PENGARUH TINGKAT PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT PLN (PERSERO) WILAYAH S2JB CABANG JAMBI (Studi Kasus Daya Di Atas 200 Kva)

Ahmad Tarmizi[1]

Abstrak

This research was conducted by survey research methods, namely an attempt to obtain information from resfonden and concluded that a sample by using a structured questionnaire and patterned according to the needs of research. Sample as a source of research subjects was the customer power above 200 kVA. In this study, the studied population amounted to 137 customers, from the population is taken into the sample amounted to 55 customers or ± 40% of the entire population with an error rate of 5%. This is what writers do remember the limitations of time, effort and cost.

To determine the level of customer satisfaction that is observed, it is used as a means of measuring Likert Scale. The model of the relationship equation between two variables, the equation obtained is called regression, linear regression equation can be shaped and to estimate a variable called the Dependent Variable and Independent Variables.

The relationship between the variables X (technical services, payment points, and information) and Y variables correlated strongly positive at 0.902 (90.2 percent). Partially significant effect of variable X1. Where t value (7.109) is bigger than t table value (1.684) on the degree of confidence of 95 percent. While the X2 variables significant effect on variable Y. Where t (5.357) is bigger than t table (1.684) on the degree of confidence of 95 percent. And the X3 has a significant variable. Where t value (4.085) is bigger than t table (1.684) on the degree of confidence of 95 percent. Together the variable X has a significant influence on the variable Y. Where the calculated F value (73.994) is greater than F table (2.79).

Key word : Service Level, Satisfaction, Customer

PENDAHULUAN

Pada kondisi saat ini dimana perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat, maka dibutuhkan suatu konsep pemasaran persaingan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan tujuan agar dapat memenangkan persaingan. Kegiatan pemasaran bukan hanya menjual barang dan jasa saja, tetapi juga merupakan mencakup kegiatan sebelum dan sesudah penjualan.

Pemasaran bermula dari kenyataan bahwa manusia adalah mahluk yang memiliki kebutuhan. Kebutuhan itu menciptakan suatu keadaan dimana manusia harus memecahkannya melalui pemilikan produk untuk memuaskan kebutuhan tertentu. Maka pemilihan atas produk di tuntut oleh konsep nilai dari kepuasan yang diharapkan.

Menurut Kotler (2000) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Prilaku konsumen sendiri merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk/jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut, Engel et al., (1997:19). Dari pengertian ini dapat diketahui bahwa pemahaman terhadap prilaku konsumen bukanlah pekerjaan yang mudah, tetapi cukup sulit dan kompleks.

Berdasarkan tujuan pembelian, konsumen dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok, yaitu konsumen akhir (individu) dan konsumen organisasional (konsumen industrial, konsumen antara, konsumen bisnis). Konsumen akhir terdiri atas individu dan rumah tangga yang tujuan pembeliannya adalah untuk memenuhi kebutuhan sendiri atau untuk dikonsumsi. Sedangkan konsumen organisasional terdiri atas organisasi, pemakai industri, pedagang, dan lembaga non profit yang tujuan pembliannya adalah untuk keperluan bisnis (memperoleh laba) atau meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Sejalan dengan dua tipe konsumen tersebut, maka akan dijumpai pula dua macam produk/barang, yaitu barang konsumen dan barang industrial.

Pemahaman yang tepat terhadap apa yang sedang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih alternative dapat memberikan peluang besar bagi suksesnya perusahaan. Pada umunya perusahaan mengalami kesulitan dalam memonitor, memahami dan menganalisa perilaku konsumen secara tepat dan benar, hal

[1] Dosen Fak. Ekonomi Universitas Batanghari

ini disebabkan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen, perubahan perilaku konsumen itu sendiri dan perbedaan dari masing-masing individu. Perilaku yang ditunjukkan oleh orang-orang dalam hal merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa-jasa (Winardi,1991).

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidak puasan pelanggan telah semakin besar. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal ini. Pihak yang paling banyak berhubungan langsung dengan kepuasan/ketidak puasan pelanggan adalah pemasar, konsumen, dan peneliti prilaku konsumen.

