prasarana, dana dan sebagainya. Pembacaan meter ini meliputi kegiatan pembacaan terhadap Kwh meter KVARH meter dan KVA max meter.

Pembacaan meter oleh petugas dilakukan dalam situasi dan kondisi sebagai berikut:

- (a) Pelanggan dengan batasan daya tertentu sesuai dengan kondisi unit yang bersangkutan
- (b) Pelanggan yang dipasang elektronik dan *semi automatic*
- (c) Bagi unit-unit yang karena suatu hal yang tidak memungkinkan dilakukan *outsourcing*.

Proses pembacaan meter ini dilakukan sesuai dengan Rute Baca Meter (RBM). RBM merupakan rute urutan baca meter dan jumlah pelanggan yang harus dibaca oleh petugas per hari. RBM ini dibuat dan ditentukan berdasarkan faktor-faktor yaitu karakteristik daerah pembacaan, tingkat kesulitan, teknologi, jarak antara daerah pembacaan dengan kantor, dan jenis transportasi di daerah pembacaan. Berikut merupakan salah satu pedoman dalam penetapan RBM dengan acuan jumlah pelanggan per hari per pembaca meter.

Tabel 2.3.

Pedoman Penetapan RBM

| Karakteristik/ kategori | Jumlah pelanggan |
|-------------------------|------------------|
| Perumahan padat | s/d 200 |
| Perumahan tesebar | s/d 150 |
| Pertokoan | s/d 150 |
| Pedesaan | s/d 100 |
| Pegunungan | s/d 50 |

Sumber: PT PLN Area Pelayanan Surabaya Barat, diolah.

Petugas baca meter merupakan orang-orang yang memenuhi kriteria umum sehat jasmani dan rohani, serta mampu membaca dan menulis dengan jelas dan rapi. Dalam sikap dan loyalitas, memiliki integritas tinggi, sopan, peduli, responsif, jujur, teliti, memahami pelanggan dan amu bekerja keras. Serta haruslah seseorang yang memiliki kemampuan dan pengetahuan serta menguasai seluk beluk pembacaan meter dan memiliki sertifikat yang berhubungan dengan pembacaan meter.

II.6. Profile PLN Jawa Timur

PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam pendistribusian aliran listrik dari jaringan tegangan menengah, tegangan rendah hingga layanan ke rumah pelanggan. Secara umum PT PLN melakukan layanan penjualan tenaga listrik, penyambungan tenaga listrik tersebut ke tempat pelanggan, baik besar maupun kecil, kemudian fasilitas penambahan

daya yang sekarang ini semakin banyak diminati oleh pelanggan PLN yang tadinya merupakan pelanggan dengan daya listrik kecil.

PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur telah berhasil melayani 6.012.656 pelanggan dengan pemakaian energi listrik rata-rata perbulan 1.152.907.858 kWh, serta Daya tersambung sebesar 7.568.614.211 VA, yang telah tersebar di 29 kabupaten, 9 Kota Madya, 607 Kecamatan, dan 8.402 Desa. PT PLN memiliki berbagai bentuk layanan yang didedikasikan kepada pelanggan, yang tentunya dibuat untuk menunjang pelayanan PT PLN dalam mendistribusikan listrik.

Untuk mendukung berbagai layanan PT PLN kepada pelanggan, seperti keakuratan baca meter, kecepatan gangguan, keandalan pasokan, koreksi rekening, kemudahan pasang baru, tambah daya maupun layanan pembayaran rekening, saat ini PT PLN memiliki kekuatan dari kompetensi dari 4.110 pegawai - di tahun 2003, serta 17 area pelayanan dan 1 buah Area pengatur distribusi. PT PLN Unit Bisnis Distribusi telah siap untuk memberikan kontribusi yang maksimal kepada perusahaan utamanya dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Tujuan dari PT PLN (Persero) adalah untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, sehingga PT PLN terus berupaya untuk meningkatkan pelayanan pada masyarakat. Antara lain peningkatan daya, penambahan dan kemudahan pasang baru, pemudahan pembayaran rekening listrik, serta inovasi-inovasi yang terus dilakukan untuk meminimalkan terjadinya pemakaian masalah listrik liar. Ditambah dengan sosialisasi hemat listrik, serta terus berusaha mencari jalan keluar untuk mengatasi masalah kebutuhan kuota listrik yang semakin lama

semakin meningkat jumlahnya. Namun menyadari bahwa kemampuan dan layanan PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur masih sangat perlu ditingkatkan, dan terus melakukan peningkatan di segala bidang secara bertahap dengan evaluasi berkala untuk mengetahui kekurangan dan kelemahan proses yang telah dilakukan. Kemudian berusaha mencari pemecahannya, dan menjadikannya sebagai acuan untuk menentukan strategi dalam pengembangan berikutnya. Hal ini terus berkelanjutan sampai PT PLN dapat melayani tenaga listrik seluruh lapisan masyarakat Jawa Timur dan tercapainya moto PLN :

“Listrik untuk kehidupan yang lebih baik”

II.7. Daftar Organisasi Di Lingkungan PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur

Area Pelayanan dan Jaringan

- 1) Area Pelayanan dan Jaringan Surabaya Selatan
- 2) Area Pelayanan dan Jaringan Surabaya Utara
- 3) Area Pelayanan dan Jaringan Malang
- 4) Area Pelayanan dan Jaringan Kediri
- 5) Area Pelayanan dan Jaringan Madiun
- 6) Area Pelayanan dan Jaringan Bojonegoro
- 7) Area Pelayanan dan Jaringan Mojokerto
- 8) Area Pelayanan dan Jaringan Pasuruan
- 9) Area Pelayanan dan Jaringan Jember
- 10) Area Pelayanan dan Jaringan Banyuwangi

11) Area Pelayanan dan Jaringan Pamekasan

12) Area Pelayanan dan Jaringan Sidoarjo

13) Area Pelayanan dan Jaringan Gresik

14) Area Pelayanan dan Jaringan Situbondo

15) Area Pelayanan dan Jaringan Ponorogo

Area Pelayanan

1) Area Pelayanan Surabaya Barat

Area Jaringan

1) Area Jaringan Surabaya Barat

Area Pengatur Distribusi

1) Area Pengatur Distribusi

II.8. Deskripsi Tugas Area Pelayanan

Area pelayanan memiliki deskripsi tugas yaitu, merencanakan, melaksanakan dan melakukan evaluasi serta membuat laporan atas pencapaian pendapatan penjualan tenaga listrik dan pelayanan pelanggan di daerah kerjanya secara efisien dengan mutu yang baik untuk mencapai kinerja unit. Tugas-tugas tersebut dapat berjalan dengan baik karena adanya unit-unit dalam perusahaan yang melakukan kerjanya dengan baik. Unit-unit tersebut antara lain:

Bagian Pemasaran

Bertanggungjawab dalam penyusunan rencana penjualan dan pengembangan usaha sesuai dengan potensi dan kemampuan yang ada,

pelaksanaan kegiatan pelayanan pelanggan, terutama pelanggan-pelanggan potensial, serta administrasi pelanggan untuk menjamin peningkatan pelayanan.

Untuk melaksanakan tanggungjawab sebagaimana disebutkan diatas, bagian Pemasaran dan Pelayanan mempunyai fungsi:

- Menyusun data potensi pasar, rencana penjualan serta perkiraan pendapatan di daerah kerja Area Pelayanan.
- Mempersiapkan dan melaksanakan pengembangan usaha baru sesuai dengan program yang telah ditetapkan.
- Memonitor serta melakukan analisa atas pemakaian energi pada pelanggan-pelanggan potensial (TM/ TT).
- Mengadakan komunikasi dan memberikan pelayanan khusus kepada pelanggan-pelanggan potensial dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan.
- Mengadakan pengawasan terhadap kegiatan pelayanan pelanggan/ calon pelanggan.
- Menyusun dan memelihara Data Induk Pelanggan (DIL) dan Data Induk Saldo (DIS).
- Menyusun laporan sesuai dengan bidang tugas bagian pemasaran dan pelayanan.

2. *Bagian Catur dan Tagihan Listrik*

Bertanggungjawab dalam kegiatan pembacaan meter, dan pembuatan tagihan listrik untuk menjamin keakuratan hasil baca meter dan tagihan listrik.

Untuk melaksanakan tanggungjawab sebagaimana disebutkan diatas, bagian Cater dan Tagihan Listrik mempunyai fungsi:

- Mengawasi kegiatan pencatatan meter dan melaksanakan pembinaan dalam rangka meningkatkan kualitas hasil pembacaan meter.
- Melaksanakan dan memonitor proses pengolahan data dalam rangka pembuatan tagihan listrik sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang ada.
- Melaksanakan pembacaan meter dengan *Automatic Meter Reading (AMR)* untuk pelanggan-pelanggan potensial, serta memelihara sarana dan kelengkapannya.
- Melaksanakan dan memonitor proses pencetakan rekening dalam rangka pembuatan tagihan listrik sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang ada.
- Mengelola pembuatan tagihan listrik.
- Menyusun laporan sesuai tugas bagian cater dan tagihan listrik.

3. Bagian Pengendalian dan Pendapatan

Bertanggungjawab dalam kegiatan pengendalian pendapatan untuk menjamin peningkatan pelayanan dan peningkatan pendapatan.

Untuk melaksanakan tanggungjawab sebagaimana disebutkan diatas, bagian Pengendalian Pendapatan mempunyai fungsi:

- Mengamankan dan mengendalikan pendapatan dengan melaksanakan administrasi pelanggan secara tertib.
- Melaksanakan pengawasan dan mengkoordinir kegiatan penagihan dalam rangka pengelolaan piutang.
- Menyusun laporan sesuai bidang tugas pengendalian pendapatan.

4. Bagian Keuangan

Bertanggungjawab dalam perencanaan dan pengendalian anggaran dan pendapatan sesuai dengan prosedur administrasi dan akuntansinya, untuk menjamin pengelolaan anggaran dan pendapatan yang efektif dan efisien guna peningkatan kinerja keuangan.

Untuk melaksanakan tanggungjawab sebagaimana disebutkan diatas, bagian Keuangan mempunyai fungsi:

- Melaksanakan pengawasan dan pengendalian pendapatan serta mengadakan rekonsiliasi dengan fungsi terkait.
- Meyusun RAO sesuai dengan jadwal dan pedoman yang ada.
- Mengatur dan melaksanakan pengawasan atas penggunaan anggaran investasi maupun operasi.
- Mengatur dan mengendalikan likuiditas keuangan secara optimal.
- Menyusun laporan keuangan serta melaksanakan analisa dan evaluasi untuk merumuskan upaya perbaikannya.
- Meyusun laporan sesuai bidang tugas bagian keuangan.

5. Bagian SDM dan Administrasi

Bertanggungjawab dalam pengembangan dan administrasi Sumber Daya Manusia, pengelolaan kegiatan kesekretariatan dan umum untuk menjamin kelancaran operasional, serta melaksanakan kegiatan kehumasan dan pemberdayaan lingkungan.

Untuk melaksanakan tanggungjawab sebagaimana disebutkan diatas, bagian SDM dan Administrasi mempunyai fungsi:

- Mencatat dan melaksanakan inventarisasi fasilitas kantor serta menyusun rencana dan melaksanakan pemeliharannya.
- Melaksanakan administrasi kepegawaian, membuat perhitungan dan melaksanakan pembayaran hak-hak pegawai sesuai ketentuan yang ada.
- Menyusun dan memelihara Data Induk Kepegawaian serta melaksanakan monitoring dan evaluasi SDM.
- Melaksanakan pembinaan SDM serta menyusun rencana pengembangan SDM.
- Merencanakan dan mengelola kegiatan, kesekretariatan, umum dan K3
- Mengatur penyelesaian masalah hukum yang terkait dengan masalah kedinasan, baik di lingkungan eksternal maupun internal.
- Mengatur dan melaksanakan program kehumasan dan pemberdayaan lingkungan.
- Menyusun laporan sesuai bidang tugas SDM dan Administrasi.

II.9. Sekilas Area Pelayanan Surabaya Barat

Berdiri sejak tanggal 1 Agustus 2003 dengan dasar:

- Keputusan Direksi nomor 012.K/010/DIR/2003 tanggal 16 Januari 2003.
- Keputusan General Manager nomor 036.K/021/DIST-JATIM/2003 tanggal 9 Juni 2003

Pembentukan Area Pelayanan Surabaya Barat bersamaan dengan Area Jaringan Surabaya Barat . Kedua Area tersebut berada pada wilayah yang sama serta merupakan pemisahan dari Area Pelayanan dan Jaringan Surabaya Selatan.

“Terbitnya” bentuk organisasi baru ini adalah sebagai langkah nyata untuk mengantisipasi reorganisasi korporat sesuai UU Kelistrikan No. 20 tahun 2002. Dengan tujuan agar lebih meningkatkan efektifitas dan efisiensi organisasi sekaligus optimalisasi pelayanan kepada pelanggan. Fokus Area Pelayanan adalah sebagai *revenue center* yang bertumpu pada upaya peningkatan pelayanan dan pendapatan.

Wilayah kerja sebelah Utara dan Timur berbatasan dengan APJ Surabaya Selatan, sebelah Selatan berbatasan dengan APJ Sidoarjo, dan sebelah Barat berbatasan dengan APJ Gresik. Wilayah kerja tersebut berada di bagian Barat Daya Pemkot Surabaya, sebagian wilayah Timur Laut Pemda Sidorajo dan sebagian wilayah Tenggara Pemda Gresik.

II.10. Komitmen Manajemen Dan Staff Area Pelayanan Surabaya Barat

Area Pelayanan Surabaya Barat memiliki komitmen yang besar dalam manajemen perusahaan, dan komitmen tersebut adalah: Dengan semangat kebersamaan dan keterbukaan kita jadikan Area Pelayanan Surabaya Barat sebagai area yang unggul dan modern melalui 7 upaya (*seven ways*):

1. Peningkatan kompetensi SDM
2. Peningkatan pelayanan
3. Pemasaran agresif selektif
4. Pengendalian pendapatan
5. Peningkatan efisiensi efektifitas
6. Tertib administrasi & anggaran

7. Implementasi *code of conduct* PLN

II.11. Struktur Organisasi PT PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat

Jumlah pegawai di PT PLN Area Pelayanan Surabaya Barat adalah 52 pegawai, yang susunannya dapat dilihat pada penjelasan berikut ini:

- MANAJER, membawahi:

| | |
|--|-----------|
| 1. Asisten Manajer Pemasaran | 1 pegawai |
| 2. Asisten Manajer Cater & Taglis | 1 pegawai |
| 3. Asisten Manajer Pengendalian & Pendapatan | 1 pegawai |
| 4. Asisten Manajer Keuangan | 1 pegawai |
| 5. Asisten Manajer SDM & Administrasi | 1 pegawai |

- ASMAN PEMASARAN, membawahi:

| | |
|--|-----------|
| 1. Supervisor Pelayanan Pelanggan | 1 pegawai |
| • Juru Utama Pelayanan Pelanggan | 2 pegawai |
| • Juru Utama Administrasi Pelanggan | 1 pegawai |
| 2. Supervisor Pemasaran | 1 pegawai |
| • Juru Utama Wiraniaga & Promosi | 2 pegawai |
| • Juru Utama Perencanaan Penjualan | 1 pegawai |
| 3. Supervisor Pelanggan Potensial | 1 pegawai |
| • Juru Utama Pelayanan Pelanggan Potensial | 1 pegawai |
| • Juru Utama Informasi Taglis | 1 pegawai |

- ASMAN CATER & TAGLIS, membawahi:

| | |
|--|-----------|
| 1. Supervisor Pembacaan Meter | 1 pegawai |
| • Juru Pembacaan Meter | 1 pegawai |
| • Juru Utama Pembinaan Pembacaan Meter | 3 pegawai |
| 2. Supervisor Pengolahan Data | 1 pegawai |
| • Juru Pengolahan Data | 2 pegawai |
| • Juru Utama Pembuatan TAGLIS | 2 pegawai |
| 3. Supervisor AMR | |
| • Juru Operasi & Pemeliharaan AMR | 1 pegawai |
| 4. Juru Administrasi Bagian Niaga | |

- ASMAN PENGENDALIAN & PENDAPATAN, membawahi:

| | |
|---------------------------------------|-----------|
| 1. Supervisor Administrasi Pendapatan | 1 pegawai |
| • Juru Utama Administrasi Piutang | 2 pegawai |
| • Juru Administrasi Piutang | 1 pegawai |

| | |
|--|-----------|
| 2. Supervisor Pengelolaan Piutang | 1 pegawai |
| • Juru Utama Pengawasan Piutang | 2 pegawai |
| • Juru Penagihan | 2 pegawai |
| 3. Juru Administrasi Bagian Distribusi | |

▪ **ASMAN KEUANGAN**, membawahi:

| | |
|-----------------------------------|-----------|
| 1. Supervisor Anggaran & Keuangan | 1 pegawai |
| • Juru Utama Keuangan | 1 pegawai |
| • Juru Keuangan | 1 pegawai |
| • Juru Utama Anggaran | 1 pegawai |
| 2. Supervisor Akuntansi | 1 pegawai |
| • Juru Utama Akuntansi Umum | 1 pegawai |
| Juru Administrasi Bagian Keuangan | |

▪ **ASMAN SDM & ADMINISTRASI**, membawahi:

| | |
|--|-----------|
| 1. Supervisor SDM | 1 pegawai |
| • Juru Administrasi Kepegawaian | 1 pegawai |
| • Juru Utama Administrasi Kepegawaian | 1 pegawai |
| 2. Supervisor Sekretariat & Umum | 1 pegawai |
| • Juru Utama Sekretariat | 1 pegawai |
| • Juru Utama Administrasi Umum | 1 pegawai |
| • Juru Utama Keselamatan & Kesehatan Kerja | 1 pegawai |
| 3. Juru Utama Administrasi Umum | 1 pegawai |

- ATMU HUKUM & HUMAS
- ATM KINERJA : 2 pegawai
- JURU ADMINISTRASI APJ

II.12. Tingkat Mutu Pelayanan PT PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya

Barat

Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat mutu pelayanan pada PT PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat adalah sebagai berikut:

1. Tegangan tinggi dititik pemakaian
2. Tegangan menengah dititik pemakaian
3. Tegangan rendah dititik pemakaian
4. Frekuensi

5. Lama gangguan per pelanggan
6. Jumlah gangguan per pelanggan
7. Kecepatan pelayanan sambungan tegangan menengah
8. Kecepatan pelayanan sambungan tegangan rendah
9. Kecepatan pelayanan perubahan daya tegangan menengah
10. Kecepatan pelayanan perubahan daya tegangan rendah
11. Kecepatan penanganan pengaduan gangguan
12. Kesalahan pembacaan kWh meter
13. Waktu koreksi kesalahan rekening

II.13. Pelanggan PT PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat

Jumlah pelanggan Area Pelayanan Surabaya Barat menunjukkan peningkatan dari waktu ke waktu seiring dengan bertambahnya kebutuhan masyarakat akan listrik. Jumlah tersebut dapat dilihat pada tabel 2.4.

Tabel 2.4.

Jumlah Pelanggan PT PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat Bulan Agustus 2005 Sampai Dengan Bulan November 2005

| Golongan/Bulan | Agustus | September | Oktober | November |
|----------------|---------|-----------|---------|----------|
| S1 | 27 | 27 | 27 | 27 |
| S2 | 2525 | 2505 | 2504 | 2505 |
| S3 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| R1 | 124068 | 124240 | 124315 | 124597 |
| R2 | 1288 | 1305 | 1332 | 1404 |
| R3 | 48 | 47 | 47 | 46 |
| B1 | 5052 | 5066 | 5054 | 5069 |
| B2 | 1150 | 1159 | 1182 | 1195 |
| B3 | 7 | 7 | 7 | 7 |
| I1 | 92 | 91 | 91 | 92 |
| I2 | 597 | 599 | 604 | 608 |
| I3 | 164 | 164 | 164 | 164 |

| | | | | |
|----|-----|-----|-----|-----|
| I4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| P1 | 93 | 102 | 101 | 102 |
| P2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| P3 | 288 | 293 | 396 | 301 |

Sumber: PT PLN Area Pelayanan Surabaya Barat

Keterangan:

S1= Pelanggan sosial gol. 1 dengan daya listrik 220 VA

S2= Pelanggan sosial gol. 2 dengan daya listrik 900 VA-200kVA

S3= Pelanggan sosial gol. 3 dengan daya listrik diatas 200kVA

R1= Pelanggan rumah tangga gol. 1 dengan daya listrik 450 VA-2200 VA

R2= Pelanggan rumah tangga gol. 2 dengan daya listrik 2200 VA-6600 VA

R3= Pelanggan rumah tangga gol. 3 dengan daya listrik diatas 6600 VA

B1= Pelanggan bisnis gol. 1 dengan daya listrik 450 VA-2200 VA

B2= Pelanggan bisnis gol. 2 dengan daya listrik 2200 VA-200kVA

B3= Pelanggan bisnis gol. 3 dengan daya listrik diatas 200kVA

I1= Pelanggan industri gol. 1 dengan daya listrik 450 VA-14kVA

I2= Pelanggan industri gol. 2 dengan daya listrik 14 kVA-200 kVA

I3= Pelanggan industri gol. 3 dengan daya listrik diatas 200kVA

I4= Pelanggan industri gol. 4 dengan daya listrik 30000 kVA keatas

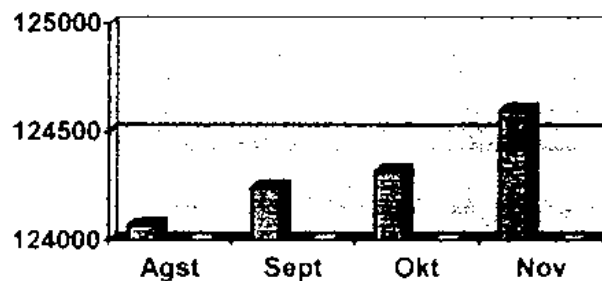
P1= Pelanggan keperluan kantor pemerintah gol. 1 dengan daya 450 VA-200 Kva

P2= Pelanggan keperluan kantor pemerintah gol. 2 dengan daya diatas 200 Kva

P3= Untuk keperluan penerangan jalan umum

Grafik pertumbuhan pelanggan R1 atau pelanggan rumah tangga golongan 1 dengan daya listrik 450 VA-2200VA dapat dilihat pada grafik 2.1.