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebuutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik.

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran.

Pemerintah sebagai lembaga birokrasi mempunyai fungsi untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat. Sebaliknya, masyarakat sebagai pihak yang memberikan mandat kepada pemerintah mempunyai hak untuk memperoleh pelayanan. Oleh karena itu, tuntutan terhadap pelayanan melahirkan suatu studi yaitu servis bagaimana cara memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan meningkatkan kualitas pelayanan. Aparat sebagai pelayan hendaknya memahami variabel-variabel seperti yang terdapat dalam agenda prilaku pelayanan prima sektor publik Sespanas LAN yang dikutip Lukman (2001: 140). Variabel yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah yang bertugas melayani.
2. Masyarakat yang dilayani pemerintah.
3. Kebijaksanaan yang dijadikan landasan pelayanan publik.
4. Peralatan atau sasaran pelayanan yang canggih.
5. Resources yang tersedia untuk diracik dalam bentuk kegiatan pelayanan.
6. Kualitas pelayanan yang memuaskan masyarakat sesuai dengan standar dan asas-asas pelayanan masyarakat.
7. Manajemen dan kepemimpinan serta organisasi pelayanan masyarakat.
8. Prilaku yang terlibat dalam pelayanan dan masyarakat, apakah masing-masing menjelaskan fungsi.

Kedelapan ketentuan di atas mengisyaratkan bahwa pentingnya kualitas pelayanan masyarakat saat ini sehingga tidak dapat diabaikan lagi, bahkan hendaknya disesuaikan dengan tuntutan globalisasi.

Dalam mengevaluasi konsumen kita perlu mempelajari prilaku konsumen sebagai perwujudan dari seluruh aktivitas jiwa manusia itu sendiri. Semakin meningkatnya kebutuhan manusia akan teknologi, maka semakin banyak pula permintaan akan kebutuhan Energi listrik. Listri saat ini telah menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat. Terlebih dalam menghadapi era teknologi seperti saat ini, 95 % Teknologi Elektronik menggunakan fasilitas listri. Tak hanya konsumen rumah tangga, bahkan konsumen organisasional pun mengkonsumsi listrik.

PT PLN (Persero) adalah perusahaan BUMN yang bergerak dibidang penjualan Produk dan Jasa Energi dalam satuan kWh (kilo Watt hour). Salah satu PT PLN (Persero) yang dapat kita perhatikan adalah PT PLN (Persero) WS2JB Cabang Jambi Di Kota Jambi. PT PLN (Persero) WS2JB Cabang Jambi adalah bagian dari PT PLN (Persero) Wilayah S2JB yang memiliki unit bisnis dan jumlah pelanggan pertahun sebagai berikut :

Tabel 1.1.
Data Unit Bisnis dan Pelanggan PT PLN (Persero) Cabang Jambi
Dari Tahun 2005-2009

Tahun	Rayon Telanaipura	Rayon Ko.Bar	Rayon Seiko	Ranting M.Bulian	Ranting K.Tungkal	Ranting M.Sabak
2005	76.546	62.737	73.360	51.840	68.535	62.473
2006	1.542	2.348	5.673	3.451	2.106	1.275
2007	2.174	1.327	3.106	3.232	1.543	2.564
2008	2.568	2.351	2.569	2.846	1.742	2.307
2009	1.322	1.672	3.402	3.673	2.567	1.882
Jumlah	**84.170**	**70.435**	**88.110**	**65.042**	**76.493**	**70.502**
Perkembangan (%)	**38,23**	**31,98**	**40,02**	**29,53**	**34,73**	**32,01**

Sumber data : PT PLN (Persero) Cab. Jambi, 2010

Dengan mayoritas pelanggannya adalah tarif Rumah Tangga, diikuti oleh tarif Bisnis, Sosial, Pemerintah dan Industri.

Berdasarkan penggolongan tarip dasar listrik, PT PLN (Persero) WS2JB Cabang Jambi memiliki 137 pelanggan daya di atas 200 kVA (Tegangan Menengah) dan dikatakan juga dengan istilah pelanggan daya besar dengan jumlah pelanggan pertahun dapat dilihat pada tabel 1.2. Berikut data Pelanggan Daya di atas 200 kVA pada PT PLN (Persero) WS2JB Cabang Jambi.

Tabel 1.2.
Data Pelanggan Daya >200 kVA PT PLN (Persero) Cab. Jambi
Dari Tahun 2005-2009

TAHUN	JUMLAH PELANGGAN (Perusahaan)	Perkembangan (%)
2005	45	-
2006	51	4,37
2007	67	11,67
2008	105	27,73
2009	137	23,35

Sumber data : PT PLN (Persero) WS2JB Cabang Jambi, 2010

Seiring dengan bertambah banyaknya jumlah pelanggan PT PLN (Persero) Cabang Jambi daya >200 kVA tersebut, tentunya perusahaan akan lebih meningkatkan kualitas pelayanan. Adapun bagian pelayanan yang diberikan PT PLN Cabang Jambi diantaranya :

1. Pelayanan Teknik yaitu meliputi pelayanan terhadap masalah pendistribusian arus listrik, gangguan pada sistem *energy* yang telah didistribusikan pada pelanggan serta mengatasi permasalahan jaringan tenaga listrik yang dioperasikan dengan tegangan rendah, tegangan menengah dan tegangan tinggi.
2. Pelayanan Payment Point meliputi pelayanan pembayaran pemakaian *energy* pelanggan dan transaksi penyetoran pasang baru/naik daya.
3. Pelayanan Informasi yaitu pelayanan yang dapat membantu pelanggan memberi informasi segala permasalahan atau yang menjadi keluhan pelanggan dengan pesawat telepon (*online)* atau dengan cara tatap muka langsung dengan petugas informasi.

Berdasarkan laporan yang di dapat dari data pengaduan pelanggan (kotak pengaduan), maka diketahui bahwa jumlah keluhan pelanggan dalam pelayanan PT PLN selama ini (tahun 2005-2009) dapat dilihat pada tabel 1.3. berikut:

Tabel 1.3.
Data Keluhan Pelanggan PT PLN Cabang Jambi
Tahun 2005-2009

Tahun	Jumlah Keluhan (Pelanggan)	Perkembangan (%)
2005	1.564	-
2006	2.495	18,29
2007	2.353	5,69
2008	2.680	19,64
2009	4.547	33,33

Sumber data : PT PLN (Persero) Cab.Jambi, 2010

Dari tabel diatas, terlihat bahwa jumlah keluhan pelanggan terus bertambah setiap tahun. berdasarkan fenomena-fenomena inilah penulis merasa sangat perlu untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) Wilayah S2JB Cabang Jambi.

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian maka dapat di identifikasikan masalah dalam penelitian ini adalah: 1).

Bagaimana pelayanan PT PLN (Persero) Cabang Jambi di mata konsumen. 2). Seberapa puaskah pelanggan terhadap pelayanan PT PLN (Persero) cabang Jambi.

Adapun tujuan penelitian ini adalah: 1). Untuk mengetahui berapa besar tingkat Pelayanan Teknik terhadap kepuasan pelanggan. 2). Untuk mengetahui berapa besara tingkat Pelayanan Payment Point terhadap kepuasan pelanggan. 3). Untuk mengetahui berapa besara tingkat pelayanan informasi terhadap kepuasan pelanggan.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan metode penelitian survei, yaitu suatu usaha untuk mendapatkan dan menyimpulkan informasi dari resfonden yang merupakan sampel dengan menggunakan daftar pertanyaan terstruktur dan terpola sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Sampel sebagai sumber subjek penelitian ini adalah pelanggan daya di atas 200 kVA. Dalam penelitian ini populasi yang diteliti berjumlah 137 pelanggan, dari populasi tersebut yang diambil menjadi sampel berjumlah 55 pelanggan atau ±40% dari seluruh populasi dengan tingkat kesalahan 5%. Hal ini penulis lakukan mengingat keterbatasan waktu, tenaga dan biaya.