Grafik 2.1.
**Jumlah Pelanggan R1 Agustus-
November 2005**



Dari grafik 2.1. tersebut dapat dilihat bahwa pertumbuhan pelanggan golongan R1 cukup signifikan dari bulan ke bulan. Hal tersebut dapat disebabkan

karena penduduk Indonesia yang terus bertambah sehingga menyebabkan kebutuhan akan listrik yang dikonsumsi oleh rumah tangga juga semakin meningkat.

II.14. Produk-produk PT PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat

- *Menyala*

Menyala R-450 dan Menyala R-900. Menyala R-450 dan Menyala R-900 merupakan layanan yang dikemas secara khusus bagi pelanggan rumah tangga dengan daya 450 VA dan 900 VA. Layanan ini memungkinkan pelanggan memperoleh harga yang pasti dan sama bagi berbagai biaya layanan listrik karena ditetapkan secara transparan di seluruh Indonesia. Bahkan tanpa dikenakan biaya beban pada rekening listrik pelanggan.

- *Layanan prima*

Layanan prima merupakan produk layanan yang disajikan khusus bagi pelanggan baru maupun pelanggan lama industri atau bisnis yang menginginkan pasokan listrik yang handal dan berkualitas dengan beberapa keunggulan, seperti:

- a) Tingkat keandalan dan pasokan listrik sesuai kesepakatan yang diinginkan pelanggan
- b) Tidak terkena *load curtailment* *load shedding* bila ada kekurangan daya
- c) Memperoleh asuransi kebakaran akibat listrik
- d) Dilayani oleh *account executive* khusus
- e) Memperoleh kartu VIP dengan berbagai *benefit*.

- *Layanan Dayamax*

Produk ini disajikan khusus bagi pelanggan industri yang bersedia mengurangi pemakaian listrik PLN pada waktu beban puncak, dengan kompensasi diperbolehkan memakai listrik pada luar waktu beban puncak melebihi daya kontrak.

Selain itu pengguna Dayamax masih memperoleh layanan tambahan berupa:

- a) Pelanggan dapat menggunakan listrik pada LWBP melebihi daya kontrak tanpa harus tambah daya
 - b) Pelanggan tetap membayar biaya beban sesuai daya kontrak, bahkan dapat memperoleh diskon hingga 50% dari biaya beban
 - c) Harga listrik dimungkinkan lebih murah
- *Metro-Light*

Produk ini khusus disajikan bagi para eksekutif muda kalangan bisnis dan rumah tangga eksklusif yang ingin tampil beda dan bergaya.

Layanan eksklusif bagi pelanggan eksekutif produk ini, antara lain:

- a) Diperlakukan sebagai pelanggan VIP
 - b) Memiliki *account executive* yang dapat dihubungi setiap saat dan siap melayani
 - c) Diterima dan dilayani secara khusus atau privat saat datang ke kantor PLN
 - d) Memperoleh kartu VIP dengan berbagai fasilitas khusus
 - e) Pengukuran listrik secara eksklusif dengan menggunakan meter elektronik digital
- *Bersinar*

Produk yang disajikan khusus bagi pelanggan bisnis serta industri kecil dan menengah ini memberikan beragam pelayanan ekstra yang lebih menguntungkan dibanding layanan bagi pelanggan bisnis dan industri biasa, seperti:

- a) Biaya penyambungan dapat diangsur
- b) Angsuran biaya penyambungan dapat dimasukkan dalam tagihan listrik bulanan
- c) Memperoleh kepastian waktu penyambungan baru
- d) Memperoleh asuransi kebakaran akibat listrik
- e) Memperoleh kartu pelanggan dengan fasilitas khusus dan fasilitas diskon.

▪ *Tarif multiguna ekspor*

Tarif multiguna ekspor adalah suatu biaya atas transaksi dalam penggunaan energi listrik PLN, untuk memenuhi kebutuhan energi listrik konsumen dalam jangka waktu pendek dan dalam jumlah daya yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Tujuan:

Untuk melayani permintaan khusus atas energi listrik baik perseorangan, lembaga, BUMN, BUMD, swasta, badan organisasi atau panitia pelaksana kegiatan tertentu.

Keuntungan:

- a) Kebutuhan energi listrik sesaat atau dalam jangka waktu tertentu saja dapat dipenuhi tanpa harus melakukan tambah daya secara permanen
- b) Bebas biaya abonemen atas penggunaan daya yang ditambah
- c) Besar daya yang diminta sangat fleksibel sesuai dengan kebutuhan

- d) Tarif sangat ekonomis untuk pemakaian jangka pendek
- e) Bebas biaya penyambungan dan uang jaminan langganan (UJL)
- f) Dapat digunakan untuk tegangan rendah (TR), tegangan menengah (TM) atau tegangan tinggi (TT).

II.15. Fasilitas Pembayaran Listrik PT PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat

Pembayaran rekening listrik dapat dilakukan melalui *PRAQTIS* ataupun melalui pembayaran di loket-loket yang disediakan oleh PT PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat. *PRAQTIS* adalah singkatan Pembayaran Rekening Listrik Fleksibel dan Otomatis yang merupakan cara pembayaran rekening listrik yang bekerjasama dengan bank-bank yang ditunjuk oleh PT PLN di seluruh wilayah Indonesia yang bertanda *PRAQTIS*.

- Bank yang ditunjuk:

| Nama Bank | Nama Bank |
|--------------------------|------------------------|
| BRI | Ekonomi Raharja |
| Buana Indonesia | Bumiputera |
| Haga | Hagakita |
| Lippo | Victoria International |
| BCA | Panin |
| Bukopin | BTN |
| Bank of Tokyo Mitsubishi | Maspion |
| Permata | NISP |
| Danamon | Syariah Mandiri |
| Nusantara Parahyangan | Mandiri |

| | |
|-------|----------|
| Niaga | Citibank |
|-------|----------|

- Pembayaran melalui loket

| No. | Nama Loket | Alamat |
|-----|------------------------------------|---|
| 1. | Kantor AP Surabaya Selatan | Jl. Raya Mastrip Kebraon 114 Sby |
| 2. | Kantor BNI Sepanjang | Komp. Sepanjang Town House A/5 Sdj |
| 3. | Koperasi Surya Sejahtera | Jl. Raya Wiyung 4 Sby |
| 4. | KUD Sumber Rejeki Bogangin | Jl. Raya Mastrip/ Kemlaten 29 Sby |
| 5. | KUD Sumber Rejeki Bangkingan | Jl. Raya Bangkingan Barat 1 Sby |
| 6. | KUD Sumber Rejeki Jeruk | Jl. Raya Menganti Jeruk 12A Sby |
| 7. | KUD Sumber Makmur Menganti | Jl. Bringkang, kec. Menganti, kab. Gresik |
| 8. | KUD Subur Makmur Cangkir Driyorejo | Jl. Cangkir Driyorejo kab. Gresik |
| 9. | KUD Subur Makmur Bulu Pinggir | Jl. Bulupinggir gg. Bagong Sby |
| 10. | KUD Suko Makmur Sukodono | Jl. Pekarungan. kec. Sukodono, Kab. Sdj |
| 11. | KUD Tani Manunggal Kletek | Jl. Raya Kletek, Sdj |
| 12. | KUD Tani Manunggal Pasar | Jl. Raya Pasar Taman Sepanjang Sdj |
| 13. | KUD Sekardangan Sidoarjo | Jl. Raya Cemengkalan |
| 14. | KUD Wonocolo Surabaya | Jl. Kebonsari Manunggal 22 Sby |
| 15. | Koperasi Sinoman Pasar Driyorejo | Komp. Pasar, Kota Baru Driyorejo Gresik |

BAB III

PENYAJIAN DATA

Pada bab III ini akan disajikan data yang telah diperoleh sebagai upaya dalam menjawab pertanyaan penelitian yang telah diajukan pada bab sebelumnya. Data tersebut diperoleh dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner yang diajukan oleh peneliti. Seperti yang telah diuraikan pada bab terdahulu, bahwa variabel bebas dalam penelitian ini adalah tingkat kualitas pelayanan (variabel X) yang meliputi dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, sedangkan variabel terpengaruhnya adalah tingkat kepuasan pelanggan (variabel Y). Adapun kegunaan dari penyajian data ini adalah untuk melihat gejala dari masing-masing variabel sekaligus sebagai dasar untuk mengkorelasikan variabel penelitian. Uraian dari masing-masing variabel tersebut disajikan dalam bentuk tabel berdasarkan indikator dari masing-masing variabel.

III.1. Variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)

Variabel terpengaruh dalam penelitian ini adalah variabel tingkat kepuasan pelanggan yang terdiri dari 4 item pertanyaan yang disajikan dalam bentuk tabel frekuensi kemunculan yang didasarkan pada jumlah responden.

III.1.1. Kesesuaian Layanan Dengan Harapan

Kepuasan pelanggan dapat diukur dari pelayanan yang diberikan oleh sebuah organisasi, dimana pelayanan tersebut sesuai dengan harapan konsumen atau pelanggannya. Harapan yang telah terpenuhi tersebut tentunya akan membuat

pihak yang mengkonsumsi sebuah produk atau jasa akan merasa sangat puas terhadap kinerja sebuah organisasi.

Tabel 3.1.

Kesesuaian Layanan Dengan harapan

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 12 | 12% |
| Tidak setuju | 31 | 31% |
| Setuju | 29 | 29% |
| Sangat setuju | 28 | 28% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan nomor 43

Dari tabel 3.1. dapat diketahui bahwa terdapat 12 responden (12%) menyatakan sangat tidak setuju atau pelayanan yang diberikan PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sangat tidak memenuhi harapan pelanggan. Terdapat 31 responden (31%) menyatakan tidak setuju atau menganggap pelayanan PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat tidak memenuhi harapan. Sedangkan 29 responden (29%) menyatakan setuju dengan pertanyaan jika PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sudah memenuhi harapan. Dari 28 responden (28%) menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sangat memenuhi harapan pelanggan.

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan harapan pelanggan. Selain ada pelanggan yang menganggap layanan belum sesuai dengan harapan, ada pula yang menyatakan layanan itu

sudah memenuhi harapan. Hal tersebut dapat disebabkan oleh adanya perbedaan harapan pelanggan.

III.1.2. Kesesuaian Biaya Dengan Hasil Yang Diperoleh

Untuk mendapatkan produk sebuah organisasi baik itu berupa barang atau jasa, maka biaya yang dikeluarkan tersebut harus sesuai dengan hasil yang diperoleh (dari pelayanan yang diberikan oleh PLN).

Tabel 3.2.

Kesesuaian Biaya Dengan Hasil Yang Diperoleh

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 7 | 7% |
| Tidak setuju | 36 | 36% |
| Setuju | 46 | 46% |
| Sangat setuju | 11 | 11% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan 44

Dari tabel 3.2. dapat diketahui bahwa terdapat 7 responden (7%) menyatakan sangat tidak setuju dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan jasa PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat. Terdapat 36 responden (36%) menyatakan tidak setuju dengan biaya-biaya yang ada. Sedangkan 46 responden (46%) menyatakan setuju dengan biaya-biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan jasa PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat. Dari 11 responden (11%) menyatakan bahwa biaya yang harus dikeluarkan pelanggan sangat sesuai dengan jasa yang didapat.

Dari keseluruhan pertanyaan tersebut dapat ditarik kesimpulan sementara bahwa biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh para pelanggan untuk mendapatkan semua produk PLN sudah sesuai. Artinya biaya tersebut sepadan dengan hasil yang dinikmati para pelanggan dalam bidang kelistrikan.

III.1.3. Kemudahan Memperoleh Produk

Kemudahan memperoleh produk ini dapat dilihat dari dua hal yaitu: produk dan jasa yang dikeluarkan oleh sebuah organisasi mudah untuk diakses; dan prosedur untuk mendapatkan produk dan jasa tersebut tidak terlalu panjang.

Tabel 3.3.

Kemudahan Memperoleh Produk

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 7 | 7% |
| Tidak setuju | 36 | 36% |
| Setuju | 46 | 46% |
| Sangat setuju | 11 | 11% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan 45 sampai dengan 46

Dari tabel 3.3. dapat diketahui bahwa terdapat 7 responden (7%) menyatakan sangat tidak setuju atau sangat tidak mudah mendapatkan produk PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat. Terdapat 36 responden (36%) menyatakan tidak setuju atau tidak mudah mendapatkan produk PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat. Sedangkan 46 responden (46%) menyatakan setuju atau mudah mendapatkan produk tersebut. Dari 11% responden (11%) menyatakan bahwa

sangatlah mudah jika pelanggan ingin mendapatkan produk dari PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa para pelanggan setuju dengan pertanyaan bahwa cukup mudah untuk mendapatkan produk-produk yang dijual oleh PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat.

III.2. Variabel Tingkat Kualitas Pelayanan (Variabel X)

Variabel pengaruh dalam penelitian ini adalah variabel tingkat kualitas pelayanan yang terdiri dari 42 item pertanyaan yang disajikan dalam bentuk tabel frekuensi kemunculan yang didasarkan pada jumlah responden.

III.2.1. Bukti Fisik

Bukti fisik merupakan dimensi yang pertama dalam mengevaluasi jasa sesuai dengan pendapat dari Zeithaml, Berry, dan Parasuraman. Bukti fisik ini dapat berupa fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi.

III.2.1.1. Penggunaan Teknologi

Penggunaan teknologi pada PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat dapat dilihat dari penggunaan komputer dalam memproses data, penggunaan telepon, penggunaan AC atau penyejuk ruangan serta penggunaan nomor antri digital.

Tabel 3.4.
Penggunaan Teknologi

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 1 | 1% |
| Tidak setuju | 32 | 32% |
| Setuju | 38 | 38% |
| Sangat setuju | 29 | 29% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan 1 sampai dengan 4

Dari tabel 3.4. dapat diketahui bahwa terdapat seorang responden (1%) menyatakan sangat tidak setuju dengan penggunaan teknologi PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat yang artinya belum memenuhi penggunaan teknologi yang mutakhir. Terdapat 32 responden (32%) menyatakan bahwa PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat kurang memenuhi penggunaan teknologi yang mutakhir. Sedangkan 38 responden (38%) menyatakan setuju dengan penggunaan teknologi yang ada. Artinya penggunaan teknologi tersebut sudah memenuhi kebutuhan responden. Dari 29% responden (29%) menyatakan bahwa penggunaan teknologi PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sangat mutakhir.

Dari pernyataan-pernyataan tersebut, sebagian besar pelanggan PLN menyatakan bahwa penggunaan teknologi yang digunakan untuk menunjang kegiatan pelayanan kepada pelanggan sudah memenuhi kebutuhannya, sehingga dapat dikatakan jika teknologi itu sudah sesuai dan cukup mutakhir.

III.2.1.2. Fasilitas Fisik Berdaya Tarik

Fasilitas fisik berdaya tarik ini meliputi penataan ruangan dalam kantor PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat, ruangan yang nyaman dan bebas sampah, serta kerapian barang-barang di kantor tersebut.

Tabel 3.5.

Fasilitas Fisik Berdaya Tarik

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 9 | 9% |
| Tidak setuju | 39 | 39% |
| Setuju | 38 | 38% |
| Sangat setuju | 14 | 14% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan 5 sampai dengan 8

Dari tabel 3.5. dapat diketahui bahwa terdapat 9 responden (9%) menyatakan sangat tidak setuju dengan fasilitas fisik yang berdaya tarik di PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat yang artinya fasilitas yang ada sangat tidak menarik. Terdapat 39 responden (39%) menyatakan bahwa fasilitas fisik PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat kurang menarik. Sedangkan 38 responden (38%) menyatakan setuju dengan pertanyaan bahwa fasilitas fisik PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat menarik. Dari 14% responden (14%) menyatakan bahwa fasilitas fisik PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sangatlah menarik.

Fasilitas fisik yang disediakan oleh PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat dianggap tidak memiliki daya tarik dimata pelanggan. Dapat

dilihat dari sebagian besar pelanggan yang menyatakan tidak setuju dengan fasilitas yang disediakan tersebut.

III.2.1.3. Penampilan Pegawai

Penampilan pegawai yang menarik meliputi para pegawai yang menjaga kerapian rambut, menjaga kebersihan pakaian, dan mengenakan pakaian yang rapi.

Tabel 3.6.
Penampilan Pegawai

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 7 | 7% |
| Tidak setuju | 23 | 23% |
| Setuju | 50 | 50% |
| Sangat setuju | 20 | 20% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan 9 sampai dengan 11

Dari tabel 3.6. dapat diketahui bahwa terdapat 7 responden (7%) menyatakan penampilan para pegawai di PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sangat tidak menarik. Terdapat 23 responden (23%) menyatakan bahwa pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat kurang menarik dalam penampilan. Sedangkan 50 responden (50%) menyatakan setuju atau menganggap penampilan pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat cukup menarik. Dan 20% responden (20%) menyatakan bahwa penampilan para pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sangatlah menarik.

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa para pegawai PLN memberikan penampilan yang menarik di mata pelanggan. Penampilan tersebut dapat dilihat dan dinikmati secara langsung oleh mata pelanggan pada saat mereka bertatap muka.

III.2.1.4. Fasilitas Sesuai Jasa Yang Ditawarkan

Fasilitas sesuai jasa yang ditawarkan ini, yang dimaksud adalah peralatan kelistrikan yang digunakan untuk memberikan pelayanan dapat berfungsi dengan baik.

Tabel 3.7.
Fasilitas Sesuai Jasa Yang Ditawarkan

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | - | 0% |
| Tidak setuju | - | 0% |
| Setuju | 45 | 45% |
| Sangat setuju | 55 | 55% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan 12

Dari tabel 3.7. dapat diketahui bahwa tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju. Sedangkan 45 responden (45%) menyatakan bahwa peralatan kelistrikan tersebut sudah berfungsi dengan baik. Artinya penggunaan peralatan tersebut sudah memenuhi kebutuhan responden. Dari 55 responden (55%) menyatakan bahwa penggunaan peralatan kelistrikan untuk pelayanan sangat berfungsi dengan baik.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa fasilitas yang disediakan oleh PLN sangat sesuai dengan jasa yang ditawarkan. Artinya PLN sangat mampu menyediakan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan para pelanggan dalam hal kelistrikan.

III.2.2. Kehandalan

Dimensi ini merupakan dimensi yang kedua, yang dapat diartikan sebagai kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.

III.2.2.1. Suplai Listrik

Kehandalan suplai listrik yang dimaksud adalah suplai atau pasokan listrik yang diberikan kepada pelanggan PLN tidak sering mati.

Tabel 3.8.
Suplai Listrik

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | - | 0% |
| Tidak setuju | - | 0% |
| Setuju | 57 | 57% |
| Sangat setuju | 43 | 43% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan 13

Dari tabel 3.8. dapat diketahui bahwa tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau tidak setuju. Sedangkan 57 responden (57%) menyatakan setuju bahwa suplai listrik kepada pelanggan tidak sering mati. Dari 43%

responden (43%) menyatakan bahwa sangat setuju jika disebutkan suplai listrik tidak sering mati. Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kehandalan pasokan listrik PLN cukup tinggi.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari pernyataan-pernyataan tersebut adalah suplai listrik yang disalurkan ke rumah-rumah pelanggan PLN sudah sesuai dengan apa yang diminta pelanggan, artinya listrik tersebut tidak sering mati.

III.2.2.2. Sistem Pencatatan Bebas Dari Kesalahan

Sistem pencatatan yang bebas dari kesalahan ini meliputi pencatatan kWh meter dan rekening listrik yang tepat.

Tabel 3.9.

Sistem Pencatatan Bebas Dari Kesalahan

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 21 | 21% |
| Tidak setuju | 68 | 68% |
| Setuju | 11 | 11% |
| Sangat setuju | - | 0% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan 14 sampai dengan 15

Dari tabel 3.9. dapat diketahui bahwa terdapat 21 responden (21%) menyatakan sangat tidak setuju dengan sistem pencatatan tersebut, yang artinya PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sangat banyak melakukan kesalahan dalam pencatatan tersebut. Terdapat 68 responden (68%) menyatakan bahwa PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat tidak memenuhi standar sistem pencatatan

yang baik. Sedangkan 11 responden (11%) menyatakan setuju jika PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sudah melakukan sistem pencatatan yang bebas dari kesalahan. Serta tidak ada responden yang menyatakan bahwa sistem pencatatan tersebut sangatlah tepat atau terbebas dari kesalahan.

Pernyataan-pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa pegawai PLN tidak mampu melakukan pencatatan yang baik atas kWh meter ataupun rekening listrik, sehingga sering terjadi kesalahan dalam melakukan pencatatan yang merugikan para pelanggan.

III.2.2.3. Kemampuan Memenuhi Janji

Kemampuan memenuhi janji ini meliputi kemampuan memenuhi semua janji yang telah dinyatakan oleh PT. PLN baik dalam media ataupun kontrak-kontrak yang ada.

Tabel 3.10.

Kemampuan Memenuhi Janji

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 10 | 10% |
| Tidak setuju | 45 | 45% |
| Setuju | 38 | 38% |
| Sangat setuju | 7 | 7% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan 16 sampai dengan 18

Dari tabel 3.10. dapat diketahui bahwa terdapat 10 responden (10%) menyatakan sangat tidak setuju dengan kemampuan PT. PLN Area Pelayanan

Surabaya Barat memenuhi janji, artinya tidak ada janji yang mampu dipenuhi. Terdapat 45 responden (45%) menyatakan bahwa PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat kurang memenuhi janji-janjinya terhadap pelanggan sesuai dengan iklan yang ada. Sedangkan 38 responden (38%) menyatakan setuju apabila dinyatakan PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sudah mampu memenuhi janjinya kepada pelanggan. Dari 7% responden (7%) menyatakan bahwa PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sudah mampu memenuhi semua janjinya kepada pelanggan.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat tidak bisa memenuhi janji-janji yang telah dinyatakan kepada pelanggan, sehingga banyak pelanggan yang dikecewakan karena janji yang tidak terpenuhi.

III.2.2.4. Jasa Yang Disampaikan Dengan Benar

Hal ini meliputi adanya transparansi biaya serta adanya prosedur layanan PT. PLN yang bebas dari kecurangan.



Tabel 3.11.