Penentuan sampel dalam hal ini menggunakan rumus Slovin:

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

Di mana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 5%.

$$n = \frac{137}{1 + 137 .0,2}$$

n = 54,8

n = 55

Mengingat pelanggan Daya >200 kVA pada PT PLN Cabang Jambi memiliki karakteristik yang relatif sama (homogen), maka teknik pengambilan Sampel Random Sampling, artinya setiap populasi mempunyai peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel.

Analisis Kuantitatif

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yang diteliti, maka digunakan Skala *Likert* sebagai alat ukurnya. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi yang berupa kata-kata sebagai berikut:

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor :

1	Sangat puas	5
2	Puas	4
3	Cukup puas	3
4	Tidak puas	2
5	Sangat tidak puas	1

Kemudian dengan teknik pengumpulan data angket, maka instrumen tersebut diberikan kepada 55 pelanggan (sampel penelitian) yang diambil secara random.

Sedangkan model persamaan hubungan antara dua variabel, persamaan yang didapat disebut dengan regresi, persamaan dapat berbentuk linier berganda dan untuk menaksir suatu variabel yang disebut Variabel Dependent dan Variabel Independent. (lincolin Arsyad.1993*)* Dalam pembahasan ini variabel dependentnya adalah kepuasana pelanggan (y) sedangkan variabel independentnya adalah pelayanan (x) dengan rumus :

$$\mathbf{Y = a + Ь1x1 + Ь2x2 + Ь3x3 + e}$$

Dimana :

Y	= Kepuasan Pelanggan
a	= Konstanta
Ь1, Ь2, Ь3	= Koefisien Regresi
X1	= Pelayanan Teknik
X2	= Pelayanan Payment Point
X3	= Pelayanan Informasi
e	= Standar eror

Uji Hipotesis

Untuk melihat signifikan tidaknya variabel bebas (*independent*) yang diamati terhadap variabel terikat (*dependent*) secara individu (parsial) digunakan uji t dengan rumus :

$$\mathbf{T\ Hitung} = \frac{\mathbf{bi}}{\mathbf{SD\ bi}}$$

Dimana :

T	= Nilai t hitung
Bi	= Koefisien regresi
SD bi	= Standar Deviasi koofisien regresi

Hasil dan pembahasan

Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) Cabang Jambi dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda, dimana pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien masing-masing variabel yang menggambarkan bentuk pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent.

Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda dengan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.473	.988		3.516	.001
	Pel.Tek	1.539	.216	.481	7.109	.000
	Pel.PP	1.511	.282	.396	5.357	.000
	Pel.Info	.939	.230	.281	4.085	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber data : Hasil olahan SPSS

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut

$Y = a + Ь1\ X1 + Ь2\ X2 + Ь3\ X3 + e$

$Y = 3{,}473 + 1{,}539\ X1 + 1{,}511\ X2 + 0{,}939\ X3$

Dari persamaan regresi diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan teknik (X1) dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan sebesar 1,539. Disisi lain pelayanan payment poin (X2) dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 1,511 dan pelayanan Informasi (X3) memberi pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,939.

Bila diperhatikan ternyata seluruh variabel X menunjukan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan PT PLN Cabang Jambi. Artinya apabila terjadi perubahan atau peningkatan veriabel X akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Uji Keberartian (Signifikan)/Uji Hipotesis

Uji t dipergunakan untuk melihat apakah secara individu (parsial) variabel X yang diteliti menunjukan pengaruh yang berarti (signifikan) terhadap variabel Y. Berdasarkan hasil olahan data menggunakan software SPSS maka dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Hasil Perhitungan Uji T (T-test)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.473	.988		3.516	.001
	Pel.Tek	1.539	.216	.481	7.109	.000
	Pel.PP	1.511	.282	.396	5.357	.000
	Pel.Info	.939	.230	.281	4.085	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber data : Hasil Olahan SPSS

Dari tabel di atas, maka diperoleh nilai t hitung untuk variabel pelayanan teknik (X1) sebesar 7,109. Dengan tingkat keyakinan 95% atau $\alpha = 0{,}05$ untuk uji satu arah (df= 52) maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,684. Hal ini berarti nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Artinya secara parsial pelayanan teknik memiliki pengaruh yang berarti (signifikan) terhadap kepuasan pelanggan PT PLN Cabang Jambi.