Jasa Yang Disampaikan Dengan Benar

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 39 | 39% |
| Tidak setuju | 24 | 24% |
| Setuju | 37 | 37% |
| Sangat setuju | - | 0% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan 19 sampai dengan 20

Dari tabel 3.11. dapat diketahui bahwa terdapat 39 responden (39%) menyatakan sangat tidak setuju atau menyatakan bahwa jasa-jasa yang disampaikan PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sangat tidak benar atau tidak sesuai. Terdapat 24 responden (24%) menyatakan bahwa PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat kurang memenuhi penyampaian jasa yang benar. Sedangkan 37 responden (37%) menyatakan setuju dengan pertanyaan bahwa PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sudah memenuhi semua jasa dengan benar sejak awal. Serta tidak ada responden yang menyatakan penyampaian jasa tersebut sangat benar sejak awal.

Pernyataan-pernyataan tersebut secara umum menyatakan bahwa jasa pelayanan yang disampaikan kepada pelanggan sangat tidak memenuhi harapan dari pelanggan PLN. Dapat dilihat terdapat 39% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan penyampaian jasa PLN tersebut.

III.2.3. Daya Tanggap

Daya tanggap merupakan dimensi yang ketiga yang merupakan keinginan para pegawai PLN untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

III.2.3.1. Pegawai Tanggap Memberikan Informasi

Pegawai yang tanggap dalam memberikan informasi kepada pelanggan berupa informasi tagihan listrik yang benar, pemberian informasi sesuai dengan kebutuhan pelanggan, serta informasi mengenai adanya gangguan yang sedang ataupun yang akan terjadi.

Tabel 3.12.

Pegawai Tanggap Memberikan Informasi

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 1 | 1% |
| Tidak setuju | 19 | 19% |
| Setuju | 61 | 61% |
| Sangat setuju | 19 | 19% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan 21 sampai dengan 23

Dari tabel 3.12. dapat diketahui bahwa terdapat seorang responden (1%) menyatakan sangat tidak setuju dengan ketanggapan pegawai dalam memberikan informasi. Artinya pegawai sangat tidak tanggap akan kebutuhan para pelanggan dalam hal informasi. Terdapat 19 responden (19%) menyatakan bahwa para pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat kurang tanggap dalam

memberikan informasi kepada pelanggan. Sedangkan 61 responden (61%) menyatakan setuju dengan pertanyaan apabila pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sudah cukup tanggap akan kebutuhan pelanggan akan informasi. Dari 19% responden (19%) menyatakan bahwa para pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat memiliki ketanggapan yang sangat tinggi dengan kebutuhan pelanggan terhadap informasi kelistrikan.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa para pegawai PLN tanggap dalam memberikan segala informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan PLN. Sehingga para pelanggan tersebut dapat memperoleh berbagai macam informasi yang benar tentang PLN.

III.2.3.2. Pelayanan Yang Segera

Pelayanan yang segera ini dapat berupa kemampuan pegawai segera menyediakan permintaan pelanggan, pegawai yang bergerak gesit dalam bekerja, dan pegawai segera bertindak dalam menangani keluhan pelanggan.

Tabel 3.13.

Pelayanan Yang Segera

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 11 | 11% |
| Tidak setuju | 43 | 43% |
| Setuju | 40 | 40% |
| Sangat setuju | 6 | 6% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan 24 sampai dengan 26

Dari tabel 3.13. dapat diketahui bahwa terdapat 11 responden (11%) menyatakan bahwa para pegawai sangat tidak mampu dalam memberikan pelayanan yang cepat dan segera. Terdapat 43 responden (43%) menyatakan bahwa para pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat kurang mampu dalam memberikan pelayanan yang segera. Sedangkan 40 responden (40%) menyatakan bahwa pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sudah cukup mampu dalam memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan. Dari 6% responden (6%) menyatakan bahwa para pegawai sangat cepat dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Kesimpulan yang dapat ditarik adalah para pegawai PLN belum mampu memberikan pelayanan yang segera. Pelanggan masih melihat para pegawai tersebut lamban dalam melaksanakan tugas-tugas pelayanannya.

III.2.3.3. Pegawai Selalu Bersedia Membantu

Pegawai yang mudah dihubungi setiap saat serta selalu bersedia membantu para pelanggan merupakan penjabaran yang terdapat dalam indikator pegawai selalu bersedia membantu.

Tabel 3.14.

Pegawai Selalu Bersedia Membantu

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 20 | 20% |
| Tidak setuju | 41 | 41% |
| Setuju | 39 | 39% |
| Sangat setuju | - | 0% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan 27 sampai dengan 28

Dari tabel 3.14. dapat diketahui bahwa terdapat 20 responden (20%) menyatakan sangat tidak setuju apabila disebutkan para pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat selalu bersedia membantu pelanggan setiap saat. Terdapat 41 responden (41%) menyatakan bahwa para pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat kurang bersedia membantu pelanggan. Sedangkan 39 responden (39%) menyatakan para pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sudah cukup bersedia dalam membantu pelanggan dalam bidang kelistrikan. Selain itu tidak terdapat responden yang menyatakan bahwa para pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat selalu bersedia setiap saat membantu para pelanggan.

Dari pernyataan-pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pegawai PLN tidak selalu bersedia membantu para pelanggan walaupun hal tersebut merupakan kewajiban para pegawai PLN sebagai pelayan masyarakat.

III.2.4. Jaminan

Jaminan merupakan dimensi yang keempat yang meliputi pegawai yang profesional dan berpengalaman luas, pegawai yang terpercaya, serta kepribadian yang terdapat dalam diri pegawai.

III.2.4.1. Pegawai Yang Berpengalaman Luas

Pegawai yang berpengalaman luas ini meliputi para pegawai PLN yang memiliki pengetahuan yang cukup mengenai kelistrikan serta mempunyai banyak pengalaman di bidang kelistrikan.

Tabel 3.15.
Pegawai Yang Berpengalaman Luas

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 24 | 24% |
| Tidak setuju | 50 | 50% |
| Setuju | 26 | 26% |
| Sangat setuju | - | 0% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan 29 sampai dengan 30

Dari tabel 3.15. dapat diketahui bahwa terdapat 24 responden (24%) menyatakan sangat tidak setuju atau menyatakan pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sangat kurang mempunyai pengetahuan dan pengalaman yang luas. Terdapat 50 responden (50%) menyatakan bahwa para pegawai PT PLN Area Pelayanan Surabaya Barat kurang memiliki pengalaman yang luas dalam kelistrikan. Sedangkan 26 responden (26%) menyatakan setuju

atau menganggap para pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sudah cukup memiliki pengetahuan dan pengalaman. Serta tidak ada responden yang menyatakan para pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat memiliki pengetahuan dan pengalaman yang sangat luas.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa para pegawai PLN tidak mempunyai pengalaman yang luas dalam hal kelistrikan. Sehingga pelanggan melihat para pegawai tersebut kurang mampu bekerja dengan baik.

III.2.4.2. Pegawai Yang Terpercaya

Pegawai yang terpercaya ini meliputi pegawai yang jujur dalam perkataannya serta selalu menepati setiap perkataan yang telah diucapkan kepada pelanggan.

Tabel 3.16.

Pegawai Yang Terpercaya

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 6 | 6% |
| Tidak setuju | 42 | 42% |
| Setuju | 33 | 33% |
| Sangat setuju | 19 | 19% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan 31 sampai dengan 32

Dari tabel 3.16 dapat diketahui bahwa terdapat 6 responden (6%) menyatakan bahwa pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sangat tidak dapat dipercaya perkataannya. Terdapat 42 responden (42%) menyatakan bahwa

para pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat kurang dipercaya perkataannya. Sedangkan 33 responden (33%) menyatakan bahwa pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat cukup dapat dipercaya perkataannya. Dari 19 responden (19%) menyatakan bahwa para pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sangat dipercaya para pelanggan dengan perkataannya.

Dari pernyataan-pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa para pegawai PLN tidak dipercaya oleh pelanggannya. Hal tersebut dapat disebabkan oleh berbagai faktor yang dilihat oleh pelanggan itu sendiri.

III.2.4.3. Kepribadian Pegawai

Selain itu jaminan juga dapat merupakan kepribadian para pegawai yang ditunjukkan yang selalu bersikap sopan serta menghormati pelanggan.

Tabel 3.17.

Kepribadian Pegawai

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 21 | 21% |
| Tidak setuju | 53 | 53% |
| Setuju | 26 | 26% |
| Sangat setuju | - | 0% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan 33 sampai dengan 35

Dari tabel 3.17. dapat diketahui bahwa terdapat 21 responden (21%) menyatakan para pegawai tersebut sangat tidak sopan dan memiliki kepribadian yang tidak baik di mata pelanggan. Terdapat 53 responden (53%) menyatakan

bahwa pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat kurang memiliki kepribadian yang sopan dimata pelanggan. Sedangkan 26 responden (26%) menyatakan bahwa pegawai tersebut sudah cukup memiliki kepribadian yang sopan dan menghormati pelanggan. Serta tidak ada responden yang menyatakan bahwa kepribadian para pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sangatlah sopan.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelanggan menilai kepribadian pegawai PLN tidak baik. Dapat dilihat ada lima puluh persen lebih yang memberikan pertanyaan tersebut.

III.2.5. Empati

Empati merupakan dimensi yang kelima dalam menjelaskan kualitas pelayanan. Dapat berupa kemampuan melakukan komunikasi, serta pemberian perhatian kepada pelanggan baik dari pegawai maupun dari perusahaan listrik itu sendiri.

III.2.5.1. Kemudahan Melakukan Komunikasi

Kemudahan melakukan komunikasi ini dapat berupa kemampuan para pegawai dalam penggunaan bahasa percakapan sehari-hari yang digunakan oleh pelanggan serta kemampuan pegawai dalam menunjukkan kesabaran dalam berkomunikasi dengan pelanggan.

Tabel 3.18.

Kemudahan Melakukan Komunikasi

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 14 | 14% |
| Tidak setuju | 65 | 65% |
| Setuju | 21 | 21% |
| Sangat setuju | - | 0% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan 36 sampai dengan 37

Dari tabel 3.18. dapat diketahui bahwa terdapat 14 responden (14%) menyatakan pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sangat tidak mampu dalam melakukan komunikasi dengan para pelanggan PLN. Terdapat 65 responden (65%) menyatakan bahwa pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat kurang mampu menjalin komunikasi dengan para pelanggan. Sedangkan 21 responden (21%) menyatakan bahwa para pegawai tersebut sudah dapat berkomunikasi dengan baik dengan para pelanggan. Selain itu tidak ada responden yang menyatakan pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sangat mampu berkomunikasi dengan baik dengan para pelanggan.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar para pegawai PLN tidak bisa melakukan komunikasi yang baik dengan pelanggan. Persentase yang ditunjukkan adalah 65% atau lima puluh persen lebih dari keseluruhan responden yang mendukung pernyataan tersebut.

III.2.5.2. Perhatian Pegawai

Pegawai yang memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan ini meliputi mereka mendengarkan keluhan tiap pelanggan seta tidak sibuk sendiri dengan pekerjaan mereka.

Tabel 3.19.

Perhatian Pegawai

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 2 | 2% |
| Tidak setuju | 58 | 58% |
| Setuju | 40 | 40% |
| Sangat setuju | - | 0% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan 38 sampai dengan 39

Dari tabel 3.19. dapat diketahui bahwa terdapat 2 responden (2%) menyatakan para pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sangat tidak mampu memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan. Terdapat 58 responden (58%) menyatakan bahwa pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat kurang mampu memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan. Sedangkan 40 responden (40%) menyatakan pegawai tersebut sudah mampu memberikan perhatian kepada pelanggan dengan baik. Serta tidak ada satupun responden yang menyatakan pegawai PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sangat mampu memberikan perhatian personal kepada pelanggannya.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pegawai PLN tidak memberikan perhatian kepada para pelanggan PLN. Dimana terdapat lima puluh persen lebih responden yang menyatakannya.

III.2.5.3. Perhatian Perusahaan

Perusahaan yang memberikan perhatian kepada pelanggan dengan memberikan *reward*, bantuan ataupun mengadakan kunjungan kepada para pelanggan tersebut.

Tabel 3.20.
Perhatian Perusahaan

| Jawaban Item | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 21 | 21% |
| Tidak setuju | 48 | 48% |
| Setuju | 31 | 31% |
| Sangat setuju | - | 0% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pertanyaan 40 sampai dengan 42

Dari tabel 3.20. dapat diketahui bahwa terdapat 21 responden (21%) menyatakan bahwa PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sangat tidak memberikan perhatian kepada pelanggannya. Terdapat 48 responden (48%) menyatakan bahwa PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat kurang mampu memberikan perhatian kepada para pelanggannya. Sedangkan 31 responden (31%) menyatakan bahwa PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sudah cukup mampu memberikan perhatian yang baik kepada pelanggannya. Selain itu tidak

seorangpun responden yang menyatakan apabila PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat sangat memberikan perhatian kepada pelanggannya.

Dari pernyataan-pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan atau PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat tidak memberikan perhatian kepada para pelanggannya, dan pernyataan ini didukung oleh sebagian besar responden.



BAB IV

ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

Pada bab ini akan disajikan mengenai analisis dan interpretasi data yang telah diperoleh dari pengumpulan data sebelumnya. Analisis dan interpretasi data dilakukan bertujuan untuk membuktikan apakah hipotesis yang telah disebutkan pada bab sebelumnya diterima atau ditolak. Penelitian ini mempunyai variabel tingkat kualitas pelayanan sebagai variabel bebas serta tingkat kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat.

Asumsi yang mendasari penelitian ini adalah tingkat kualitas pelayanan (variabel pengaruh) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan (variabel terpengaruh). Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan pengaruh maka akan digunakan dua bentuk analisis yaitu tabulasi silang dan uji statistik.

IV.1. Analisis Data

IV.1.1. Analisis Tabulasi Silang

Analisis tabulasi silang menyajikan hasil analisis kuantitatif dan menguraikan hubungan antar variabel pengaruh dan terpengaruh. Sebelum dilakukan analisis tabulasi silang, terlebih dahulu akan disajikan deskripsi dari masing-masing variabel. Dalam tabulasi silang ini jawaban responden untuk variabel tingkat kepuasan pelanggan, dikelompokkan dalam empat kategori, yaitu: sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Kuesioner tersebut

berupa pertanyaan-pertanyaan yang diisi sesuai dengan pendapat responden. Sedangkan variabel tingkat kualitas pelayanan, jawaban responden juga dikelompokkan dalam empat kategori, yaitu: sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Kuesioner tersebut berupa pertanyaan-pertanyaan yang diisi dengan pendapat responden.

Variabel tingkat kepuasan pelanggan dari tabel frekuensi diperoleh skor tertinggi sebesar 16 dan terendah adalah 4. Kemudian dari skor-skor tersebut ditetapkan batas nyata atas dari skor tertinggi dan batas nyata bawah dari skor terendah, kemudian batas nyata atas dikurangi batas nyata bawah dan dibagi empat untuk memperoleh lebar interval masing-masing kategori. Pernyataan tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\frac{16,5-3,5}{4} = 3,25$$

Dari perhitungan tersebut diperoleh lebar interval 3,25 yang dibulatkan menjadi 4. Selanjutnya ditentukan lebar interval skor jawaban untuk variabel Y sebagai berikut:

- Skor 4 –7 untuk kategori sangat tidak setuju
- Skor 8 – 11 untuk kategori tidak setuju
- Skor 12 – 15 untuk kategori setuju
- Skor 16 – 19 untuk kategori sangat setuju

Sedangkan variabel tingkat kualitas pelayanan dari tabel frekuensi diperoleh skor tertinggi 168 dan skor terendah 87 sehingga diperoleh lebar interval variabel X sebagai berikut:

$$\frac{168,5 - 86,5}{4} = 20,5$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh lebar interval 20,5 yang dibulatkan menjadi 21. Selanjutnya ditentukan lebar interval skor jawaban variabel X sebagai berikut:

- Skor 87 – 107 untuk kategori sangat tidak setuju
- Skor 108 – 128 untuk kategori tidak setuju
- Skor 129 – 149 untuk kategori setuju
- Skor 150 – 170 untuk kategori sangat setuju

Setelah diketahui lebar interval masing-masing variabel akan disajikan deskripsi jawaban responden terhadap masing-masing variabel dalam bentuk tabel frekuensi.

IV.1.1.1. Variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan

Tingkat kepuasan pelanggan adalah evaluasi yang dilakukan dengan membandingkan apa yang dirasakan atau dipersepsikan dengan apa yang diharapkan. Kepuasan pelanggan yang dimaksudkan adalah perbandingan antara harapan pelanggan PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat sebelum menjadi pelanggan PT. PLN, dengan apa yang mereka rasakan setelah menjadi pelanggan PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat.

Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan digunakan beberapa indikator yakni, layanan yang diterima sesuai dengan harapan, biaya yang dikeluarkan sesuai dengan yang didapatkan, dan kemudahan memperoleh produk PT. PLN

(Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat. Selanjutnya untuk variabel tingkat kepuasan pelanggan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.1.

Rekapitulasi Variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)

| Kategori Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 12 | 12% |
| Tidak setuju | 47 | 47% |
| Setuju | 35 | 35% |
| Sangat setuju | 6 | 6% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pengolahan data primer

Dari tabel 4.1. tersebut dapat diketahui untuk variabel tingkat kepuasan pelanggan, dengan frekuensi 12 (12%) termasuk dalam kategori sangat tidak puas dengan berbagai pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat. Pelanggan dengan persentase 47% menyatakan tidak setuju dan termasuk kategori tidak puas terhadap pelayanan tersebut. Pelanggan dengan persentase 35% setuju dan termasuk kategori puas dengan pelayanan PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat. Serta 6% termasuk dalam kategori sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar pelanggan PLN tidak setuju atau tidak puas terhadap pelayanan serta produk yang dikonsumsi yang berasal dari PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat.

IV.1.1.2. Variabel Tingkat Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan atau organisasi dalam memenuhi harapan pelanggan. Dimana hal tersebut dapat dilihat dari produk (barang dan jasa) yang dihasilkan serta kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan.

Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat dapat dilakukan pengukuran melalui beberapa dimensi yang terdapat dalam kualitas pelayanan yaitu dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan serta empati. Selanjutnya dari hasil kuesioner diperoleh gambaran yang dapat dijelaskan melalui tabel 4.2. berikut ini:

Tabel 4.2.

Rekapitulasi Variabel Tingkat Kualitas Pelayanan (Variabel X)

| Kategori Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat tidak setuju | 13 | 13% |
| Tidak setuju | 40 | 40% |
| Setuju | 38 | 38% |
| Sangat setuju | 9 | 9% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: pengolahan data primer

Dari tabel 4.2. tersebut dapat diketahui pendapat pelanggan PLN untuk variabel tingkat kualitas pelayanan. Berbagai pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat yang dinilai pelanggan dengan frekuensi 13 (13%) termasuk dalam kategori sangat tidak baik. Pelanggan dengan

persentase 40% menyatakan pelayanan yang diberikan termasuk kategori tidak baik. Pelanggan dengan persentase 38% menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat termasuk kategori baik. Serta 9% termasuk dalam kategori sangat baik dalam menilai kualitas pelayanan PT. PLN tersebut.

Berdasarkan dari data yang diperoleh tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat termasuk dalam kondisi tidak baik. Artinya PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat sebagai satu-satunya perusahaan yang memasok listrik kepada masyarakat belum mampu memberikan kualitas terbaiknya dalam menyediakan jasa kelistrikan sehingga para pelanggan menilai kualitas pelayanannya termasuk kategori tidak baik.

IV.1.1.3. Korelasi Antara Variabel Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Tingkat Kepuasan Pelanggan

Pada kerangka teori telah dijelaskan bahwa terdapat banyak faktor yang memicu timbulnya kepuasan pelanggan. Faktor-faktor tersebut misalnya menyangkut harga, kualitas, estetika, proses interaksi, dan waktu untuk memperoleh sebuah produk jasa. Faktor kualitas merupakan salah satu faktor yang sangat penting. Kualitas pelayanan yang meliputi beberapa dimensi yaitu, bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati tersebut, berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui lebih jelas korelasi antara variabel tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel 4.3. berikut:

Tabel 4.3.

Korelasi Antara Variabel Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Tingkat Kepuasan Pelanggan

| Tingkat Kepuasan Pelanggan (Var. Y) | Tingkat Kualitas Pelayanan (Var. X) | | | | Total |
|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------|-------------|---------------|---------------|
| | Sangat Rendah | Rendah | Tinggi | Sangat Tinggi | |
| Sangat Puas | - | - | 1 (1%) | 5 (5%) | 6 (6%) |
| Puas | - | 3 (3%) | 28 (28%) | 4 (4%) | 35 (35%) |
| Tidak Puas | 7 (7%) | 31 (31%) | 9 (9%) | - | 47 (47%) |
| Sangat Tidak Puas | 6 (6%) | 6 (6%) | - | - | 12 (12%) |
| Total | 13 (13%) | 40 (40%) | 38 (38%) | 9 (9%) | 100 (100%) |

Sumber: Pengolahan data primer

Dari tabel 4.3. dapat diketahui bahwa dari 9 responden (9%) yang menyatakan tingkat kualitas pelayanan adalah sangat tinggi atau sangat besar menyebabkan kepuasan pelanggan. 4 (4%) diantaranya menyatakan bahwa kualitas pelayanan akan menyebabkan pelanggan puas, sedangkan 5 (5%) responden lainnya menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat menyebabkan para pelanggan sangat puas atas pelayanan PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat.

Untuk 38 (38%) responden lainnya menyatakan kualitas pelayanan yang tinggi akan menyebabkan kepuasan pelanggan. 9 (9%) responden menyatakan bahwa tidak puas, 28 (28%) responden menyatakan puas, dan 1 (1%) responden menyatakan sangat puas atas pelayanan PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat.

Untuk 40 (40%) responden yang lain menyatakan kualitas pelayanan rendah, ada 6 (6%) responden yang menyatakan sangat tidak puas terhadap pelayanan, 31 (31%) responden tidak puas, dan 3 (3%) responden puas terhadap pelayanan PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat.

Sedangkan 13 (13%) responden yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan sangat rendah, ada 6 (6%) responden yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan rendah menyebabkan pelanggan sangat tidak puas, dan 7 (7%) responden menyatakan tidak puas terhadap pelayanan PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat.

Dari keseluruhan data yang telah dikorelasikan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat kualitas pelayanan berkorelasi erat dengan tingkat kepuasan pelanggan. Dimana dapat dibaca dari data yang ada bahwa tingkat kualitas pelayanan yang rendah atau buruk yang diwakili oleh 40% jawaban responden akan mengakibatkan para pelanggan tidak puas yang diwakili oleh 47% responden. Hal tersebut menyatakan bahwa seiring dengan pelayanan yang buruk maka pelanggan pun tidak akan puas dengan pelayanan yang ada.

Selanjutnya untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel X dan Y dilakukan dengan cara mencari rata-rata hasil pengurangan dari sel a, b, c, dan d. apabila hasil yang diperoleh lebih dari 10% maka dapat dikatakan ada hubungan antara kedua variabel. Penentuan sel a, b, dan c ditetapkan berdasar persentase terbesar di margin baris sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

$$\text{Sel a} - \text{b} = 7\% - 31\% = 24\%$$

$$\text{Sel b} - \text{c} = 31\% - 9\% = 22\%$$

$$\begin{aligned}
 \text{Sel c - d} &= 9\% - 0 && = 9\% \\
 \text{Sel a - c} &= 7\% - 9\% && = 2\% \\
 \text{Sel a - d} &= 7\% - 0 && = 7\% \\
 \text{Sel b - d} &= 31\% - 0 && = 31\% + \\
 &&& \frac{\quad}{95\%}
 \end{aligned}$$

Kemudian dari hasil penjumlahan tersebut dicari rata-rata dari keempat sel yaitu 95% dibagi 4 dan peroleh hasil 23,75%. Karena 23,75% > 10% maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara variabel tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan.

IV.1.2. Analisis Statistik

Selain melakukan analisis tabulasi silang, analisis data penelitian dapat dilakukan juga melalui analisis statistik. Analisis statistik dilakukan untuk membuktikan hubungan antara variabel-variabel penelitian secara lebih tepat dan akurat.

IV.1.2.1. Analisis Korelasi Product Moment

Langkah selanjutnya yang harus dilakukan setelah melakukan tabulasi jawaban adalah menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total dengan menggunakan korelasi product moment. Rumus korelasi product moment tersebut adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Selanjutnya diperoleh hasil perhitungan yang dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4.

Tabel Korelasi

Correlations

| | | Tingkat Kualitas Pelayanan | Tingkat Kepuasan Pelanggan |
|----------------------------|---------------------|----------------------------|----------------------------|
| Tingkat Kualitas Pelayanan | Pearson Correlation | 1.000 | .848** |
| | Sig. (2-tailed) | . | .000 |
| | N | 100 | 100 |
| Tingkat Kepuasan Pelanggan | Pearson Correlation | .848** | 1.000 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | . |
| | N | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada tabel 4.4. tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi antara tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan adalah $r_{xy} = 0,848$.

Secara statistik, angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai r . Tabel ini dapat dilihat pada lampiran 6. Cara melihat angka kritik adalah dengan melihat baris $N-2$. Jika responden berjumlah 100, maka jalur yang harus dilihat adalah 98.

Karena $N : 98$ tidak disebutkan dalam tabel, maka dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

| | |
|-----|-------|
| | 0,05 |
| 95 | 0,202 |
| 100 | 0,195 |

Dari tabel nilai r untuk $N= 98$ pada taraf signifikansi 5% diperoleh angka:

$N : 95 = 0,202$

$N : 100 = 0,195$

Yang dicari adalah $N : 98$, maka:

$$N. 95 - N. 100 = 0,202 - 0,195 = 0,007$$

Jadi harga 1 N adalah 0,007, maka nilai 1 N adalah $0,007 : 5 = 0,0014$.

Selanjutnya untuk nilai N. 98 adalah:

$$\begin{aligned} N. 98 &= 0,202 - (0,0014 \times 3) \\ &= 0,1978 = 0,198 \text{ (dibulatkan)}. \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa nilai r analisis $>$ r tabel ($0,848 > 0,198$), maka dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara variabel X (tingkat kualitas pelayanan) dengan variabel Y (tingkat kepuasan pelanggan). Ini berarti apabila nilai kualitas pelayanan meningkat akan diikuti juga dengan peningkatan nilai kepuasan pelanggan.

IV.1.2.2. Analisis Regresi Linear

Pengujian regresi dalam hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima atau ditolak. Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah:

1. Hipotesis Kerja (H_1): Ada pengaruh antara tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan.
2. Hipotesis Nol (H_0): Tidak ada pengaruh antara tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan.

Pada bab sebelumnya telah dijelaskan mengenai asumsi-asumsi yang harus terpenuhi untuk dapat menggunakan analisis regresi. Dari penggunaan asumsi tersebut diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengambilan sampel dilakukan secara random

2. Adanya normalitas data, yang kemudian dapat diketahui dari uji yang normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, dan diperoleh hasil bahwa semua sampel berdistribusi normal. Hasil uji tersebut dapat dilihat pada tabel 4.5. berikut ini.

Tabel 4.5.

Tabel Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Tingkat Kualitas Pelayanan | Tingkat Kepuasan Pelanggan |
|----------------------------------|----------------|----------------------------|----------------------------|
| N | | 100 | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 127.11 | 10.56 |
| | Std. Deviation | 17.69 | 2.82 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .046 | .105 |
| | Positive | .046 | .098 |
| | Negative | -.032 | -.105 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .462 | 1.055 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .983 | .216 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

3. Dari hasil uji korelasi product moment diperoleh hasil korelasi antara X dan Y adalah linear dengan r sebesar 0,848.

Setelah semua asumsi terpenuhi maka analisis regresi linear dapat dilakukan dengan bantuan program *SPSS 10.0* dan peroleh hasil sebagai berikut:

1. Koefisien korelasi antar kriterium Y dengan prediktor X

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

$r_{xy} = 0,848$ sehingga ditemukan $r^2 = 0,718$

2. Selanjutnya untuk memenuhi apakah r_{xy} tersebut signifikan atau tidak maka dilakukan analisis regresi linear dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{r^2}{1-r^2} (n-2)$$

$$= 249,923 \text{ (lihat lampiran 5)}$$

Kemudian untuk mengetahui apakah F_{reg} tersebut signifikan atau tidak, maka nilai F dibandingkan dengan F tabel berdasarkan dengan db-nya. Untuk menentukan db digunakan rumus $db = m$ lawan $(N - m - 1)$ sehingga didapatkan $db = 1$ lawan 98.

Karena $db : 98$ tidak terdapat didalam tabel, maka dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

| | |
|-----|------|
| | 0,05 |
| 80 | 3,96 |
| 100 | 3,94 |

$$db \ 80 : db \ 100 = 3,96 - 3,94 = 0,02$$

Jadi harga 1 db adalah 0,02 maka nilai 1 db adalah $0,02 : 20 = 0,001$. Selanjutnya untuk db 98 adalah:

$$Db \ 86 = 3,96 - (18 \times 0,001)$$

$$= 3,942$$

Karena hasil perhitungan F lebih besar daripada F tabel, $F_{reg} (249,923) > F_{tab} (3,942)$, maka H_0 ditolak. Artinya H_1 diterima, sehingga ada hubungan linear fungsional antara tingkat kepuasan pelanggan dengan tingkat kualitas pelayanan.

3. Kemudian untuk menentukan besarnya sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi pada tabel *R square*, dimana diketahui bahwa sumbangan variabel tingkat kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan adalah sebesar 71,8%.

IV.2. Interpretasi Data

Kepuasan pelanggan merupakan suatu titik yang dapat dicapai melalui banyak cara. Hal mendasar yang sangat diperlukan untuk mendapatkan kepuasan adalah komunikasi. Kepuasan pelanggan akan dapat dicapai apabila terdapat komunikasi yang baik antara penyedia jasa dan pelanggan. Fandy Tjiptono mengungkapkan sebuah konsep kepuasan pelanggan dimana tujuan perusahaan yang diwujudkan lewat produk-produk yang dijualnya serta kebutuhan dan keinginan pelanggan yang tercermin dalam harapan-harapan pelanggan harus bisa berjalan bersama, karena kenyataan yang sering terjadi tujuan perusahaan dan keinginan pelanggan bertolak belakang. Sehingga dengan adanya komunikasi tersebut maka kedua belah pihak akan dapat mencapai sebuah titik temu dimana keduanya mendapatkan apa yang diinginkan.

Tidak bisa dipungkiri bahwa kepuasan seringkali menjadi suatu hal yang relatif. Oleh karena keinginan yang satu berbeda dengan keinginan yang lain. Hingga diperoleh tingkat kepuasan pelanggan juga berbeda-beda. Namun kepuasan pelanggan itu juga dapat ditingkatkan terus, dengan adanya komitmen yang baik dari penyedia jasa dan juga para pelanggan itu sendiri. Sehingga kepuasan itu merupakan suatu proses terus menerus yang membutuhkan kerjasama

Kepuasan menjadi suatu hal yang penting dikarenakan kepuasan merupakan awal keberhasilan sebuah organisasi atau perusahaan jasa. Kepuasan yang dimiliki para pelanggan ataupun konsumen jasa akan membawa dampak yang sangat baik bagi perusahaan. Karena dengan kepuasan itu maka para pelanggan akan memiliki

loyalitas menggunakan produk perusahaan tersebut. Sehingga keuntungan dan tujuan perusahaan akan dapat tercapai.

Di dalam lingkungan pemerintah atau dalam pelayanan publik, konsumen (publik) harus dipuaskan untuk memberikan andil dalam rangka mensejahterakan rakyat sebagaimana diamanatkan peraturan perundangan yang berlaku, atau melaksanakan tugas-tugas melayani karena masyarakat adalah warga negara yang berhak atas pelayanan tertentu dari pemerintah.

Perusahaan monopoli, dalam hal ini yang memberikan pelayanan kepada publik, walaupun tidak memiliki saingan dalam menjual produknya, namun tetap membutuhkan pengukuran kepuasan pelanggan untuk mengetahui efisiensi dan efektifitas perusahaan tersebut. Selain juga tujuan untuk menyejahterakan rakyat seperti yang telah diundangkan.

Kepuasan pelanggan itu dapat dicapai dari pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasanya, dengan kualitas yang dapat dijaga dengan baik maka sebagai perusahaan jasa yang monopoli akan mempunyai *image* positif yang sangat berpengaruh pada penjualan produk dan keuntungan yang akan diterimanya.

Faktor produk yang terdiri dari ketersediaan barang dan jasa merupakan faktor pertama yang berkaitan dengan kepuasan, yang dimaksudkan adalah barang dan jasa tersedia pada saat negosiasi atau sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Yang kedua adalah mutu produk yang diberikan oleh perusahaan terhadap pelanggannya. Faktor selanjutnya adalah penjualan, dimana terdapat komunikasi yang baik dan dapat dipahami oleh para pelanggannya sehingga kebutuhan para pelanggan dapat terpenuhi. Selanjutnya pegawai yang responsif, empatik,

berpengetahuan luas dan terlatih akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Faktor selanjutnya adalah adanya penanganan keluhan yang baik dari para pegawai terhadap setiap pelanggan. Saran dari pelanggan disalurkan lewat proses yang benar sehingga saran dan keluhan tersebut dapat segera ditanggapi.

Faktor lainnya adalah kecepatan transaksi, dimana perusahaan harus mampu menyediakan barang dan jasa serta proses penyampaiannya sesingkat mungkin sesuai dengan permintaan pelanggan. Budaya juga ikut berperan dimana dapat tercermin dalam cara perusahaan memperlakukan pegawai secara adil, mempercayai pegawai yang ada serta memberikan wewenang untuk mengambil keputusan. Sehingga pegawai mampu memberikan tindakan yang tepat kepada pelanggan tanpa harus melewati prosedur yang panjang, dan pelanggan akan terpuaskan. Selain itu perusahaan juga mengembangkan relasi yang baik dengan pelanggan sesuai dengan tatacara yang berlaku. Dari faktor-faktor tersebut dapat dilihat bahwa kepuasan pelanggan terhadap produk baik mutu dan ketersediaan barang; waktu; penjualan; faktor purna jual; serta budaya dapat mewujudkan tujuan yang ingin dicapai baik bagi perusahaan maupun bagi pelanggan.

Pentingnya pelayanan dapat dirasakan baik bagi pegawai perusahaan juga bagi pelanggannya. Para pegawai harus saling memberikan fasilitas, baik kepada sesama pegawai, bawahan maupun atasan, dengan tujuan untuk mendukung kelancaran proses produksi barang dan atau pembentukan jasa sehingga dapat menunjang kelangsungan perusahaan dalam rangka mewujudkan pelayanan prima bagi pelanggan atau konsumen

Bagi pelanggan, pelayanan penting untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mewujudkan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sehingga peran pelayanan terhadap kepuasan adalah mewujudkan budaya saling melayani dalam perusahaan yaitu antar pegawai yang ada. Hal tersebut akan memberikan landasan kuat bagi perusahaan untuk melayani pelanggan atau konsumennya sehingga para pelanggan dapat terpenuhi kebutuhan dan keinginannya dan merasa puas terhadap kinerja perusahaan. Kemudian akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan khususnya bagi perusahaan pelayanan publik dan instansi pemerintah akan meningkatkan kepatuhan pelanggan terhadap manajemen yang diterapkan dan akhirnya perusahaan tersebut akan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Konsep kepuasan pelanggan menyatakan bahwa tujuan perusahaan dan harapan pelanggan harus bisa beriringan, hal tersebut dapat dijelaskan dengan baik lewat model gap kualitas jasa yang disampaikan oleh James dan Mona Fitzsimmons. Dimana terdapat lima gap yang dapat menjelaskan kesenjangan kualitas jasa atau pelayanan yang disampaikan.

Selama penelitian ini berlangsung, PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat belum melakukan evaluasi untuk mengetahui kepuasan pelanggannya berdasarkan kualitas pelayanan yang diberikan. Walaupun Area Surabaya Barat ini memiliki indikator mutu layanan, namun banyak pelanggan yang tidak familiar terhadap indikator yang telah dibuat itu. Padahal dengan dilakukannya pengukuran kepuasan pelanggan, maka PT. PLN (Persero) Area

Pelayanan Surabaya Barat dapat mengetahui tanggapan para pelanggan terhadap pelayanan yang telah dan sedang diberikan.

Hal tersebut sudah menunjukkan adanya komunikasi yang kurang baik antara penyedia jasa dengan pelanggannya. Sehingga para pelanggan juga kurang mampu mengevaluasi dengan baik kinerja PT. PLN (Persero) sebagai penyedia listrik bagi masyarakat Indonesia.

Terlebih lagi PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat merupakan bentuk organisasi baru yang sedang dikembangkan untuk mengatasi masalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh PLN. Sehingga dengan adanya komunikasi yang baik maka penyampaian jasa kepada pelanggan akan lebih baik. Terutama karena Area Pelayanan Surabaya Barat dapat lebih memberikan perhatian kepada pelanggan dibanding dengan area-area lainnya yang tidak memiliki bentuk organisasi seperti Surabaya Barat.

Gap pertama yang merupakan gap persepsi manajemen, dimana manajemen PLN belum mengetahui apa sebenarnya yang diinginkan oleh pelanggan. Untuk mengetahui keinginan para pelanggan tersebut tentunya dibutuhkan suatu riset yang mendalam. Namun belum ada survey yang dilakukan oleh bagian pemasaran untuk mengetahui kebutuhan dan harapan pelanggan PLN di wilayah Surabaya Barat. Padahal seperti diketahui bahwa Area Pelayanan Surabaya Barat merupakan bentuk organisasi baru yang bertujuan untuk meningkatkan pelayanan. Sehingga memiliki keistimewaan untuk mewujudkan kualitas pelayanan dengan baik dibanding dengan area pelayanan yang lain. Kesenjangan ini tentunya sangat mempengaruhi kerja PLN dalam memberikan pelayanannya.

Gap kedua adalah gap persepsi kualitas, gap ini seharusnya sudah dapat diatasi oleh PLN karena perusahaan tersebut memiliki indikator mutu layanan yang telah ditetapkan bersama. Namun data di lapangan menunjukkan bahwa mutu layanan tersebut belum tercapai dengan baik, terbukti dengan banyaknya ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

Gap ketiga adalah gap penyelenggaraan pelayanan, dimana gap ini mampu menterjemahkan mengapa terjadi kesenjangan pada gap kedua tersebut. Walaupun PLN sudah memiliki indikator mutu layanan yang dijadikan pedoman untuk melaksanakan semua aktivitas pelayanan namun para pegawai PLN belum mampu memenuhi standar yang telah ditetapkan tersebut. Hal ini dapat dipicu oleh berbagai macam faktor, salah satunya adalah tidak sesuainya pegawai dengan pekerjaan yang ada. Artinya kualifikasi yang ada pada diri seseorang tidak sesuai dengan pekerjaan tersebut. Banyak pegawai PLN yang memiliki latar belakang pendidikan yang tidak sesuai dengan pekerjaan yang mereka kerjakan pada saat ini. Hal ini tentunya membuat kesenjangan terjadi dalam menyelenggarakan pelayanan.

Gap keempat adalah gap komunikasi, yang dimaksudkan adalah komunikasi kepada pelanggan. Fakta yang ada menunjukkan bahwa komunikasi antara para pegawai PLN dengan para pelanggan belum terbangun dengan baik. Dapat terlihat dari gap pertama, dimana tidak terjadi komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan sehingga tidak dapat mengetahui keinginan masing-masing pihak. Gap kedua dimana tidak terjadi komunikasi yang baik antar pihak sehingga terjadi kesenjangan persepsi. Gap ketiga dimana tidak ada komunikasi yang baik dalam

proses menyampaikan jasa sehingga penyelenggaraan pelayanan tidak berjalan dengan baik. Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya bahwa komunikasi merupakan kunci dari terbentuknya kepuasan sehingga dengan komunikasi yang terjalin dengan baik maka kualitas pelayanan yang diinginkan dapat terpenuhi dan memuaskan para pelanggan.

Gap kelima adalah gap kualitas pelayanan, yang merupakan gambaran umum dari keempat gap yang ada. Dari semua hal yang dipersepsikan oleh pelanggan PLN atas pelayanan yang diberikan maka akan dapat diketahui kesenjangan pada kualitas pelayanan tersebut yang dibandingkan dengan harapan-harapan yang ada. Apabila terjadi kesenjangan antara apa yang dipersepsikan dengan apa yang diharapkan maka akan menghasilkan kualitas pelayanan yang tidak baik juga.

Kualitas pelayanan dapat diukur dari beberapa dimensi yaitu, bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Faktor *intangibile* atau faktor yang tidak berwujud merupakan faktor yang memiliki peran besar dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat juga dapat diukur melalui dimensi-dimensi tersebut.

Dimensi bukti fisik dapat diukur melalui penggunaan teknologi, fasilitas fisik berdaya tarik, penampilan para pegawai PLN, serta adanya fasilitas yang disediakan oleh PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat sesuai dengan jasa yang dijual oleh PLN tersebut.

Dari tabel 3.4. dapat dilihat bahwa terdapat 38 responden yang setuju dengan penggunaan teknologi PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat sudah mutakhir dalam memberikan pelayanan. Pada tabel 3.5. dapat dilihat bahwa terdapat 38 responden yang menyatakan bahwa fasilitas-fasilitas fisik yang dimiliki oleh PLN sudah sangat menarik dan membuat pelanggan puas. Dari tabel 3.6. dapat dilihat bahwa terdapat 50 responden yang menyatakan bahwa para pegawai PLN sudah memberikan penampilan menarik bagi para pelanggannya. Dari tabel 3.7. terdapat 55 responden yang sangat setuju menyatakan bahwa PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat sudah memberikan fasilitas listrik yang memenuhi harapan pelanggan. Dari hal-hal tersebut dapat dilihat bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat dari dimensi bukti fisik adalah sangat baik dan memuaskan para pelanggan.

Dimensi kedua adalah kehandalan yang meliputi suplai listrik yang diterima di rumah-rumah pelanggan, sistem pencatatan yang dilakukan oleh pegawai PLN bebas dari kesalahan, kemampuan memenuhi janji yang sudah diberikan, dan penyampaian jasa kepada pelanggan dengan benar.

Dari tabel 3.8. dapat dilihat bahwa terdapat 57 responden yang menyatakan setuju dengan suplai listrik yang diberikan Area Pelayanan Surabaya Barat tidak sering mati. Dari tabel 3.9. terdapat 68 responden yang menyatakan tidak setuju jika pegawai PLN melakukan pencatatan yang baik atas penggunaan listrik. Sehingga dapat dilihat bahwa ternyata pegawai PLN masih lalai menjalankan tugasnya dalam memberikan pencatatan yang akurat. Dari tabel 3.10. terdapat 45 responden yang menyatakan tidak setuju jika PLN disebutkan sudah memenuhi

janjinya kepada para pelanggan. Dari tabel 3.11. dapat terlihat bahwa ada 39 responden yang menyatakan sangat tidak setuju jika PLN sudah menyampaikan jasanya kepada pelanggan dengan benar. Dari semua pernyataan tersebut dapat disimpulkan jika PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat tidak handal dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Dimensi ketiga yaitu daya tanggap yang terdiri dari pegawai tanggap memberikan informasi kepada pelanggan, pegawai mampu memberikan layanan yang cepat, serta pegawai yang selalu bersedia membantu pelanggan.

Dari tabel 3.12. dapat terlihat bahwa terdapat 61 responden yang menyatakan setuju jika PLN sudah memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dari tabel 3.13. terdapat 43 responden yang menyatakan tidak setuju jika disebutkan pegawai PLN mampu memberikan pelayanan yang cepat dan segera. Dari tabel 3.14. terdapat 41 responden yang menyatakan tidak setuju jika pegawai PLN disebutkan selalu bersedia membantu. Tanggapan itu keluar dikarenakan para pegawai tersebut tidak responsif terhadap kebutuhan para pelanggannya. Sehingga dapat disimpulkan jika dari dimensi daya tanggap PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat belum memberikan pelayanan maksimal untuk memuaskan pelanggan.

Dimensi yang keempat adalah jaminan yang terdiri dari para pegawai yang memiliki pengetahuan yang luas, para pegawai yang terpercaya, dan kepribadian para pegawainya.