Untuk veriabel pelayanan payment point (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar 5,357, sementara nilai t tabel pada tingkat keyakinan 95% atau $\alpha = 0{,}05$ untuk uji satu arah (df = 52) adalah sebesar 1,684. Hal ini berarti secara parsial pelayanan payment point memiliki pengaruh yang beraarti (signifikan) terhadap kepuasan pelanggan PT PLN Cabang Jambi.

Nilai t hitung untuk variabel pelayanan Informasi (X3) adalah sebesar 4,085, sementara nilai t tabel pada tingkat keyakinan 95% atau $\alpha = 0{,}05$ untuk uji satu arah (df = 52) adalah sebesar 1,684. Dengan demikian nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Artinya veriabel pelayanan informasi secara parsial berpengaruh secara berarti (signifikan) terhadap kepuasan pelanggan PT PLN Cabang Jambi.

Uji F dipergunakan untuk melihat apakah secara bersama-sama variabel X yang diteliti menunjukan pengaruh yang berarti (signifikan)

terhadap kepuasan pelanggan PT PLN Cabang Jambi. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan windoes SPSS maka didapat nilai untuk uji F seperti tertera pada tabel sebagai berikut.

Hasil Perhitungan Uji F (F-test)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.902[a]	.813	.802	1.41553	.813	73.994	3	51	.000

a. Predictors: (Constant), Pel.Info, Pel.Tek, Pel.PP

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber data : Hasil Pengolahan SPSS

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 73,994, sementara dengan tingkat keyakinan 95% atau α = 0,05 untuk uji satu arah (df = (51) (3) diperoleh nilai F tabel sebesar 2,79. Hal ini menunjukan bahwa nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel yang terdapat dalam tabel. Artinya secara bersama-sama veriabel X berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT PLN Cabang Jambi.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Hubungan antara variabel X (pelayanan teknik, payment poin, dan informasi) dan variabel Y berkorelasi kuat positif sebesar 0,902 (90,2 persen). Secara parsial pengaruh variabel X1 signifikan. Dimana nilai t hitung (7,109) lebih besar dari nilai t tabel (1,684) pada derajat kepercayaan sebesar 95 persen. Sementara variabel X2 berpengaruh signifikan terhadap varibel Y. Dimana t hitung (5,357) lebih besar dari t tabel (1,684) pada derajat kepercayaan 95 persen. Dan variabel X3 berpengaruh signifikan. Dimana nilai t hitung (4,085) lebih besar dari t tabel (1,684) pada derajat kepercayaan 95 persen. Secara bersama-sama variabel X memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y. Dimana nilai F hitung (73,994) lebih besar dari F tabel (2,79).

SARAN

Dari uraian di atas maka saran yang dapat diberikan, mengingat semakin baiknya pelayanan dapat mempengaruhi citra perusahaan, maka ada baiknya perusahaan semakin meningkatkan pelayanan agar tujuan perusahaan dapat tercapai dan yang menjadi harapan pelanggan pun dapat terwujudkan.

DAFTAR PUSTAKA

Arsyad lincolin. (1993*)* Ekonomi manajerial, BPFE- Yogyakarta, Yogyakarta.

F.Engel James, Roger D. Blokcwell, (1999), Perilaku Konsumen, cetakan pertama, Binarupa Aksara, Jakarta

Lukman, (2001). Manajemen Pelayanan Umum Indonesia**.** Jakarta. Penerbit Bumi Aksara

Presiden RI, Dirut PT PLN (Persero), (2004). Acuan Hukum Pemberlakuan Tarif Dasar Listrik. Penerbit PT PLN (Persero) Jakarta.

Kotler Philip, (2000), Manajemen Pemasaran, Analisa Perencanaan dan Penganalisaan, Edisi Keempat, Penerbit Erlangga Jakarta.

Winaedi, (1991), Marketing dan Perilaku Konsumen, Penerbit Mandar Maju Bandung.