Dari tabel 3.15. dapat terlihat bahwa ada 50 responden yang menyatakan tidak setuju jika disebutkan pegawai PLN memiliki pengetahuan yang luas dalam

bidang kelistrikan. Dari tabel 3.16.terdapat 42 responden yang tidak setuju jika para pegawai PLN merupakan pribadi-pribadi yang terpercaya. Dari tabel 3.17. ada 53 responden yang menyatakan bahwa para pegawai PLN memiliki kepribadian yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Dari semua dimensi jaminan tersebut terlihat bahwa ternyata PT. PLN belum mampu memberikan jaminan yang baik untuk para pelanggannya dalam memberikan pelayanan. Hal tersebut juga dapat dilihat bahwa tidak ada pelanggan yang menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa PT. PLN memberikan jaminan sesuai harapan pelanggan.

Dimensi yang terakhir bagi kualitas pelayanan adalah dimensi empati. Dari tabel 3.18. dapat dilihat bahwa terdapat 65 responden yang menyatakan bahwa para pegawai PLN tidak mampu melakukan komunikasi yang baik dengan para pelanggannya. Tabel 3.19. menyatakan 58 responden tidak setuju jika disebutkan para pegawai memberikan perhatian kepada pelanggannya. Dan pada tabel 3.20. dapat terlihat bahwa ada 48 responden yang menyatakan bahwa perusahaan belum mampu memberikan perhatian kepada para pelanggannya. Pada dimensi yang terakhir ini dapat disimpulkan jika PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat belum memberikan empati sesuai dengan harapan para pelanggannya.

Dari semua dimensi yang sudah disebutkan dapat disimpulkan bahwa faktor *intangible* sangatlah berpengaruh pada kualitas pelayanan yang kemudian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Faktor *intangible* terutama yang berupa empati sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal itu disebabkan adanya faktor *contact personel*. Dimana semakin

tinggi *contact personel* yang dilakukan para penyedia jasa dengan konsumennya maka semakin tinggi pula tingkat kepuasannya. Apabila faktor *intangibile* ini tidak diperhatikan dengan baik dan diabaikan oleh PT. PLN berakibat kualitas pelayanan pun tidak baik dan kepuasan pelanggan juga tidak tercapai.

Hal tersebut juga dapat terlihat dimana dari kelima dimensi yang ada dalam menilai kualitas pelayanan, hanya pada dimensi bukti fisik saja para pelanggan PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat menunjukkan kepuasannya atas pelayanan yang diberikan. Namun pada dimensi-dimensi selanjutnya yang lebih membutuhkan interaksi antara pegawai dengan pelanggan menunjukkan bahwa PLN belum mampu memberikan pelayanan yang terbaik sehingga belum mampu memuaskan para pelanggannya.

Selanjutnya dari analisis statistik tampak bahwa antara variabel bebas (tingkat kualitas pelayanan) dan variabel tergantung (tingkat kepuasan pelanggan) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan. Mulanya dilakukan pengujian dengan menggunakan analisis korelasi product moment yang menunjukkan adanya hubungan antara variabel tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan dimana $r_{\text{analisis}} > r_{\text{tabel}}$, yakni $0,848 > 0,198$ pada taraf signifikansi 5%. Angka tersebut menunjukkan bahwa hubungan timbal balik yang terjalin antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah sangat kuat.

Dari hasil analisis regresi linear dapat diketahui bahwa hubungan antara variabel tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan dengan $t_{\text{reg}} > F_{\text{tabel}}$, yakni $249,923 > 3,942$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang

signifikan dan positif. Sedangkan besarnya sumbangan variabel tingkat kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan adalah 71,8%.

Dapat diartikan bahwa apabila kualitas pelayanan yang diberikan meningkat maka kepuasan pelanggan sebagai salah satu faktor yang berhubungan akan meningkat pula nilainya. Selain itu dapat terlihat bahwa kualitas pelayanan memiliki sumbangan yang sangat besar terhadap kepuasan pelanggan, yaitu lebih dari 50%.



BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Dari analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis tabulasi silang menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan hal ini dapat dilihat dari rata-rata pengurangan tiap-tiap sel pada margin baris tertinggi diperoleh hasil lebih besar dari 10 persen, yakni $23,75\% > 10\%$.
2. Dari hasil analisis regresi linear dengan taraf signifikansi 5% diperoleh hasil sebagai berikut:
 - a) Pengambilan sampel dilakukan secara random
 - b) Uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* menyatakan bahwa semua sampel berdistribusi normal
 - c) Dari hasil korelasi *product moment* diperoleh hasil bahwa korelasi antara X dan Y adalah linear dengan r sebesar 0,848.

Setelah semua asumsi terpenuhi, maka hipotesis kerja dalam penelitian ini dapat diterima dan terjadi hubungan yang positif antara tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan dimana $F_{reg} (249,923) > F_{tab} (3,942)$.

3. Besarnya persentase pengaruh yang diberikan oleh variabel tingkat kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan adalah 71,8%. Hal ini berarti tingkat kualitas pelayanan memberikan sumbangan sebesar 71,8% terhadap

tingkat kepuasan pelanggan, sedangkan 28,2% lainnya disumbangkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

4. Kualitas pelayanan terbukti memiliki korelasi yang erat dengan kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat pada jawaban responden, dimana terdapat 40 responden (40%) menyatakan kualitas pelayanan yang rendah membuat pelanggan tidak puas terhadap pelayanan yang ada.
5. Kepuasan pelanggan terbukti dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Hal ini dapat dilihat dari jawaban 47 responden (47%) yang menyatakan hal tersebut.
6. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan ini antara lain karena faktor fasilitas fisik yang diberikan, daya tanggap, kehandalan, jaminan dan empati yang diberikan oleh penyedia jasa kepada pelanggan.

V.2. Saran

1. Kualitas pelayanan yang buruk dapat disebabkan karena adanya kesenjangan yang timbul dalam sebuah organisasi. Oleh sebab itu kesenjangan harus dibatasi terutama dalam organisasi pelayanan publik. Hal ini dikarenakan pelayanan publik menyangkut hajat hidup masyarakat. Sehingga salah satu cara yang efektif adalah memperbaiki komunikasi yang terjalin, baik itu komunikasi internal maupun komunikasi eksternal. Komunikasi internal harus bisa dibangun terlebih dahulu sehingga pelayan publik mampu memberikan pelayanan yang prima. salah satu cara yang dapat digunakan adalah membuat para pegawai merasa nyaman dengan pekerjaan mereka serta merasa

lingkungan kerja yang ada merupakan lingkungan yang dapat menumbuhkan aspek-aspek positif dalam kehidupannya. Artinya para pegawai harus memiliki rasa kebersamaan serta rasa memiliki atas institusi yang menaungi mereka. Setelah komunikasi internal yang terbangun dengan baik, langkah selanjutnya untuk mengurangi kesenjangan kualitas pelayanan adalah meningkatkan komunikasi eksternal. Komunikasi ini terjalin antara perusahaan dengan pelanggan/ konsumen, serta antara pegawai dengan pelanggan/ konsumen. Cara yang dapat dilakukan adalah memberikan keramahan dan empati yang diharapkan oleh pelanggan dapat diperoleh pada saat penyampaian jasa yang mereka konsumsi. Hal ini haruslah ditanamkan dan ditumbuhkan sehingga setiap saat dipraktekkan dalam pekerjaan. Selain itu juga dapat dilakukan pelatihan-pelatihan khusus yang mampu menumbuhkan kemampuan dan empati pegawai terutama pegawai *front liner* dengan para pelanggan sehingga dapat meningkatkan pelayanan yang prima.

2. Sebuah perusahaan jasa harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan terutama dalam hal-hal yang menyangkut proses penyampaian jasa. Bukan hanya meningkatkan daya tarik fisik semata. Hal ini disebabkan saat ini pelanggan bukan hanya melihat fisik yang ada (bangunan, teknologi, dll.) namun pelanggan sudah mampu menilai pelayanan tersebut secara keseluruhan. Manajemen perusahaan harus mampu menemukan cara yang efektif untuk meningkatkan kualitas layanan selain berasal dari bentuk fisik yang ada. Salah satunya merumuskan keunikan dan kelebihan perusahaan sehingga mampu memberikan pelayanan yang istimewa kepada pelanggan. Cara yang dapat

ditempuh antara lain membuat pelanggan senang bertemu dengan pegawai yang ada, karena pegawai yang selalu tersenyum. Senyuman merupakan salah satu kunci keberhasilan.

3. Kualitas pelayanan memiliki sumbangan sebesar 71,8% terhadap kepuasan pelanggan. hal ini berarti masih ada faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi. Salah satunya adalah interaksi antar individu. Faktor interaksi antar individu ini dapat mempengaruhi karena dengan interaksi yang baik maka akan tercipta kepuasan walaupun pelayanan yang diberikan tidak terlalu baik. Sehingga diharapkan dapat dibangun juga interaksi yang menyenangkan antar individu pengguna jasa.
4. Sebuah organisasi dibentuk dengan struktur tertentu bertujuan untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Oleh sebab itu dengan keistimewaan yang ada harus mampu mengoptimalkan pelayanan, hal ini terutama dialami oleh PT PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat yang harus mampu mengoptimalkan layanannya dikarenakan bentuk organisasi tersebut berbeda dengan wilayah pelayanan lainnya. Sehingga dengan terpisahnya secara administrasi antara area pelayanan dan area jaringan diharapkan kualitas pelayanan yang diberikan juga makin meningkat.
5. Penelitian ini memiliki kelemahan. Dimana belum mampu mengukur kepuasan pelanggan lebih mendalam. Hal ini disebabkan penelitian ini hanya mampu mengukur atribut-atribut yang telah ditetapkan oleh peneliti, dengan mengabaikan berbagai macam faktor lain yang juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu pada penelitian selanjutnya diharapkan mampu

mengukur kepuasan pelanggan dengan lebih baik. Penggunaan metode-metode kualitatif bisa memberikan peluang eksplorasi baru atas upaya memahami kepuasan pelanggan sebagai proses sosial.

6. Keterbatasan yang lain adalah sampel yang digunakan dalam penelitian ini belum mencakup keseluruhan dari pelanggan PT PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat. Hal ini disebabkan karena adanya keterbatasan waktu dan biaya sehingga sampel yang digunakan hanya pelanggan rumah tangga dengan daya 450 VA sampai dengan 2200 VA. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan lebih baik dengan memperbaiki kelemahan yang terjadi pada penelitian kali ini. Diharapkan pada penelitian yang lain dapat menggunakan sampel yang lebih baik yang mampu merepresentasikan konsumen secara keseluruhan. Tidak hanya konsumen pada segmen tertentu saja, sehingga dapat diketahui kepuasan yang dirasakan oleh segmen-segmen yang lain.

V.3. Implikasi

V.3.1. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu untuk menunjukkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat kepada para pelanggannya.

Dari penelitian ini diketahui bahwa pelayanan yang diberikan oleh PLN area Surabaya Barat belum memberikan kepuasan yang cukup berarti bagi para

pelanggannya. Dapat dilihat bahwa masih banyak responden yang kurang puas terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh PLN tersebut. Sehingga dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar bagi PLN area Surabaya Barat dalam meningkatkan pelayanan terutama kualitas pelayanan yang *intangible* atau tidak berwujud. Akhirnya PT PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan para pelanggan di wilayah tersebut dan area Surabaya Barat memiliki citra yang positif di mata masyarakat di tengah krisis pasokan listrik yang dialami akhir-akhir ini oleh PT PLN (Persero).

V.3.2. Implikasi Teoritis

Dari kajian ilmu Administrasi Negara dapat dilihat bahwa manajemen dalam meningkatkan pelayanan yang tepat, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Apabila manajemen yang dilakukan tepat maka pelanggan akan merasa puas dan para pegawai juga akan dapat mengembangkan kemampuan mereka dalam pekerjaan melayani masyarakat.

Melalui kajian ini diharapkan dapat diketahui seberapa besar kualitas pelayanan berkaitan dalam mengembangkan kepuasan pelanggan. berdasarkan hal tersebut melalui penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan lebih lanjut tentang upaya pengukuran kualitas pelayanan, terutama karena kualitas pelayanan lebih sulit dinilai dibandingkan dengan kualitas barang. Selain itu diharapkan dengan penelitian ini akan dapat memacu penelitian-penelitian selanjutnya guna menemukan faktor-faktor yang lain yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Barnes, James G., "*Secrets of Customer Relationship Management*", Prenada Media, Yogyakarta, 2003.

Bungin, Burhan, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif*", edisi Pertama, Prenada Media, Jakarta, 2005.

Ferdinand, Augusty, "*Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*", Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2000.

Fitzsimmons, James dan Mona J. Fitzsimmons, "*Service Management for Competitive Advantage*", McGraw Hill, New York, 1994.

Gulo, W., "*Metodologi Penelitian*", cetakan keempat, Grasindo, Jakarta, 2005.

Hadi, Sutrisno, "*Analisis Regresi*", Andi Offset, Yogyakarta, 1995.

Kerlinger, "Foundations of Behavioral Research", Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (ed), *Metode Penelitian Survei*, edisi revisi, LP3ES, Jakarta, 1995.

Kotler, dan Armstrong, "*Prinsip-prinsip Pemasaran*". jilid dua, edisi delapan, Erlangga, Jakarta, 2000.

Moenir, H.A.S., "*Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*", edisi pertama, cetakan keempat, Bumi Aksara, Jakarta, 2000.

Nasution, M.N., "*Manajemen Mutu Terpadu*", Ghalia Indonesia, Jakarta, 2001.

Nasir, Moh., "*Metode Penelitian*", cetakan ketiga, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1988.

Ratminto, dan Atik Septi Winarsih, "*Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal*", cetakan pertama, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005.

Sevilla et al, "*Metode Penelitian*, cetakan pertama, UI Press. Jakarta. 1993.

Stoner, James A.F. et al, "*Manajemen*", PT Indeks, Jakarta. 1996.

Sumarwan, Ujang, *“Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran”*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2004.

Supranto, J., *“Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar”*, Rineka Cipta, Jakarta, 2001.

Suyanto, Bagong dan Sutinah (ed), *“Metode Penelitian Sosial, Berbagai Alternatif Pendekatan”*, Prenada Media, Jakarta, 2005.

Tjiptono, Fandy, *“Manajemen Jasa”*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2000.

Wellington, Patricia, *“Kaizen Strategies for Customer Care: Cara Menciptakan Program Kepedulian Pada Pelanggan Yang Ampuh dan Menerapkannya”*, Interaksa, Batam, 1998.

Yamit, Zulian, *“Manajemen Kualitas Produk dan Jasa”*, Penerbit Ekonisia, Yogyakarta, 2000.

Yarnest, *“Panduan Aplikasi Statistik dengan Menggunakan SPSS Versi 11.00”*, Penerbit Dioma, Malang, 2004.

Surat Kabar:

“Kalangan Industri Was-was,” Jawa Pos, 20 September 2005.

“Kebutuhan Gas PLN Diutamakan,” Kompas, 21 Januari 2006.

“Listrik Mati Terus,” Jawa Pos, 24 Februari 2006.

Pranowo, Hadi. “Bukti Asli Pelunasan PLN,” Kompas, 6 Oktober 2005.

“Sementara, Tarif Listrik Tak Naik,” Jawa Pos 7 Oktober 2005

Majalah:

Tjiptono, Fandy. “Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan, dan Implikasi Manajerial,” *Usahawan*, VII: 35-36 tahun XXVIII (Juli, 1999).

Internet:

“*Pencanangan Percontohan Pelayanan Publik di Jatim*”,
<http://www.dipendajatim.go.id/index.php?page=doc&title=sj> akses: 5 Desember 2005

"Customer Satisfaction Dimulai Dari Top Manajemen",
<http://www.indonesia.com/sripo/2004/05/10/1005bis6.htm> akses: 5 Desember 2005.

"Pengalaman Program Deliveri",
<http://www.deliveri.org/deliveri/progress/customersatisfaction.htm>, akses: 5 Desember 2005.

" Reformasi Birokrasi Dalam Pelayanan Publik ",
<http://www.komisi.hukum.go.id/newsletter.php?act=detil&id=86> akses: 31 Januari 2006.

http://64.233.179.104/search?q=cache:TSFG3wPv30sj:www.plnkc.or.id/artikel/download/attach_feb05.doc akses: 29 November 2005.

"PLN Bantah Tarifnya Termahal",
http://pln.co.id/dari_media.asp?id=4093 akses: 29 November 2005.





Jalan Raya Mestrip Kebraon No. 114 Surabaya 60222
Telepon (031) 7670801, 7668488, 7668444 Facsimile 7668844

Nomor : 744 /402/AP-SBB/2005
Surat Sdr : 522/J03.1.13/PP/2005
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Ijin Observasi

21 OCT 2005

KEPADA YTH.

Universitas Airlangga
Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik

JL. Dharmawangsa Dalam

SURABAYA

Dengan hormat,

Menjawab surat Saudara No. 522/J03.1.1.13/PP/2005, tanggal 11 Oktober 2005, perihal tersebut diatas, dengan ini kami sampaikan bahwa pada prinsipnya kami tidak keberatan siswa Saudara yang bernama :

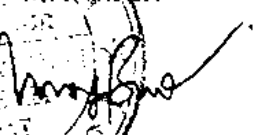
NAMA : JENNY EVALIN
NPM : 070216684
ALAMAT : KEBONSARI TENGAH 15 D SURABAYA

Melakukan Observasi di PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat mulai tanggal 14 Nopember 2005 s/d 31 Desember 2005, dengan ketentuan bahwa kami hanya akan memberikan data yang tidak bersifat rahasia.

Lebih lanjut untuk pelaksanaannya kami minta siswa Saudara menghubungi Asisten Manajer SDM & Administrasi.

Demikian kami sampaikan, harap maklum.

Hormat kami,

MAKAJER

Dr. MOH. M. NIEF BUDIMAN



Jalan Raya Mastrip Kebraon No. 114 Surabaya 60222
Telepon (031) 7670801, 7668488, 7668444 Facsimile 7668844

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda-tangan di bawah ini :

Nama : Jenny Evalin
NPM : 070216684
Jenis kelamin : perempuan
Agama : Kristen Protestan
Alamat Rumah : Jl. Kebonsari Tengah 15D, Surabaya.
Progran keahlian : Ilmu Administrasi Negara

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Saya akan mematuhi semua peraturan yang berlaku di PT. PLN (Persero) termasuk larangan melakukan pemotretan data-data spesifikasi peralatan PT. PLN (Persero).
2. Saya akan mematuhi semua petunjuk yang diberikan oleh pejabat atau pegawai PT. PLN (Persero) yang ditugaskan membimbing saya.
3. Saya setuju PT. PLN (Persero) tidak menanggung suatu apapun bila terjadi kecelakaan yang mungkin menimpa saya atau kerugian yang mungkin saya derita atas barang-barang saya pada saat melakukan training/kerja praktek/riset/studi lapangan di PT. PLN (Persero) yang langsung terjadi karena keadaan ruangan, halaman dan peralatan PT. PLN (Persero).
4. Saya sanggup segera membayar sepenuhnya segala biaya yang langsung menimbulkan kerugian atau kecelakaan yang disebabkan oleh kelalaian saya.
5. Saya sanggup menanggung sendiri segala keperluan training/kerja praktek/riset/studi lapangan termasuk biaya perjalanan, penginapan dan sebagainya yang tidak menjadi tanggungan PT. PLN (Persero).
6. Saya sanggup tidak membocorkan hal-hal yang bersifat rahasia PT. PLN (Persero) dan bahan-bahan yang saya peroleh dalam melakukan training/kerja praktek/riset/studi lapangan di PT. PLN (Persero) ini, untuk tidak saya pergunakan hal-hal yang merugikan PT. PLN (Persero).

Surabaya, 17 Oktober 2005

Mengetahui,
Asisten Manajer SDM & Administrasi



Jenny Evalin

KUESIONER

Pelanggan yang terhormat,

Dalam segala kesibukan yang sedang Bapak/ Ibu/ Saudara lakukan, perkenankanlah kami memohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara untuk membantu mengisi dan melengkapi kuesioner yang telah kami sediakan berikut.

Data ini kami perlukan semata-mata sebagai bahan untuk penyusunan tugas akhir perkuliahan atau skripsi. Atas bantuan Bapak/ Ibu/ Saudara kami mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

No. Kuesioner :

Tgl/bln/thn :

BAGIAN I : IDENTITAS PELANGGAN

- 1) Nama :
- 2) Jenis Kelamin :
- 3) Usia :
- 4) Alamat :
- 5) Pekerjaan :
- 6) Daya Listrik yang dipakai: VA
- 7) Jenis produk dan jasa yang PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat yang dimanfaatkan saat ini (pilih salah satu):
 - a) Pasang baru listrik
 - b) Tambah daya
 - c) Layanan sambungan sementara
 - d) Pembayaran rekening listrik

BAGIAN II : KUALITAS PELAYANAN & KEPUASAN PELANGGAN

Petunjuk pengisian :

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang berkaitan dengan pendapat anda sebagai pelanggan yang telah menggunakan jasa dari PT PLN (Persero) Area Pelayanan Surabaya Barat.

- Sangat tidak setuju (STS)
- Tidak setuju (TS)
- Setuju (S)
- Sangat setuju (SS)

| No. | Pernyataan | SS | S | TS | STS | Scoring |
|-----|--|----|---|----|-----|---------|
| | Bukti Fisik | | | | | |
| 1 | PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat memakai komputer dalam memproses data pelanggan | | | | | |
| 2 | PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat memakai telepon dalam berkomunikasi jarak jauh | | | | | |
| 3 | PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat memakai AC (penyejuk ruangan) | | | | | |
| 4 | PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat memakai teknologi nomor antri digital | | | | | |
| 5 | Penataan ruang dalam gedung PLN sudah memenuhi kebutuhan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan yang baik | | | | | |
| 6 | Ruangan dalam gedung PLN bersih dan bebas sampah | | | | | |
| 7 | Barang-barang dan peralatan dalam gedung PLN ditata dengan rapi | | | | | |
| 8 | Ruangan dalam gedung PLN sejuk dan bebas asap rokok | | | | | |
| 9 | Pegawai PLN menjaga kerapian rambut dan penampilan | | | | | |
| 10 | Pegawai PLN menjaga kebersihan pakaian | | | | | |
| 11 | Pegawai PLN memakai baju rapi sesuai dengan etika berpakaian | | | | | |
| 12 | Peralatan kelistrikan yang digunakan untuk memberikan pelayanan berfungsi dengan baik | | | | | |
| | Kehandalan | | | | | |
| 13 | Suplai listrik yang diberikan PLN ke pelanggan tidak sering mati | | | | | |
| 14 | Pegawai PLN mencatat kwh meter listrik dengan tepat | | | | | |

| No. | Pernyataan | SS | S | TS | STS | Scoring |
|---------------------|--|----|---|----|-----|---------|
| 15 | Pegawai PLN mencatat rekening listrik dengan tepat | | | | | |
| 16 | Semua janji yang ada dalam kontrak ataupun iklan-iklan dapat dipenuhi dengan baik oleh PLN | | | | | |
| 17 | Penyambungan listrik tepat waktu yaitu 10 hari sesuai dengan yang dijanjikan | | | | | |
| 18 | Perubahan daya listrik tepat waktu yaitu 9 hari sesuai dengan yang dijanjikan | | | | | |
| 19 | Adanya transparansi biaya listrik sejak pertama kali menjadi pelanggan PLN | | | | | |
| 20 | Adanya prosedur layanan PLN yang bebas dari kecurangan | | | | | |
| Daya Tanggap | | | | | | |
| 21 | Pegawai memberikan informasi tagihan listrik dengan benar kepada pelanggan | | | | | |
| 22 | Pegawai memberikan informasi yang benar sesuai dengan kebutuhan pelanggan | | | | | |
| 23 | Pegawai memberikan informasi yang benar mengenai adanya gangguan listrik | | | | | |
| 24 | Pegawai bisa segera menyediakan permintaan pelanggan | | | | | |
| 25 | Pegawai bergerak dengan gesit dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan | | | | | |
| 26 | Pegawai segera bertindak dalam menangani keluhan pelanggan | | | | | |
| 27 | Pegawai dapat dengan mudah dihubungi setiap saat apabila dibutuhkan | | | | | |
| 28 | Pegawai selalu bersedia membantu pelanggan memenuhi kebutuhan akan listrik | | | | | |
| Jaminan | | | | | | |
| 29 | Pegawai memiliki pengetahuan yang cukup mengenai ke-listrikan | | | | | |
| 30 | Pegawai mempunyai banyak pengalaman di bidangnya | | | | | |
| 31 | Pegawai PLN jujur dalam perkataannya | | | | | |
| 32 | Pegawai PLN selalu menepati perkataannya | | | | | |
| 33 | Pegawai tidak berkata-kata kotor dan kasar | | | | | |
| 34 | Pegawai selalu tersenyum kepada pelanggan | | | | | |
| 35 | Pegawai selalu menaruh hormat kepada pelanggan | | | | | |
| Empati | | | | | | |
| 36 | Pegawai mengetahui bahasa yang digunakan pelanggan dengan baik | | | | | |
| 37 | Pegawai menunjukkan kesabaran dalam melakukan pembicaraan dengan pelanggan | | | | | |
| 38 | Pegawai mendengarkan dengan baik keluhan tiap-tiap pelanggan | | | | | |
| 39 | Pegawai tidak sibuk sendiri dengan pekerjaannya | | | | | |
| 40 | PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat memberikan re | | | | | |

| No. | Pernyataan | SS | S | TS | STS | Scoring |
|---------------------------|--|----|---|----|-----|---------|
| 41 | Ward (hadiah) pada pelanggan yang taat membayar listrik PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat memberikan perhatian khusus dengan mengadakan kunjungan kepada pelanggan yang tertimpa musibah | | | | | |
| 42 | PT. PLN Area Pelayanan Surabaya Barat memberikan bantuan kepada pelanggan yang membutuhkan | | | | | |
| Kepuasan Pelanggan | | | | | | |
| 43 | Semua pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN Area pelayanan Surabaya Barat sesuai dengan harapan pelanggan | | | | | |
| 44 | Semua biaya yang harus dikeluarkan oleh pelanggan sesuai dengan apa yang didapatkan | | | | | |
| 45 | Produk dan jasa PLN dapat dengan mudah diperoleh dan diakses oleh pelanggan | | | | | |
| 46 | Prosedur untuk mendapatkan produk dan jasa PLN tidak terlalu panjang | | | | | |



Rangkuman Analisis Butir Var. X

| No. | r_{xy} | r_{tabel} | Status |
|-----|----------|-------------|--------|
| 1 | 0,527 | 0,198 | valid |
| 2 | 0,259 | 0,198 | valid |
| 3 | 0,450 | 0,198 | valid |
| 4 | 0,408 | 0,198 | valid |
| 5 | 0,771 | 0,198 | valid |
| 6 | 0,809 | 0,198 | valid |
| 7 | 0,775 | 0,198 | valid |
| 8 | 0,749 | 0,198 | valid |
| 9 | 0,730 | 0,198 | valid |
| 10 | 0,585 | 0,198 | valid |
| 11 | 0,480 | 0,198 | valid |
| 12 | 0,527 | 0,198 | valid |
| 13 | 0,259 | 0,198 | valid |
| 14 | 0,450 | 0,198 | valid |
| 15 | 0,771 | 0,198 | valid |
| 16 | 0,809 | 0,198 | valid |
| 17 | 0,775 | 0,198 | valid |
| 18 | 0,749 | 0,198 | valid |
| 19 | 0,527 | 0,198 | valid |
| 20 | 0,259 | 0,198 | valid |
| 21 | 0,450 | 0,198 | valid |
| 22 | 0,408 | 0,198 | valid |
| 23 | 0,771 | 0,198 | valid |
| 24 | 0,809 | 0,198 | valid |
| 25 | 0,775 | 0,198 | valid |
| 26 | 0,730 | 0,198 | valid |
| 27 | 0,585 | 0,198 | valid |
| 28 | 0,578 | 0,198 | valid |
| 29 | 0,726 | 0,198 | valid |
| 30 | 0,694 | 0,198 | valid |
| 31 | 0,259 | 0,198 | valid |
| 32 | 0,450 | 0,198 | valid |
| 33 | 0,771 | 0,198 | valid |
| 34 | 0,809 | 0,198 | valid |
| 35 | 0,775 | 0,198 | valid |
| 36 | 0,749 | 0,198 | valid |
| 37 | 0,585 | 0,198 | valid |

| | | | |
|----|-------|-------|-------|
| 38 | 0,408 | 0,198 | valid |
| 39 | 0,771 | 0,198 | valid |
| 40 | 0,578 | 0,198 | valid |
| 41 | 0,527 | 0,198 | valid |
| 42 | 0,259 | 0,198 | valid |

Rangkuman Analisis Butir Var. Y

| No. | r_{xy} | r_{tabel} | Status |
|-----|----------|-------------|--------|
| 1 | 0,619 | 0,198 | valid |
| 2 | 0,941 | 0,198 | valid |
| 3 | 0,941 | 0,198 | valid |
| 4 | 0,941 | 0,198 | valid |



Reliability Variabel X

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

| Statistics for | Mean | Variance | Std Dev | N of Variables |
|----------------|----------|-----------|---------|----------------|
| SCALE | 254.2200 | 1251.2238 | 35.3726 | 43 |

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 43

Alpha = .7517

Reliability Variabel Y

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

| Statistics for | Mean | Variance | Std Dev | N of Variables |
|----------------|---------|----------|---------|----------------|
| SCALE | 21.1200 | 31.7026 | 5.6305 | 5 |

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 5

Alpha = .5264

Regression

Variables Entered/Removed^b

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|---|-------------------|--------|
| 1 | Tingkat Kualitas Pelayanan ^a | | Enter |

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Pelanggan

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .848 ^a | .718 | .715 | 1.50 | 1.618 |

- a. Predictors: (Constant), Tingkat Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Pelanggan

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1 | Regression | 563.629 | 1 | 563.629 | 249.923 | .000 ^a |
| | Residual | 221.011 | 98 | 2.255 | | |
| | Total | 784.640 | 99 | | | |

- a. Predictors: (Constant), Tingkat Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Pelanggan

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|----------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -6.588 | 1.095 | | -6.016 | .000 |
| | Tingkat Kualitas Pelayanan | .135 | .009 | .848 | 15.809 | .000 |

- a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Pelanggan

Residuals Statistics^a

| | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation | N |
|----------------------|---------|---------|-----------|----------------|-----|
| Predicted Value | 5.15 | 16.08 | 10.56 | 2.39 | 100 |
| Residual | -3.41 | 3.78 | -2.58E-16 | 1.49 | 100 |
| Std. Predicted Value | -2.268 | 2.312 | .000 | 1.000 | 100 |
| Std. Residual | -2.271 | 2.517 | .000 | .995 | 100 |

- a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Pelanggan

Correlations

Correlations

| | | Tingkat Kualitas Pelayanan | Tingkat Kepuasan Pelanggan |
|-------------------------------|---------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Tingkat Kualitas Pelayanan | Pearson Correlation | 1.000 | .848** |
| | Sig. (2-tailed) | . | .000 |
| | N | 100 | 100 |
| Tingkat Kepuasan Pelanggan | Pearson Correlation | .848** | 1.000 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | . |
| | N | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

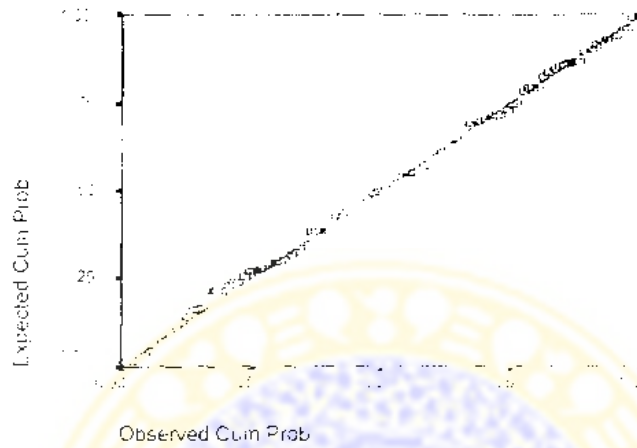
| | | Tingkat Kualitas Pelayanan | Tingkat Kepuasan Pelanggan |
|----------------------------------|----------------|----------------------------------|----------------------------------|
| N | | 100 | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 127.11 | 10.56 |
| | Std. Deviation | 17.69 | 2.82 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .046 | .105 |
| | Positive | .046 | .098 |
| | Negative | -.032 | -.105 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .462 | 1.055 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .983 | .216 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

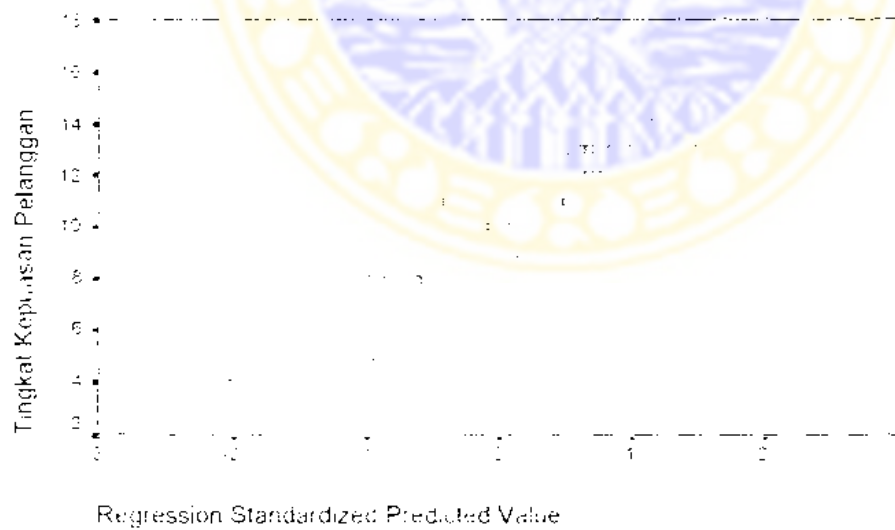
Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Pelanggan

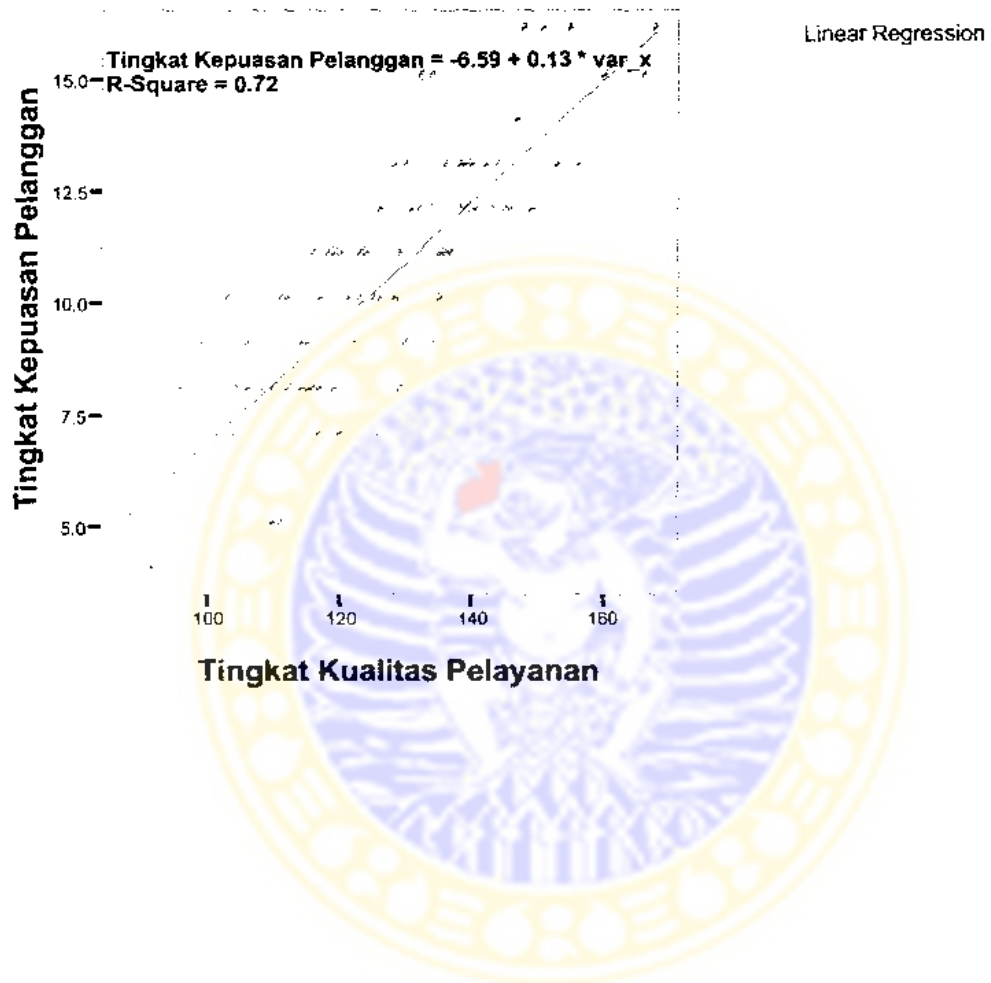


Scatterplot

Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Pelanggan



Interactive Graph



GOLONGAN TARIF DASAR LISTRIK (TDL) 2003

| GOL. TARIF | BATAS DAYA | BIAYA BEBAN (Rp./VA/bh) | | | | BIAYA PEMAKAIAN | | | |
|---|--------------------|-------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---|---|---|---|
| | | 1 Jan s/d 31 Mar 03 | 1 Apr s/d 30 Jun 03 | 1 Jul s/d 30 Sep 03 | 1 Okt s/d 31 Des 03 | 1 Jan s/d 31 Mar 03 | 1 Apr s/d 30 Jun 03 | 1 Jul s/d 30 Sep 03 | 1 Okt s/d 31 Des 03 |
| TDL untuk keperluan pelayanan sosial | | | | | | | | | |
| S-1/TR | 200 VA | | | | | Abonemennya: 14200 | Abonemennya: 14500 | Abonemennya: 14800 | Abonemennya: 15100 |
| S-2/TR | 480 VA | 8000 | 9000 | 10000 | 11000 | Blok I 0-30kwh 121 Blok II diatas 30kwh 200 Blok III diatas 60kwh 260 | Blok I 0-30kwh 122 Blok II diatas 30kwh 235 Blok III diatas 60kwh 310 | Blok I 0-30kwh 123 Blok II diatas 30kwh 295 Blok III diatas 60kwh 380 | Blok I 0-30kwh 124 Blok II diatas 30kwh 300 Blok III diatas 60kwh 420 |
| S-2/TR | 600 VA | 11200 | 13200 | 15000 | 17000 | Blok I 0-20kwh 150 Blok II diatas 20kwh 225 Blok III diatas 60kwh 280 | Blok I 0-20kwh 175 Blok II diatas 20kwh 258 Blok III diatas 60kwh 310 | Blok I 0-20kwh 200 Blok II diatas 20kwh 295 Blok III diatas 60kwh 360 | Blok I 0-20kwh 230 Blok II diatas 20kwh 420 Blok III diatas 60kwh 490 |
| S-2/TR | 1300 VA | 22000 | 23800 | 25000 | 27000 | Blok I 0-20kwh 215 Blok II diatas 20kwh 280 Blok III diatas 60kwh 350 | Blok I 0-20kwh 230 Blok II diatas 20kwh 310 Blok III diatas 60kwh 375 | Blok I 0-20kwh 250 Blok II diatas 20kwh 335 Blok III diatas 60kwh 405 | Blok I 0-20kwh 270 Blok II diatas 20kwh 390 Blok III diatas 60kwh 455 |
| S-2/TR | 2200 VA | 23500 | 25200 | 27000 | 29000 | Blok I 0-20kwh 220 Blok II diatas 20kwh 315 Blok III diatas 60kwh 300 | Blok I 0-20kwh 235 Blok II diatas 20kwh 340 Blok III diatas 60kwh 360 | Blok I 0-20kwh 250 Blok II diatas 20kwh 420 Blok III diatas 60kwh 470 | Blok I 0-20kwh 270 Blok II diatas 20kwh 455 Blok III diatas 60kwh 490 |
| S-2/TR | 2200 VA-200kVA | 26500 | 28700 | 30500 | 32500 | Blok I 0 s/d 80 jam nyata 325 Blok I diatas 80 jam nyata berkutusnya 350 Blok WBP KuPd295 Blok LWBP Pd295 | Blok I 0 s/d 80 jam nyata 350 Blok I diatas 80 jam nyata berkutusnya 400 Blok WBP KuPd10 Blok LWBP Pd310 | Blok I 0 s/d 80 jam nyata 360 Blok I diatas 80 jam nyata berkutusnya 430 Blok WBP KuPd325 Blok LWBP Pd325 | Blok I 0 s/d 80 jam nyata 410 Blok I diatas 80 jam nyata berkutusnya 490 Blok WBP KuPd345 Blok LWBP Pd345 |
| S-3/TM | didas 200kVA | 26000 | 28000 | 29000 | 30500 | Blok WBP KuPd295 Blok LWBP Pd295 | Blok WBP KuPd10 Blok LWBP Pd310 | Blok WBP KuPd325 Blok LWBP Pd325 | Blok WBP KuPd345 Blok LWBP Pd345 |
| TDL untuk keperluan rumah tangga | | | | | | | | | |
| R-1/TR | 480-450 VA | 2500 | 2600 | 27000 | 28000 | Blok I 0-30kwh 163 Blok II 30-60kwh 350 Blok III diatas 60kwh 415 | Blok I 0-30kwh 166 Blok II 30-60kwh 355 Blok III diatas 60kwh 490 | Blok I 0-30kwh 168 Blok II 30-60kwh 360 Blok III diatas 60kwh 495 | Blok I 0-30kwh 172 Blok II 30-60kwh 360 Blok III diatas 60kwh 530 |
| R-1/TR | 600 VA | 15200 | 18100 | 20000 | 23000 | Blok I 0-20kwh 225 Blok II 20-60kwh 360 Blok III diatas 60kwh 415 | Blok I 0-20kwh 240 Blok II 20-60kwh 365 Blok III diatas 60kwh 450 | Blok I 0-20kwh 270 Blok II 20-60kwh 445 Blok III diatas 60kwh 495 | Blok I 0-20kwh 310 Blok II 20-60kwh 490 Blok III diatas 60kwh 536 |
| R-1/TR | 1300 VA | 28000 | 28900 | 30100 | 30500 | Blok I 0-20kwh 350 Blok II 20-60kwh 370 Blok III diatas 60kwh 430 | Blok I 0-20kwh 370 Blok II 20-60kwh 395 Blok III diatas 60kwh 485 | Blok I 0-20kwh 385 Blok II 20-60kwh 445 Blok III diatas 60kwh 495 | Blok I 0-20kwh 395 Blok II 20-60kwh 490 Blok III diatas 60kwh 530 |
| R-1/TR | 2200 VA | 28000 | 29000 | 30200 | 30500 | Blok I 0-20kwh 355 Blok II 20-60kwh 375 Blok III diatas 60kwh 440 | Blok I 0-20kwh 375 Blok II 20-60kwh 385 Blok III diatas 60kwh 465 | Blok I 0-20kwh 390 Blok II 20-60kwh 445 Blok III diatas 60kwh 495 | Blok I 0-20kwh 400 Blok II 20-60kwh 490 Blok III diatas 60kwh 530 |
| R-2/TR | 2200 VA-6000 VA | 28100 | 29100 | 30400 | 31500 | Blok I 0 s/d 80 jam nyata 325 Blok I diatas 80 jam nyata berkutusnya 350 Blok WBP KuPd10 Blok LWBP Pd310 | Blok I 0 s/d 80 jam nyata 350 Blok I diatas 80 jam nyata berkutusnya 400 Blok WBP KuPd10 Blok LWBP Pd310 | Blok I 0 s/d 80 jam nyata 360 Blok I diatas 80 jam nyata berkutusnya 430 Blok WBP KuPd325 Blok LWBP Pd325 | Blok I 0 s/d 80 jam nyata 410 Blok I diatas 80 jam nyata berkutusnya 490 Blok WBP KuPd345 Blok LWBP Pd345 |
| R-3/TR | didas 6000 VA | 34500 | 34200 | 34200 | 34200 | Blok WBP KuPd325 Blok LWBP Pd325 | Blok WBP KuPd10 Blok LWBP Pd310 | Blok WBP KuPd325 Blok LWBP Pd325 | Blok WBP KuPd345 Blok LWBP Pd345 |
| TDL untuk keperluan bisnis | | | | | | | | | |
| B-1/TR | 480-450 VA | 21000 | 22000 | 23500 | 24500 | Blok I 0-30kwh 245 Blok II diatas 30kwh 365 Blok III diatas 60kwh 370 | Blok I 0-30kwh 251 Blok II diatas 30kwh 400 Blok III diatas 60kwh 400 | Blok I 0-30kwh 254 Blok II diatas 30kwh 420 Blok III diatas 60kwh 445 | Blok I 0-30kwh 257 Blok II diatas 30kwh 445 Blok III diatas 60kwh 490 |
| B-1/TR | 600 VA | 25500 | 25000 | 26000 | 26500 | Blok I 0-20kwh 415 Blok II diatas 20kwh 435 Blok III diatas 60kwh 435 | Blok I 0-20kwh 430 Blok II diatas 20kwh 455 Blok III diatas 60kwh 454 | Blok I 0-20kwh 440 Blok II diatas 20kwh 475 Blok III diatas 60kwh 475 | Blok I 0-20kwh 490 Blok II diatas 20kwh 500 Blok III diatas 60kwh 540 |
| B-1/TR | 1300 VA | 26200 | 27200 | 28200 | 29500 | Blok I 0-20kwh 430 Blok II diatas 20kwh 435 Blok III diatas 60kwh 440 | Blok I 0-20kwh 450 Blok II diatas 20kwh 454 Blok III diatas 60kwh 480 | Blok I 0-20kwh 470 Blok II diatas 20kwh 510 Blok III diatas 60kwh 510 | Blok I 0-20kwh 490 Blok II diatas 20kwh 540 Blok III diatas 60kwh 540 |
| B-1/TR | 2200 VA | 27200 | 28200 | 29200 | 30500 | Blok I 0-20kwh 440 Blok II diatas 20kwh 475 Blok III diatas 60kwh 475 | Blok I 0-20kwh 480 Blok II diatas 20kwh 460 Blok III diatas 60kwh 485 | Blok I 0-20kwh 490 Blok II diatas 20kwh 510 Blok III diatas 60kwh 510 | Blok I 0-20kwh 500 Blok II diatas 20kwh 540 Blok III diatas 60kwh 540 |
| B-2/TR | 2200VA-200kVA | 26500 | 29500 | 30300 | 31000 | Blok I 0 s/d 100 jam nyata 460 Blok I diatas 100 jam nyata berkutusnya 510 Blok WBP KuPd10 Blok LWBP Pd310 | Blok I 0 s/d 100 jam nyata 500 Blok I diatas 100 jam nyata berkutusnya 527 Blok WBP KuPd10 Blok LWBP Pd310 | Blok I 0 s/d 100 jam nyata 520 Blok I diatas 100 jam nyata berkutusnya 545 Blok WBP KuPd12 Blok LWBP Pd310 | Blok I 0 s/d 100 jam nyata 535 Blok I diatas 100 jam nyata berkutusnya 550 Blok WBP KuPd15 Blok LWBP Pd310 |
| B-3/TM | didas 200kVA | 26500 | 27400 | 28400 | 29000 | Blok WBP KuPd10 Blok LWBP Pd310 | Blok WBP KuPd10 Blok LWBP Pd310 | Blok WBP KuPd12 Blok LWBP Pd310 | Blok WBP KuPd15 Blok LWBP Pd310 |
| TDL untuk keperluan industri | | | | | | | | | |
| I-1/TR | 480-450 VA | 24000 | 25000 | 26000 | 27500 | Blok I 0-30kwh 158 Blok II diatas 30kwh 325 Blok III diatas 60kwh 370 | Blok I 0-30kwh 159 Blok II diatas 30kwh 380 Blok III diatas 60kwh 380 | Blok I 0-30kwh 160 Blok II diatas 30kwh 395 Blok III diatas 60kwh 395 | Blok I 0-30kwh 161 Blok II diatas 30kwh 435 Blok III diatas 60kwh 390 |
| I-1/TR | 600 VA | 27000 | 29500 | 31500 | 33000 | Blok I 0-20kwh 290 Blok II diatas 20kwh 330 Blok III diatas 60kwh 380 | Blok I 0-20kwh 295 Blok II diatas 20kwh 365 Blok III diatas 60kwh 420 | Blok I 0-20kwh 315 Blok II diatas 20kwh 405 Blok III diatas 60kwh 450 | Blok I 0-20kwh 330 Blok II diatas 20kwh 465 Blok III diatas 60kwh 475 |
| I-1/TR | 1300 VA | 28000 | 30000 | 31800 | 32800 | Blok I 0-20kwh 380 Blok II diatas 20kwh 430 Blok III diatas 60kwh 490 | Blok I 0-20kwh 420 Blok II diatas 20kwh 430 Blok III diatas 60kwh 495 | Blok I 0-20kwh 450 Blok II diatas 20kwh 490 Blok III diatas 60kwh 495 | Blok I 0-20kwh 475 Blok II diatas 20kwh 495 Blok III diatas 60kwh 495 |
| I-1/TR | 2200 VA | 28500 | 30300 | 32000 | 33800 | Blok I 0-20kwh 390 Blok II diatas 20kwh 405 Blok III diatas 60kwh 495 | Blok I 0-20kwh 425 Blok II diatas 20kwh 435 Blok III diatas 60kwh 495 | Blok I 0-20kwh 455 Blok II diatas 20kwh 490 Blok III diatas 60kwh 495 | Blok I 0-20kwh 480 Blok II diatas 20kwh 495 Blok III diatas 60kwh 495 |
| I-1/TR | 2200 VA-1kVA | 28700 | 30400 | 32700 | 34000 | Blok I 0 s/d 80 jam nyata 400 Blok I diatas 80 jam nyata berkutusnya 410 Blok WBP KuPd10 Blok LWBP Pd310 | Blok I 0 s/d 80 jam nyata 425 Blok I diatas 80 jam nyata berkutusnya 435 Blok WBP KuPd10 Blok LWBP Pd310 | Blok I 0 s/d 80 jam nyata 450 Blok I diatas 80 jam nyata berkutusnya 490 Blok WBP KuPd12 Blok LWBP Pd310 | Blok I 0 s/d 80 jam nyata 480 Blok I diatas 80 jam nyata berkutusnya 495 Blok WBP KuPd15 Blok LWBP Pd310 |
| I-2/TR | 1kVA-200kVA | 29000 | 31000 | 32500 | 33000 | Blok WBP KuPd10 Blok LWBP Pd310 | Blok WBP KuPd10 Blok LWBP Pd310 | Blok WBP KuPd12 Blok LWBP Pd310 | Blok WBP KuPd15 Blok LWBP Pd310 |
| I-3/TR | didas 200kVA | 28100 | 27400 | 29500 | 31300 | Blok WBP KuPd10 Blok LWBP Pd310 | Blok WBP KuPd12 Blok LWBP Pd310 | Blok WBP KuPd15 Blok LWBP Pd310 | Blok WBP KuPd18 Blok LWBP Pd310 |
| I-4/TR | 30000kVA instalasi | 24000 | 25000 | 27000 | 28700 | Blok WBP KuPd325 Blok LWBP Pd325 | Blok WBP KuPd10 Blok LWBP Pd310 | Blok WBP KuPd325 Blok LWBP Pd325 | Blok WBP KuPd345 Blok LWBP Pd345 |

| TDL untuk kantor pemerintah dan penerangan jalan umum | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------|-------|-------|-------|-------|----------------|------|----------------|------|----------------|------|----------------|------|
| P-1/TR | sd 450 VA | 19000 | 19500 | 20000 | 20500 | | 590 | | 590 | | 575 | | 595 |
| P-1/TR | 800 VA | 24000 | 24200 | 24400 | 25000 | | 590 | | 595 | | 600 | | 605 |
| P-1/TR | 1300 VA | 24000 | 24200 | 24800 | 25000 | | 590 | | 595 | | 600 | | 605 |
| P-1/TR | 2200 VA | 24000 | 24200 | 24800 | 25000 | | 590 | | 595 | | 600 | | 605 |
| P-1/TR | 2200VA-2000VA | 24000 | 24200 | 24800 | 25000 | | 590 | | 595 | | 600 | | 605 |
| P-2/TM | diratas 2000VA | 23300 | 23800 | 23400 | 24000 | blok WBP Kc371 | | blok WBP Kc375 | | blok WBP Kc379 | | blok WBP Kc382 | |
| | | | | | | blok LWBP 371 | | blok LWBP 375 | | blok LWBP 379 | | blok LWBP 382 | |
| P-3/TR | | | | | | | 575 | | 605 | | 635 | | 665 |
| TDL untuk keperluan traksi | | | | | | | | | | | | | |
| T/M | diratas 200 kva | 19000 | 21000 | 23000 | 25000 | blok WBP Kc320 | | blok WBP Kc340 | | blok WBP Kc360 | | blok WBP Kc380 | |
| | | | | | | blok LWBP 320 | | blok LWBP 340 | | blok LWBP 360 | | blok LWBP 380 | |
| TDL keperluan curah (bank) | | | | | | | | | | | | | |
| C/M | diratas 2000VA | 23000 | 25000 | 26500 | 28000 | blok WBP Kc390 | | blok WBP Kc375 | | blok WBP Kc390 | | blok WBP Kc405 | |
| | | | | | | blok LWBP 390 | | blok LWBP 375 | | blok LWBP 390 | | blok LWBP 405 | |
| TDL keperluan multiguna | | | | | | | | | | | | | |
| M/TR/M/T | | | | | | | 1300 | | 1340 | | 1380 | | 1415 |



IBAYARAN LISTRIK MELALUI BANK-BANK DI INDONESIA

| Nama Bank | Non Nasa bah | Nasabah Bank | | | | | | | Keterangan |
|-------------------------------|---------------------------|------------------|--------------------|-----|------------------|---------------------|-------------------|-----------------|-------------------|
| | Tunai di lo ket&teller | loket/ Teller | Autode bet rek. | ATM | Phone Banking | Internet Banking | Mobile Banking | Kartu Kredit | |
| Bank Rakyat Indonesia | x | x | x | x | x | | | | |
| Bank Mandiri | x | x | | x | | | | | |
| Bank Indonesia | x | x | x | | | | x | | |
| Bank Jember | x | x | x | x | | | | | |
| Bank Jatim | x | x | x | x | | | | | |
| Bank BTPN | | | | x | | x | | | |
| Bank Int. Syariah | x | x | x | | | | | | |
| Bank Pel. DJT&Disjatim | | | x | x | | | | x | Pel. DJT&Disjatim |
| Bank BNI | x | x | x | x | | | | | |
| Bank Pin | x | x | x | x | | | | | |
| Bank X | x | x | x | x | | | | | |
| Bank of Tokyo Mitsubishi | | | x | | | | | | |
| Bank Dharma | x | x | x | x | | | | | |
| Bank Wata | | | x | x | x | x | | | |
| Bank Y | | | | x | | | | | |
| Bank Z | | | x | x | | | | | |
| Bank Mandiri | x | x | | | | | | | |
| Bank Antara Para Kerjasama | x | x | x | | | | | | |
| Bank Mandiri | x | x | x | x | x | x | x | | Dalam proses |
| Bank X | | | x | | | | | | Dalam proses |
| Bank A | x | x | x | x | x | x | x | | Dalam proses |

PT. PLN (PERSERO)
DISTRIBUSI JAWA TIMUR
AREA PELAYANAN SURABAYA BARAT

BAGAN STRUKTUR ORGANISASI
PT. PLN (PERSERO) AREA PELAYANAN SURABAYA BARAT

Lampiran 1 Keputusan General Manager
Nomor 024/K/021/DIST.JA/...
Tanggal 7 April 2017

MANAJER
Drs. MOH. MUNIEF BUDIMAN
4894002 J

ASMAN PEMASARAN
DJOKO TRIHASTJARJO, A.Md
6695015 J 15

SUPERVISOR PELAYANAN PELANGGAN
HARIKANTOSO
6383356 J 17
M Bambang Sutikno - 5980106 J 20
Juru Utama PP
Dodik Tri Radianto - 6092044 J 20
JU Adm. Pelanggan
ASNAN AMIN SIKKI - 7905002 J 18
JU PELAYANAN PELANGGAN

SUPERVISOR PEMASARAN
PGADELAN
(P)MJI J 17
Petus Marlon Picavly - 5981212 J 17
Juru Utama Wranaga & Promosi
Josep Daney Wijaya - 6185237 J 20
Juru Utama Wranaga & Promosi
Soetrano Slamet - 5477186 J 21
Juru Utama Perencanaan Penjualan

SUPERVISOR PELANGGAN POTENSIAL
R. HARRY WUBIJANTORO, BI
5877117 J 16
Nisiek Hendry Nurwatu - 5682226 J 18
Juru Utama Pel. Pelanggan Potensial
Naryoto - 6385070 J 19
Juru Utama Informasi Taglio

ASMAN CATER & TAGLIO
MAHWALUDIN
4894170 J 13

SUPERVISOR PEMBACAAN METER
ENHRO SUCIPTO
6083359 J 18
Sunarto Suwarsa - 5983086 J 23
Juru Pembacaan meter
Edy Mudjiono - 6084088 J 20
Juru Utama Pembinaan Pembacaan Meter
Sartono 5280105 J 19
Juru Utama Pembinaan Pembacaan Meter
Bayu Abi Yudarasa - 6794027 J 20
Juru Utama Pembinaan Pembacaan Meter

SUPERVISOR PENGOLAHAN DATA
SUGENG KADARWANTO
4583293 J 18
Sugeng Saban / 5883036 J 22
Juru Pengolahan Data
Luh. Widi Setiati / 5883041 J 20
Juru Pengolahan Data
Yusuf Febriano / 6385049 J 19
Juru Utama Pembuatan Taglio
M. Hendy Priyatna / 6383362 J 18
Juru Utama Pembuatan Taglio

SUPERVISOR AMR
Nanik Marsa Ufa - 6592058 J 20
Juru Operasi & Pemeliharaan AMR

Juru Adm. Bagian Nagas

ASMAN PENGENDALIAN & PENDAPATAN
HARIJANTO
5478946 J 16

SUPERVISOR ADM. PENDAPATAN
MOCH. MUHAZDI
6081234 J 17
Siti Nurhaji - 5882229 J 18
Juru Utama Admin. Piutang
Artani Zulakha - 6892192 J 20
Juru Utama Admin. Piutang
Dikdik Ahmad Samsudin - 7092061 J 20
Juru Adm. Piutang

SUPERVISOR PENGELOLAAN PIUTANG
SUGIANTO
5879164 J 17
Rahayu Suprapti - 6182227 J 18
Juru Utama Pengawasan Piutang
Endang Yanaari - 7192063 J 20
Juru Penagihan
Elizabeth Tit Widjawan - 7092052 J 20
Juru Penagihan
PRIYO UTOMO-6694083 G 20
JU PENGAWASAN PIUTANG

Juru Adm. Bagian Distribusi

ASMAN KEUANGAN
DARMANTO
6182259 J 13

SUPERVISOR ANGGARAN & KEUANGAN
MUASIH
6483534 J 18
Azizah - 6989001 J 19
Juru Utama Keuangan
Budyanto - 6485251 J 20
Juru Keuangan
Henry Soebraminto - 5579150 J 18
JU Anggaran
M. Dwi Maranika - 6183092 J 22

SUPERVISOR AKUNTANSI
BAMBANG HARTOYO, BI
5883083 P 17
Edy Tjehyo Wibowo - 6082213 J 19
Juru Utama Akuntansi Umum

Juru Adm. Bagian Keuangan

ASMAN SDM & ADMINISTRASI
AGUSRIHO PRABOKASALIM, MM
6795004 J 14

SUPERVISOR SDM
MOEDHY SANTOSO
5982018 J 17
Djoko Widodo - 5481286 J 20
Juru Administrasi Kepegawaian
Erlan Haryanto - 5783065 J 20
Juru Utama Adm. Kepegawaian

SUPERVISOR SEKRETARIAT & UMUM
HARJANTO MUNTAKAL
5274899 J 18
Rudim - 5880112 J 19
Juru Utama Sekretariat
Eddy Suharto - 5883081 J 20
Juru Utama Administrasi Umum
M. Hani Purwanto - 5177216 J 19
Juru Utama Kesekretariatan & Ketenagaan Kerja

ATMU PULK & Com. Des

Calat Yuh Indram
JU Adm Umum

ATMU Hukum & Humas

ATM Kinerja
NOER SOERATMOKO

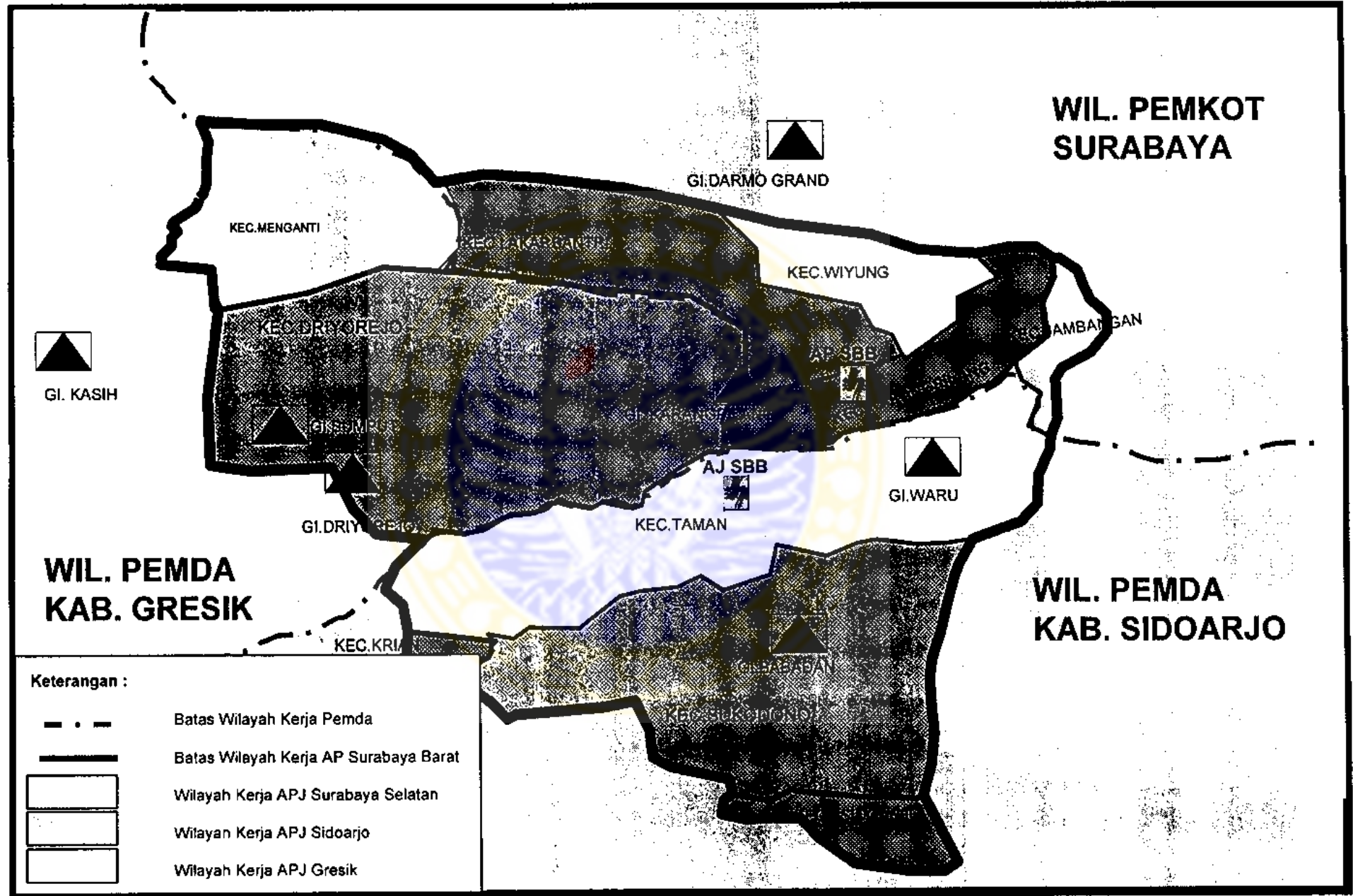
ATM Kinerja
SUTARTI-5277106J

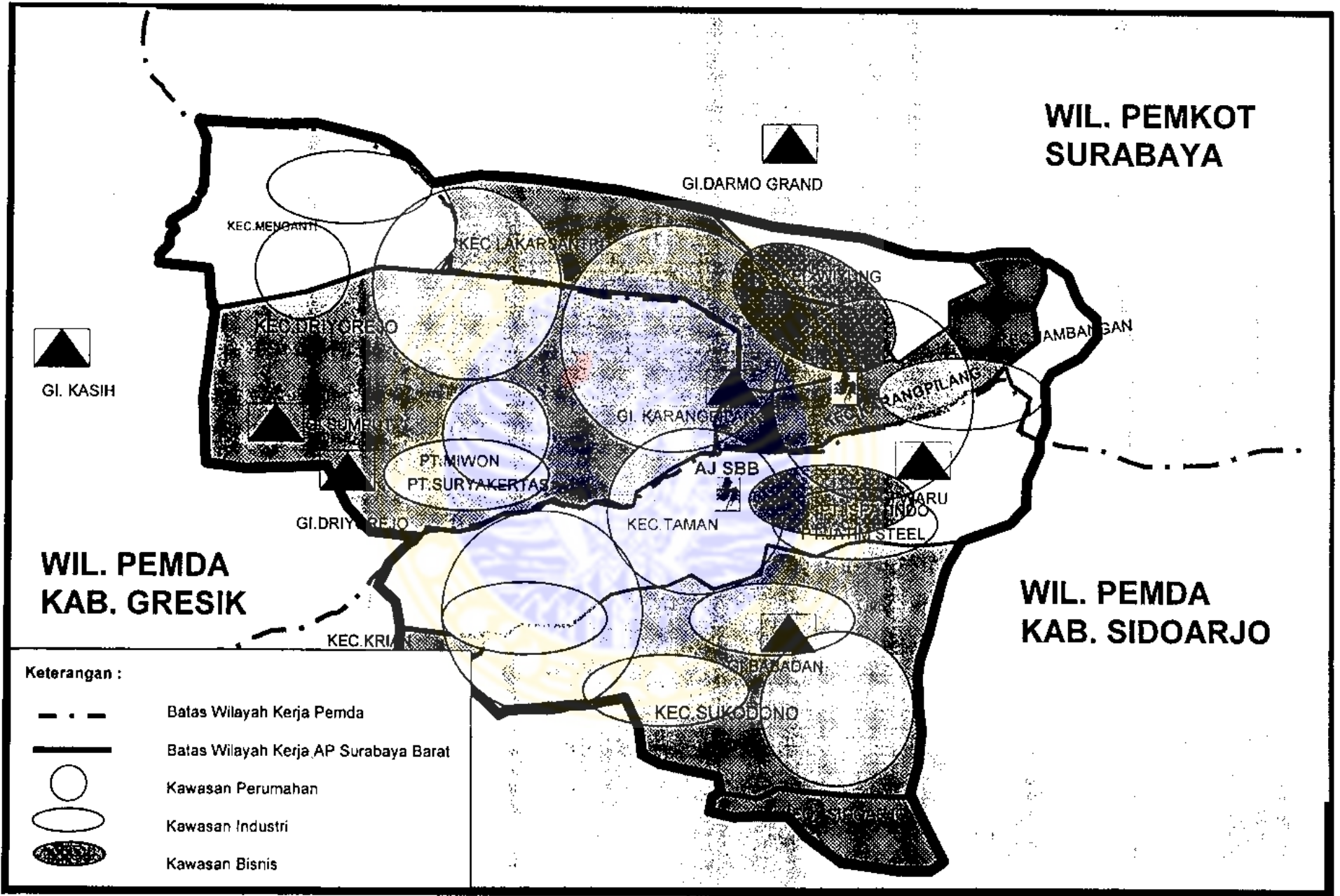
Juru Administrasi APT

MANAJER.

Drs. MOH. MUNIEF BUDIMAN

AREA PELAYANAN SURABAYA BAKA I



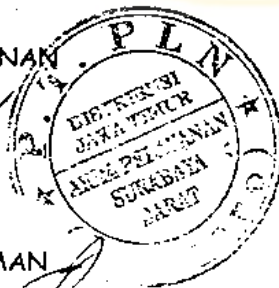




TINGKAT MUTU PELAYANAN

| No. | INDIKATOR | SATUAN | DEKLARASI |
|-----|---|------------------|-------------|
| 1 | Tegangan Tinggi Dititik Pemakaian | kV | 69 - 77 |
| | | kV | 150 - 167 |
| 2 | Tegangan Menengah Dititik Pemakaian | kV | 19.5 - 21 |
| 3 | Tegangan Rendah Dititik Pemakaian | Volt | 200-235 |
| 4 | Frekuensi | Cps | 49,5 - 50,5 |
| 5 | Lama Gangguan per Pelanggan | Jam / Bln | 20 |
| 6 | Jumlah Gangguan per Pelanggan | Kali / Bln | 15 |
| 7 | Kecepatan Pelayanan Samb. TM | Hari kerja | 80 |
| 8 | Kecepatan Pelayanan Samb. TR | Hari kerja | 60 |
| 9 | Kecepatan Pelayanan Perub. Daya TM | Hari kerja | 60 |
| 10 | Kecepatan Pelayanan Perub. Daya TR | Hari kerja | 45 |
| 11 | Kecepatan Penanganan Pengaduan Gangguan | Jam | 12 |
| 12 | Kesalahan Pembacaan kWh Meter | Kali / trw / plg | 1 |
| 13 | Waktu Koreksi Kesalahan rekening | Hari kerja | 2 |

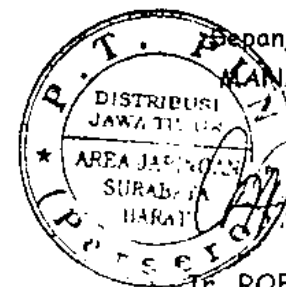
MANAJER AREA PELAYANAN



Drs. M. MUNIEF BUDIMAN

Benangjari, 03 OKTOBER 2005

MANAJER AREA JARINGAN



Ir. ROBERTON MANURUNG MM.

| Nomer Resp. | Distribusi Skor Item Variabel X | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------|---------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 |
| 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 6 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 7 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 12 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 14 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 16 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 17 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| 18 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 1 | 1 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 19 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 4 | 3 |
| 20 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 21 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 22 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 23 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 24 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 25 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 27 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 29 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| 31 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 32 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |

| 33 | 34 | 35 | 36 | 37 | 38 | 39 | 40 | 41 | 42 | Total |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-------|
| 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 117 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 124 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 143 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 166 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 168 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 124 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 117 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 168 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 144 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 153 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 168 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 142 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 129 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 112 |
| 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 96 |
| 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 110 |
| 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 120 |
| 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 111 |
| 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 103 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 132 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 130 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 138 |
| 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 122 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 146 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 106 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 136 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 117 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 135 |
| 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 104 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 117 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 104 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 128 |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 4 | 4 | 135 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 116 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 114 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 119 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 117 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 120 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 111 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 117 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 119 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 114 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 116 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 140 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 144 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 144 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 155 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 155 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 134 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 106 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 117 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 117 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 120 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 117 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 119 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 114 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 116 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 116 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 134 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 129 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 129 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 134 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 102 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 145 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 141 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 126 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 110 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 132 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 122 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 132 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 110 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 132 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 126 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 141 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 145 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 102 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 129 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 134 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 108 |

| Nomer Resp | Distribusi Skor Item Variabel Y | | | | Total |
|---------------|---------------------------------|----|----|----|-------|
| | 43 | 44 | 45 | 46 | |
| 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 6 | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |
| 7 | 1 | 3 | 3 | 3 | 10 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 9 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 10 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 11 | 2 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 12 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 13 | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |
| 14 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 15 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 16 | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| 17 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| 18 | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| 19 | 1 | 3 | 3 | 3 | 10 |
| 20 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 21 | 3 | 2 | 2 | 2 | 9 |
| 22 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 23 | 3 | 2 | 2 | 2 | 9 |
| 24 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 25 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 26 | 2 | 2 | 3 | 3 | 10 |
| 27 | 1 | 2 | 2 | 2 | 7 |
| 28 | 1 | 3 | 3 | 3 | 10 |
| 29 | 1 | 2 | 2 | 2 | 7 |
| 30 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 31 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 32 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 33 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 34 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 35 | 4 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| 36 | 3 | 2 | 2 | 2 | 9 |
| 37 | 4 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 38 | 4 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 39 | 4 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 40 | 4 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 41 | 4 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 42 | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |
| 43 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| 44 | 1 | 3 | 3 | 3 | 10 |
| 45 | 1 | 2 | 2 | 2 | 7 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 47 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 48 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 49 | 3 | 2 | 2 | 2 | 9 |
| 50 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 51 | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |

| | | | | | |
|-----|---|---|---|---|----|
| 52 | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |
| 53 | 4 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 55 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 56 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 59 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 60 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 61 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 62 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 63 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 64 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 65 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 66 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 67 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 68 | 1 | 3 | 3 | 3 | 10 |
| 69 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 70 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 71 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 72 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 73 | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |
| 74 | 1 | 3 | 3 | 3 | 10 |
| 75 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 76 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 77 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 79 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 80 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 81 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 82 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| 83 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| 84 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 85 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| 86 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 87 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| 88 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| 89 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| 90 | 2 | 4 | 4 | 4 | 14 |
| 91 | 3 | 2 | 2 | 2 | 9 |
| 92 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 93 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 94 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| 95 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 96 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 97 | 2 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| 98 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 99 | 3 | 2 | 2 | 2 | 9 |
| 100 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |

TINGKAT MUTU PELAYANAN

| No | Indikator | Satuan | Deklarasi Juli 2005 | AP+AJ=...SBB(SLK=1357) | | | Deklarasi Oktober 2005 |
|----|---|--------------|------------------------|------------------------|-----------|-----------|------------------------------|
| | | | | Realisasi TRW III | | | |
| | | | | Juli 05 | Ags 05 | Sept | |
| 1 | Tegangan tinggi dititik pemakaian | kV | 69-77 | 70-73 | 70-73 | 70-73 | 69-77 |
| | | kV | 150-167 | 150-165 | 150-165 | 150-165 | 150-167 |
| 2 | Tegangan menengah dititik pemakaian | kV | 19.5-21 | 19.5-21 | 19.5-21 | 19.5-21 | 19.5-21 |
| 3 | Tegangan rendah dititik pemakaian | V | 200-235 | 200-235 | 200-235 | 200-235 | 200-235 |
| 4 | Frekuensi | Cps | 49.5-50.5 | 49.5-50.5 | 49.5-50.5 | 49.5-50.5 | 49.5-50.5 |
| 5 | Lama gangguan per pelanggan | Jam/bln | 20 | 11 | 16 | 17 | 20 |
| 6 | Jumlah gangguan per pelanggan | Kali/bln | 15 | 9 | 5 | 11 | 15 |
| 7 | Kecepatan pelayanan samb. TM | hari kerja | 60 | | | | 60 |
| 8 | Kecepatan pelayanan samb. TR | hari kerja | 60 | 13 | 50 | 30 | 60 |
| 9 | Kecepatan pelayanan perub. Daya TM | hari kerja | 60 | | 10 | 15 | 60 |
| 10 | Kecepatan pelayanan perub. Daya TR | hari kerja | 45 | 33 | 14 | 43 | 45 |
| 11 | Kecepatan penanganan pengaduan gangguan | jam | 12 | 6 | 10 | 10 | 12 |
| 12 | Kesalahan pembacaan kWh meter | Kali/trw/plg | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 13 | Waktu koreksi kesalahan rekening | hari kerja | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |

| No. | Indikator | Satuan | Deklarasi September 2005 | AP+AJ=...SBB(SLK=1357) Realisasi TRW III | | | Deklarasi Desember 2005 |
|-----|---|--------------|--------------------------------|---|-----------|-----------|-------------------------------|
| | | | | Sep | Okt 05 | Nov | |
| | | | | | | | |
| 1 | Tegangan tinggi dititik pemakaian | kV | 69-77 | 70-73 | 70-73 | 70-73 | 70-73 |
| 2 | Tegangan menengah dititik pemakaian | kV | 150-167 | 150-165 | 150-165 | 150-165 | 150-167 |
| 3 | Tegangan rendah dititik pemakaian | V | 19.5-21 | 19.5-21 | 19.5-21 | 19.5-21 | 19.5-21 |
| 4 | Frekuensi | Cps | 200-235 | 200-235 | 200-235 | 200-235 | 200-235 |
| 5 | Lama gangguan per pelanggan | Jam/bln | 49.5-50.5 | 49.5-50.5 | 49.5-50.5 | 49.5-50.5 | 49.5-50.5 |
| 6 | Jumlah gangguan per pelanggan | Kali/bln | 20 | 10 | 11 | 17 | 16 |
| 7 | Kecepatan pelayanan samb TM | hari kerja | 15 | 14 | 15 | 11 | 15 |
| 8 | Kecepatan pelayanan samb TR | hari kerja | 80 | 40 | 45 | 30 | 60 |
| 9 | Kecepatan pelayanan perub. Daya TM | hari kerja | 60 | 20 | 25 | 50 | 25 |
| 10 | Kecepatan pelayanan perub. Daya TR | hari kerja | 45 | | | 40 | 30 |
| 11 | Kecepatan penanganan pengaduan gangguan | Jam | 12 | 4 | 7 | 10 | 8 |
| 12 | Kesalahan pembacaan kWh meter | Kali/trw/plg | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 13 | Waktu koreksi kesalahan rekening | hari kerja | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |

Tabel Lampiran 2

Tabel
Nilai-nilai Kritis Koefisien Korelasi (r) Product Moment

| N | Taraf Signifikansi | | N | Taraf Signifikansi f | | N | Taraf Signifikansi | |
|----|--------------------|-------|----|----------------------|-------|------|--------------------|-------|
| | 5% | 1% | | 5% | 1% | | 5% | 1% |
| 3 | 0,997 | 0,999 | 26 | 0,388 | 0,496 | 55 | 0,266 | 0,345 |
| 4 | 0,950 | 0,990 | 27 | 0,381 | 0,487 | 60 | 0,254 | 0,330 |
| 5 | 0,878 | 0,959 | 28 | 0,374 | 0,478 | 65 | 0,244 | 0,317 |
| 6 | 0,811 | 0,917 | 29 | 0,367 | 0,470 | 70 | 0,235 | 0,306 |
| 7 | 0,754 | 0,874 | 30 | 0,361 | 0,463 | 75 | 0,227 | 0,296 |
| 8 | 0,707 | 0,834 | 31 | 0,355 | 0,456 | 80 | 0,220 | 0,286 |
| 9 | 0,666 | 0,798 | 32 | 0,349 | 0,449 | 85 | 0,213 | 0,278 |
| 10 | 0,632 | 0,765 | 33 | 0,344 | 0,442 | 90 | 0,207 | 0,270 |
| 11 | 0,602 | 0,735 | 34 | 0,339 | 0,436 | 95 | 0,202 | 0,263 |
| 12 | 0,576 | 0,708 | 35 | 0,334 | 0,430 | 100 | 0,195 | 0,256 |
| 13 | 0,553 | 0,684 | 36 | 0,329 | 0,424 | 125 | 0,176 | 0,230 |
| 14 | 0,532 | 0,661 | 37 | 0,325 | 0,418 | 150 | 0,159 | 0,210 |
| 15 | 0,514 | 0,641 | 38 | 0,320 | 0,413 | 175 | 0,148 | 0,194 |
| 16 | 0,497 | 0,623 | 39 | 0,316 | 0,408 | 200 | 0,138 | 0,181 |
| 17 | 0,482 | 0,606 | 40 | 0,312 | 0,403 | 300 | 0,113 | 0,148 |
| 18 | 0,468 | 0,590 | 41 | 0,308 | 0,398 | 400 | 0,098 | 0,128 |
| 19 | 0,456 | 0,575 | 42 | 0,304 | 0,393 | 500 | 0,088 | 0,115 |
| 20 | 0,444 | 0,561 | 43 | 0,401 | 0,389 | 600 | 0,080 | 0,105 |
| 21 | 0,433 | 0,549 | 44 | 0,297 | 0,384 | 700 | 0,074 | 0,097 |
| 22 | 0,423 | 0,537 | 45 | 0,291 | 0,376 | 800 | 0,070 | 0,091 |
| 23 | 0,413 | 0,526 | 46 | 0,288 | 0,372 | 900 | 0,065 | 0,086 |
| 24 | 0,404 | 0,515 | 47 | 0,284 | 0,368 | 1000 | 0,062 | 0,081 |
| 25 | 0,396 | 0,505 | 48 | 0,281 | 0,364 | | | |
| | | | 49 | 0,279 | 0,361 | | | |
| | | | 50 | | | | | |

Sumber: Burhan Nurgiyantoro. 2001. *Penelitian dalam Pengajaran Bahasa dan Sastra*. Yogyakarta: BPFE, UGM.

Tabel Lampiran 3

Tabel
Nilai-nilai Kritis Koefisien Korelasi Peringkat Spearman (rho)

| N | Taraf Signifikansi | | N | Taraf Signifikansi | |
|----|--------------------|-------|----|--------------------|-------|
| | 5% | 1% | | 5% | 1% |
| 5 | 1,000 | - | 16 | 0,506 | 0,665 |
| 6 | 0,886 | 1,000 | 18 | 0,475 | 0,625 |
| 7 | 0,786 | 0,929 | 20 | 0,450 | 0,591 |
| 8 | 0,738 | 0,881 | 22 | 0,428 | 0,562 |
| 9 | 0,683 | 0,833 | 24 | 0,409 | 0,537 |
| 10 | 0,648 | 0,794 | 26 | 0,392 | 0,515 |
| 12 | 0,591 | 0,777 | 28 | 0,377 | 0,496 |
| 14 | 0,544 | 0,715 | 30 | 0,364 | 0,478 |

Sumber: Sutrisno Hadi. 1980. *Statistik II*. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM (Sumantri)

Tabel
Nilai-nilai Kritis F
 Nilai F dengan Taraf Signifikansi 5% (deretan atas) dan 1% (deretan bawah)
 (Lanjutan)

| d.b. untuk RK Pembagi | d.b. untuk Rerata Kuadrat Pembilang | | | | | | | |
|-----------------------------|-------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 32 | 4,15 | 3,30 | 2,90 | 2,57 | 2,51 | 2,40 | 2,32 | 2,25 |
| | 7,50 | 5,34 | 4,46 | 3,97 | 3,66 | 3,42 | 3,25 | 3,12 |
| 34 | 4,13 | 3,28 | 2,88 | 2,65 | 2,49 | 2,38 | 2,30 | 2,23 |
| | 7,44 | 5,29 | 4,42 | 3,93 | 3,61 | 3,38 | 3,21 | 3,08 |
| 36 | 4,11 | 3,26 | 2,86 | 2,63 | 2,48 | 2,36 | 2,28 | 2,21 |
| | 7,39 | 5,25 | 4,38 | 3,89 | 3,58 | 3,35 | 3,18 | 3,04 |
| 38 | 4,10 | 3,25 | 2,85 | 2,62 | 2,46 | 2,35 | 2,26 | 2,19 |
| | 7,35 | 5,21 | 4,34 | 3,86 | 3,54 | 3,32 | 3,15 | 3,02 |
| 40 | 4,08 | 3,23 | 2,84 | 2,61 | 2,45 | 2,34 | 2,25 | 2,18 |
| | 7,31 | 5,18 | 4,31 | 3,83 | 3,51 | 3,29 | 3,12 | 2,99 |
| 42 | 4,07 | 3,22 | 2,85 | 2,59 | 2,44 | 2,32 | 2,24 | 2,17 |
| | 7,27 | 5,15 | 4,29 | 3,80 | 3,49 | 3,26 | 3,10 | 2,96 |
| 44 | 4,06 | 3,21 | 2,82 | 2,58 | 2,43 | 2,31 | 2,23 | 2,16 |
| | 7,24 | 5,12 | 4,26 | 3,78 | 3,46 | 3,24 | 3,07 | 2,94 |
| 46 | 4,05 | 3,20 | 2,81 | 2,57 | 2,42 | 2,30 | 2,22 | 2,14 |
| | 7,21 | 5,10 | 4,24 | 3,76 | 3,44 | 3,22 | 3,05 | 2,92 |
| 48 | 4,04 | 3,19 | 2,80 | 2,56 | 2,41 | 2,30 | 2,21 | 2,14 |
| | 7,19 | 5,08 | 4,22 | 3,74 | 3,42 | 3,20 | 3,04 | 2,90 |
| 50 | 4,03 | 3,18 | 2,70 | 2,56 | 2,40 | 2,29 | 2,20 | 2,13 |
| | 7,17 | 5,06 | 4,20 | 3,72 | 3,41 | 3,18 | 3,02 | 2,88 |
| 55 | 4,02 | 3,17 | 2,78 | 2,54 | 2,38 | 2,27 | 2,18 | 2,11 |
| | 7,12 | 5,01 | 4,16 | 3,68 | 3,37 | 3,15 | 2,98 | 2,85 |
| 60 | 4,00 | 3,15 | 2,76 | 2,52 | 2,37 | 2,25 | 2,17 | 2,10 |
| | 7,08 | 4,98 | 4,13 | 3,65 | 3,34 | 3,12 | 2,95 | 2,82 |
| 65 | 3,99 | 3,14 | 2,75 | 2,51 | 2,36 | 2,24 | 2,15 | 2,08 |
| | 7,04 | 4,95 | 4,10 | 3,62 | 3,31 | 3,09 | 2,93 | 2,79 |
| 70 | 3,98 | 3,13 | 2,74 | 2,50 | 2,35 | 2,23 | 2,14 | 2,07 |
| | 7,01 | 4,92 | 4,08 | 3,60 | 2,29 | 3,07 | 2,91 | 2,77 |
| 80 | 3,96 | 3,11 | 2,72 | 2,48 | 2,33 | 2,21 | 2,12 | 2,05 |
| | 6,96 | 4,88 | 4,04 | 3,56 | 3,25 | 3,04 | 2,87 | 2,74 |

Tabel
Nilai-nilai Kritis F
 Nilai F dengan Taraf Signifikansi 5% (deretan atas) dan 1% (deretan bawah)
 (Lanjutan)

| d.b. untuk RK Pembagi | d.b. untuk Rerata Kuadrat Pembilang | | | | | | | |
|-----------------------------|-------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 100 | 3,94 | 3,09 | 2,70 | 2,46 | 2,30 | 2,19 | 2,10 | 2,03 |
| | 6,90 | 4,82 | 3,98 | 3,51 | 3,20 | 2,99 | 2,82 | 2,69 |
| 125 | 3,92 | 3,07 | 2,68 | 2,44 | 2,29 | 2,17 | 2,08 | 2,01 |
| | 6,84 | 4,78 | 3,94 | 3,47 | 3,17 | 2,95 | 2,79 | 2,65 |
| 150 | 3,91 | 3,06 | 2,67 | 2,43 | 2,27 | 2,16 | 2,07 | 2,00 |
| | 6,81 | 4,75 | 3,91 | 3,44 | 3,14 | 2,92 | 2,76 | 2,62 |
| 200 | 3,89 | 3,04 | 2,65 | 2,41 | 2,26 | 2,14 | 2,05 | 1,98 |
| | 6,76 | 4,71 | 3,88 | 3,41 | 3,11 | 2,90 | 2,73 | 2,60 |
| 400 | 3,86 | 3,02 | 2,62 | 2,39 | 2,23 | 2,59 | 2,03 | 1,96 |
| | 6,70 | 4,66 | 3,83 | 3,36 | 3,06 | 2,85 | 2,69 | 2,55 |
| 1.000 | 3,85 | 3,00 | 2,61 | 2,38 | 2,22 | 2,10 | 2,02 | 1,95 |
| | 6,66 | 4,62 | 3,80 | 3,34 | 3,04 | 2,82 | 2,66 | 2,53 |
| ∞ | 3,84 | 2,99 | 2,60 | 2,37 | 2,21 | 2,09 | 2,01 | 1,94 |
| | 6,64 | 4,60 | 3,78 | 3,32 | 3,02 | 2,80 | 2,64 | 2,51 |